

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Habilitační práce

Aplikace environmentálně šetrných přístupů
v ubytovacích službách

Ing. Roman Švec, Ph.D

2021

Rád bych na tomto místě poděkoval všem respondentům, kteří ochotně poskytli informace pro výzkumnou část práce, zástupcům manažerů ubytovacích zařízení i konzultantům z podnikové a akademické sféry.

**Aplikace environmentálně šetrných přístupů
v ubytovacích službách**

**Application of environmentally friendly approaches
in accommodation services**

Abstrakt

Předkládaná práce se zabývá širokou škálou možných aspektů, které mohou ovlivňovat aplikaci environmentálně šetrných přístupů v ubytovacích službách. Téma práce reflektuje aktuální, ale v České republice poněkud přehlíženou problematiku. K otázkám udržitelnosti se v současné vyjadřuje celá řada teoretiků, ale tyto postupy se postupně začínají uplatňovat i v praktické rovině. Ve výzkumné části je práce členěna do tří základních oddílů. První analyzuje chování a postoje manažerů ubytovacích zařízení v zemích střední a východní Evropy při případné implementaci šetrných přístupů a určuje hlavní bariéry působící při jejich zavádění. Druhý oddíl analyzuje konkrétní situaci na straně nabídky v Jihočeském kraji a hledá rozdíly mezi konvenčními a „zelenými“ ubytovacími zařízeními. Tato část práce objasňuje prostorové souvislosti výskytu ubytovacích zařízení obecně a také skupiny „zelených“ zařízení. Třetí oddíl zkoumá názory zákazníků na „zelené“ ubytování a snaží se určit významné faktory, které ovlivňují výběr těchto podniků. Pohledem na všechny tři oddíly lze získat komplexní pohled na environmentálně šetrnou problematiku v ubytovacích službách. Zkoumaná problematika má značnou oporu v množství literatury, z níž nejvýznamnější autoři jsou citováni v literárním přehledu.

Klíčová slova: služby, produkty, ubytování, ubytovací zařízení, pro-environmentální opatření, udržitelnost, lokalizace, marketing

Abstract

The present work deals with a wide range of possible aspects that may influence the application of environmentally friendly approaches in accommodation services. The topic of the thesis reflects a current but somewhat overlooked issue in the Czech Republic. Many theoreticians are currently commenting on sustainability issues, and these approaches are gradually beginning to be applied in practice. The research part of the thesis is divided into three basic sections. The first section analyses the behaviour of accommodation facilities' managers in Central and Eastern European countries in case of the potential implementation of sustainable approaches and identifies the main barriers to their implementation. The second section analyses the specific situation on the supply side in the South Bohemia region and looks for differences between conventional and "green" accommodation facilities. This part of the thesis explains the spatial context of the occurrence of accommodation facilities in general and also the group of "green" facilities. The third section examines customer views of "green" accommodation and seeks to identify the significant factors that influence the

choice of these establishments. By looking at all three sections, a comprehensive view of environmentally friendly issues in accommodation services can be obtained. The issues examined have considerable support in the body of literature from which the most prominent authors cited in the literature review are drawn.

Key words: services, products, accommodation, accommodation facilities, pro-environmental measures, sustainability, localization, marketing

Obsah

Úvod	5
1 Literární přehled	7
1.1 Environmentální problematika v cestovním ruchu	7
1.2 Environmentální problematika v ubytování	12
1.2.1 „Zelené“ ubytování	13
1.2.2 Prvky a opatření vedoucí k šetrnosti v ubytovacích zařízeních	14
1.2.3 Certifikace a ekoznačení	16
1.2.4 Vnímání ochrany životního prostředí ze strany manažerů ubytovacích zařízení 19	
1.2.5 Hotelnictví ve střední a východní Evropě	22
1.3 Chování a postoje účastníků cestovního ruchu a spotřebitelů služeb cestovního ruchu	23
1.3.1 Pro-environmentální chování mimo turistické aktivity	24
1.3.2 Předchozí studie poptávky po ekologicky šetrném ubytování	24
1.4 Ubytovací zařízení jako základní prvek rozvoje a zároveň problém cestovního ruchu	26
1.4.1 Členění ubytovacích zařízení	27
1.4.2 Hromadná ubytovací zařízení	28
1.4.3 Individuální ubytovací zařízení	30
1.5 Prostorová orientace ubytovacích zařízení	32
1.6 Produkt ubytovacích zařízení	34
1.6.1 Lokální produkce v rámci produktu ubytovacích zařízení	35
2 Cíle práce a metodika	37
2.1 Cíle práce a výzkumné otázky	37
2.1.1 Dílčí cíle práce	37
2.1.2 Výzkumné otázky	38

2.2	Metodika výzkumu názorů hotelových manažerů	38
2.2.1	Sběr dat	39
2.2.2	Dotazník	40
2.2.3	Analýza dat	41
2.3	Metodika výzkumu nabídky produktů v oblasti ubytovacích služeb spojených s environmentálními principy	43
2.3.1	Studovaná oblast	43
2.3.2	Sběr dat	44
2.3.3	Zjišťovaná data	45
2.3.4	Analýza dat	45
2.4	Metodika výzkumu názorů zákazníků ubytovacích zařízení na environmentální problematiku	47
2.4.1	Zkoumané oblasti a výběr respondentů	47
2.4.2	Dotazníky a příprava dat	48
2.4.3	Analýza dat	57
3	Výsledky	59
3.1	Vnímání environmentální problematiky manažery ubytovacích zařízení ve středoevropském prostoru	59
3.2	Nabídka environmentálně šetrného ubytování v turistické destinaci Jižní Čechy	64
3.3	Lokalizace ubytovacích zařízení	68
3.4	Produkt ubytovacích zařízení ve zkoumané oblasti	70
3.4.1	Deklarace služeb pro cyklisty	70
3.4.2	Deklarace možnosti parkování	72
3.4.3	Deklarace služeb firemního cestovního ruchu	75
3.4.4	Deklarace služeb pro rodiny s dětmi	76
3.4.5	Deklarace služeb spojených s wellness	79
3.4.6	Deklarace možnosti ubytování se zvířetem	82

3.4.7	Deklarace nabídky místních pokrmů.....	84
3.4.8	Deklarace nabídky stravovacích služeb.....	86
3.4.9	Využívání elektronických rezervačních systémů	89
3.5	Shluková analýza ubytovacích zařízení zkoumané oblasti ve vztahu k deklaraci pro-environmentálního chování.....	91
3.6	Rozdíly mezi ubytovacími zařízeními s ekologickou prezentací a bez ekologické prezentace	95
3.6.1	Kategorie „zelených“ ubytovacích zařízení	95
3.6.2	„Zelené“ ubytování ve vztahu k deklaraci parkovacích prostor.....	96
3.6.3	„Zelené“ ubytování ve vztahu k deklaraci služeb firemního cestovního ruchu	97
3.6.4	„Zelené“ ubytování ve vztahu k deklaraci služeb pro rodiny s dětmi.....	98
3.6.5	„Zelené“ ubytování ve vztahu k deklaraci stravování	99
3.6.6	„Zelené“ ubytování ve vztahu k nabídce lokálních potravin a produktů využívaných při přípravě pokrmů.....	101
3.6.7	„Zelené“ ubytování ve vztahu k využívání elektronických rezervačních systémů	102
3.6.8	„Zelené“ ubytování ve vztahu k certifikátům kvality.....	103
3.7	Rozmístění environmentálně šetrných ubytovacích zařízení v JČK.....	104
3.8	Výzkum názorů zákazníků ubytovacích zařízení na environmentální problematiku	105
4	Diskuse	114
4.1	Vnímání environmentální problematiky manažery ubytovacích zařízení ve střeoevropském prostoru	114
4.2	Nabídka environmentálně šetrného ubytování v turistické destinaci Jižní Čechy	117
4.3	Názory zákazníků ubytovacích zařízení na environmentální problematiku	121
5	Závěry.....	124
5.1	Teoretické přínosy a závěry	126

5.2	Praktické přínosy a závěry	127
5.3	Orientace dalšího výzkumu	128
6	Seznam literatury	130
7	Seznam obrázků.....	170
8	Seznam tabulek.....	173

Úvod

Lidská činnost od počátku věků do určité míry ovlivňuje vývoj přírodního prostředí, a to primárně využíváním zdrojů živé a neživé přírody k uspokojování lidských potřeb. Stejně jako u jiných živočichů, závisí na počtu jedinců, kteří takto přírodu využívají. S rostoucím počtem jedinců příroda dříve či později začíná ztrácet schopnost stoprocentní přirozené obnovy. Ve chvíli, kdy počet jedinců přesáhne únosnou mez, začíná docházet k narušení ekosystémů, a tedy funkce přirozené obnovy přírody. Narušení ekosystémů má přitom mnohdy i vážné ekonomické důsledky, jako jsou ztráta vody, snížení produkce, zvýšení větrné a vodní eroze, zasolení půdy, záplavy, a další. Stav permanentního narušování či dokonce devastace přírodního prostředí je vedle neustále rostoucí lidské populace na zemi způsoben i množstvím neuvážených zásahů, nedomýšlejících záporný dopad lidské činnosti a také nadužívání přírodních zdrojů. Mnoho lidí, zejména členů tzv. západní společnosti, si zvyklo jako na běžný standard vyhledávat a využívat předměty a služby, které k existenci vlastně vůbec nepotřebuje.

Negativní vliv člověka a lidské činnosti na přirozený vývoj a schopnost obnovy přírodního prostředí má v podstatě tři roviny. První rovinou je nešetrné, a bohužel velmi často též neefektivní, využívání přírodních zdrojů. Druhou rovinu představuje hromadění použitých výrobků a dalších odpadů, které vznikly lidskou činností a s ním spojený problém likvidace těchto odpadů. Třetí rovinu pak tvoří sekundární dopady problémů vyplývající z prvních dvou kategorií, a které se nejčastěji projevují globálně, tedy i mimo území kde byla způsobena poškození v rámci první a druhé roviny negativních vlivů, z nichž za nejzávažnější lze nejspíše považovat znečištění ovzduší.

Široce vnímaným a přijímaným faktem je poznání, že planeta, a tedy životní prostředí člověka, má své limity a dříve či později může nastat nedostatek přírodních zdrojů, který by ve svém důsledku mohl znamenat zánik lidské populace. Chování člověka na planetě zemi především v posledních desetiletích prudce akcelerovalo čerpání neobnovitelných zdrojů, aniž by uvažovalo o situaci, která nastane po jejich vyčerpání, či intenzivně hledalo a budovalo náhrady, ke kterým by bylo možno po vyčerpání aktuálně využívaných zdrojů přejít. Řada obnovitelných zdrojů je čerpána takovou rychlostí, že se nestačí přirozeně obnovovat. Svět se intenzivně či méně intenzivně obrací k otázkám udržitelnosti rozvoje lidské společnosti, hledá cesty a způsoby, jak nesnížit aktuální životní standard, umožnit méně rozvinutým zemím „dohánět“ úroveň vyspělého světa a zároveň dlouhodobě zajistit

schopnost planety Země čelit přetrvávajícímu nárůstu populace a jejich nárokům na spotřebu. Spotřeba by přitom ideálně i nadále měla obsahovat zbytné i nezbytné složky, a to s vědomím toho, že i zbytná spotřeba představuje prvek ekonomického rozvoje pro oblasti a komunity, které produkty a služby zbytné potřeby poskytují, a pro které příjem z poptávky po takových produktech představuje prostředek pro zajištění vlastních nezbytných, případně ideálně i zbytných potřeb. Poskytovatelé produktů a služeb logicky stojí před výzvou vyvážit potřebu tvorby zisku s adekvátní reakcí na společenskou poptávku po redukcí dopadu podnikatelské činnosti na životní prostředí. Environmentální aspekty produkce výrobků a služeb se z různých hledisek stávají součástí managementu firem a dalších organizací.

1 Literární přehled

1.1 *Environmentální problematika v cestovním ruchu*

Cestovní ruch se snaží vymezit mnoho autorů, nicméně nad jeho přesnou definicí nepanuje všeobecná shoda (Morley, 2009). Cestovní ruch je považován za jednoho z nejvýznamnějších znečišťovatelů životního prostředí (Gössling 2002; Becken & Simmons, 2008; Saenz-de-Miera & Rosselló, 2014). I přes tento problém však hraje v současné společnosti důležitou roli a vyznačuje se i významnou spotřebou obyvatelstva (Goeldner & Ritchie, 2009). Vystoupil a kol. (2007) se přiklání k teorii, že cestovní ruch je multioborová a průřezová disciplína, na jejímž rozvoji participuje celá řada odvětví národního hospodářství a oborů lidské činnosti. Díky tomu, že zahrnuje obrovské množství aktivit (Martin & Mason, 1987), je možné říci, že tyto aktivity různou měrou přispívají ke znečištění životního prostředí (Buckley, 2011).

Zhruba od 60. let 20. století jsou výrazněji prezentovány názory, že divoký rozvoj cestovního ruchu s sebou z dlouhodobého hlediska přináší více ztrát než zisku (nejen ekonomického, ale především environmentálního a kulturního) a pokud nedojde k nápravě, může vývoj dospět do stádia poškozených destinací cestovního ruchu, které již nebudou disponovat zdroji pro existenci aktivit cestovního ruchu, účastníci cestovního ruchu z nich navždy odejdou a ekonomická situace těchto destinací se prudce zhorší (Navrátil a kol., 2014).

V souvislosti s rozvojem poznání těchto skutečností a s jejich akceptací jako problému, kterým je nutné se zabývat a hledat řešení, se postupně objevuje množství teoretických přístupů a konceptů, jejichž společným jmenovatelem je úsilí nalézt takové přístupy a taková řešení, která nezastaví rozvoj cestovního ruchu v jednotlivých oblastech, ale zároveň minimalizují nebo dokonce eliminují dopad na životní prostředí obecně, na konkrétní destinaci cestovního ruchu a místní komunitu v místě realizace aktivit cestovního ruchu.

Triarchi a Karamanis (2017) identifikovali čtyři hlavní vlivné fenomény, které vedly ke vzniku potřeby odlišného přístupu v oblasti cestovního ruchu:

- 1) Ekonomické otázky, jako například skutečnost, že hospodářský růst nevyřešil problém chudoby.
- 2) Environmentální otázky, které vyvstávají ohledně vlivu masového cestovního ruchu na životní prostředí.

- 3) Politické otázky, odrážející politické dopady mezinárodního cestovního ruchu, který začal představovat pokračování historických nerovností mezi nejvyspělejšími zeměmi a zeměmi „třetího světa.“
- 4) Společenské otázky, včetně nového postmoderně kulturního trhu cestování.

V literatuře se můžeme setkat s pojmy alternativní cestovní ruch, ekoturismus, měkký cestovní ruch, udržitelný cestovní ruch, „zelený“ cestovní ruch, zodpovědný cestovní ruch, aj. (Leslie, 2012). Chápání těchto forem cestovního ruchu se často prolíná, případně jedna bývá vnímána jako podmnožina jiné.

Alternativní cestovní ruch se objevuje od 70. let jako protiváha masovému cestovnímu ruchu a také jako důsledek zjištění a vnímání dopadu moderního industriálního světa na společnost tzv. třetího světa a rozsáhlého využívání jejích zdrojů vyspělým světem (Cohen, 1987). Tato forma cestovního ruchu zahrnovala především alternativní formy cestování a hledání možností levné a šetrné formy přepravy a také alternativní formy ubytování bez potřeby záboru půdy a devastace krajiny hromadnými ubytovacími zařízeními. Tento přístup propaguje například ubytování účastníků přímo v rodinách, resp. v domácnostech, čímž navíc buduje přímý zdroj příjmů pro lokální komunitu (Dernoi, 1981). Triarchi a Karamanis (2017) považují alternativní cestovní ruch za zastřešující pojem pro nejrůznější formy cestovního ruchu, jejichž kolébkou jsou původně rozvojové země. Tyto formy se podle nich postupně objevovaly pod nejrůznějšími názvy a byly postaveny na základě více či méně odlišných modelů, přičemž jejich společným jmenovatelem byl citlivější přístup, upřednostňující v první řadě při plánování a rozvoji cestovního ruchu ohled na přírodní a kulturní zdroje. Za jádro těchto alternativních forem pak považují ekoturismus, kulturní cestovní ruch a kreativní cestovní ruch.

Ekoturismus je definován jako cestování, v jehož rámci si návštěvníci užívají přírodu a využívají to, co nabízí, ale zároveň stále podporují její zachování. Fenomén ekoturismu přinesl zejména nárůst zájmu o návštěvu chráněných přírodních oblastí a také rostoucí uvědomění potřeby integrovat ochranu přírodních zdrojů s ekonomickými potřebami zejména venkovské populace, jejichž obživa závisí na těchto zdrojích (Card & Vogelsong, 1981).

Koncept *měkkého cestovního ruchu* (soft tourism) byl formulován s cílem nalézt pro místní obyvatele rovnováhu mezi rozvojem a zachováním životních podmínek (Kariel, 1989). Tento termín pravděpodobně pochází z německy mluvícího odborného prostředí. Definice byla

formulována v rámci Mezinárodní komise pro ochranu Alp (CIPRA) a komunikována v prohlášení v roce 1984 (Danz, 1985). Měkký cestovní ruch vymezila jako cestovní ruch, který vytváří vzájemné porozumění mezi místními obyvateli a hosty, nenarušuje kulturní jedinečnost navštívené oblasti a vychází vstřícně krajině při absolutní minimalizaci negativních dopadů. Měkký cestovní ruch je v ostrém protikladu s tvrdým cestovním ruchem, který je charakteristický rozsáhlou externě vlastněnou výstavbou, která je jen velmi málo zaměřena na rozvoj a benefity místního prostředí a lokální komunity. Tvrdý cestovní ruch má tendenci k vytváření osamocených rekreačních rezortů, jejichž existence je extrémně závislá na cestovním ruchu (Slee, Farr & Snowdon, 1997).

Termín *udržitelný cestovní ruch* se začal skloňovat v 80. letech ruku v ruce s rozvojem konceptu udržitelnosti (Pigram, 1990). Jasně formulovaná myšlenka udržitelného rozvoje byla významně komunikována Mezinárodním svazem ochrany přírody (IUCN) v jeho Strategii zachování světa (Liu, 2003). V roce 1987 následovala zpráva Světové komise o prostředí a rozvoji vedené Gro Harlem Brundtlandovou pod názvem Naše společná budoucnost (Our Common Future), kde byla udržitelnost rozvoje definována jako uspokojování potřeb přítomnosti bez oslabování schopnosti budoucích generací uspokojovat jejich potřeby (Brundtland Commission, 1987). Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) vymezuje udržitelný cestovní ruch jako „*Cestovní ruch, který bere plný ohled na své současné i budoucí hospodářské, společenské a environmentální dopady, přičemž reaguje na potřeby návštěvníků, odvětví cestovního ruchu, prostředí a hostitelské komunity*“ (UNWTO, 2005). Podle UNWTO by udržitelný cestovní ruch měl:

1. Zajistit optimální využívání zdrojů prostředí, které představuje klíčový prvek rozvoje cestovního ruchu při zachování základních ekologických procesů a napomáhání zachovat přírodní dědictví a biodiverzitu.
2. Respektovat sociokulturní autentičnost hostitelských komunit, zachovat jejich tvorbu, prožívání a demonstraci kulturního odkazu a tradičních hodnot a přispívat k mezikulturnímu porozumění a toleranci.
3. Zajistit životaschopný, dlouhodobý hospodářský vývoj, přinášející všem zájmovým skupinám společensko-hospodářské přínosy, které jsou mezi ně spravedlivě rozděleny. To vše včetně stabilních pracovních a výdělečných příležitostí a dostupných sociálních služeb hostitelské komunitě.

Podle UNWTO tedy udržitelný cestovní ruch vyžaduje informovanou účast všech relevantních zájmových skupin, ale také silné politické vedení, aby mohl umožnit participaci a dosahování konsenzu. Dosahování udržitelnosti cestovního ruchu je kontinuální proces, který vyžaduje nepřetržitý monitoring vlivů a zavádění nezbytných preventivních nebo korekčních opatření, jakmile je jich zapotřebí. Udržitelný cestovní ruch by zároveň měl udržovat vysokou úroveň spokojenosti jeho účastníků a zajistit jim významný a smysluplný zážitek, který zvýší jejich povědomí o otázkách udržitelnosti a rozšíří mezi nimi informace o praxi udržitelného cestovního ruchu. Udržitelný cestovní ruch v sobě zahrnuje ekoturismus a zodpovědný cestovní ruch (Forsyth, 1995).

Četné destinace cestovního ruchu přistoupily k omezování dopadů cestovního ruchu na společensko-kulturní prostředí i životní prostředí. Z tohoto pohledu představuje hlavní výzvu dalšího rozvoje cestovního ruchu snaha omezit masový cestovní ruch a nepřizpůsobovat se potřebám masového cestovního ruchu (Amerta, Sara & Bagiada, 2018).

Existují i kritici přístupu k prosazování udržitelného cestovního ruchu. Liu (2003) je přesvědčen, že debata o udržitelném cestovním ruchu je v některých ohledech chybná, vychází z mylných představ, často je podložena falešnými předpoklady a argumenty, navrhuje chybná opatření a užití nepřiměřených prostředků.

Zelený cestovní ruch ve své původně vymezené podobě představuje fenomén lidí cestujících mimo svůj domov za účelem realizovat volnočasové aktivity ve venkovském prostředí, přičemž nepřipadají v úvahu takové oblasti, jako například urbanizovaná pobřeží, hotelové rezorty či lyžařská střediska (Jones, 1987). Přímé spojení „zeleného“ cestovního ruchu a venkovského prostoru jako cílového místa pro cestovní ruch se objevuje ve vymezení chápání tohoto pojmu i u dalších autorů (Didier, 1983; Lobry, 1985; Bramwell, 1990). Gülez (1994) považuje „zelený“ cestovní ruch za zastřešující pojem pro několik forem cestovního ruchu, a to přírodní cestovní ruch, ekoturismus a alternativní cestovní ruch. Scott (1990) konstatuje, že „zelený“ cestovní ruch přivedl návštěvníky a cestovatele do klidných venkovských oblastí, které se nechtějí nebo nepotřebují stát cílem masového cestovního ruchu.

V pozdějších letech je „zelený“ cestovní ruch spíše užíván jako označení pro aktivity omezování dopadu cestovního ruchu na přírodu a životní prostředí a pro environmentálně

šetrné aktivity cestovního ruchu (např. Font & Tribe, 2001; Gibson, Dodds, Joppe & Jamieson, 2003; Furqan, Som & Hussin, 2010).

Zodpovědný cestovní ruch zahrnuje všechny formy cestovního ruchu respektující přírodní, člověkem přetvořené a kulturní prostředí cílových destinací a zájmy všech zainteresovaných skupin, tedy hostitele a místní komunitu v cílové oblasti cestovního ruchu, hosty/návštěvníky, podniky cestovního ruchu, orgány státní správy a samosprávy, a další (Wheeller, 1990). Podle Wheelera (1991) se rozvinul jako reakce na masový cestovní ruch, který v dlouhodobém horizontu působí nevratné újmy cílovým destinacím (Wheeller, 1991). Je spojován s etickým apelem na zákazníky i tvůrce nabídky cestovního ruchu (Lea, 1993). K zodpovědnému cestovnímu ruchu se optimisticky vzhlíželo jako k nástroji citlivého plánování cestovního ruchu. Podle Wheelera (1991) se však tento přístup zdá být více nástrojem marketingové komunikace než šetrným plánovacím mechanismem. Tento směr vývoje potvrzují Goodwin a Francis (2003), podle nichž je zodpovědný cestovní ruch považován za trend trhu cestovního ruchu, který vyplynul z obecnějšího trendu na spotřebitelských trzích v prvním desetiletí 21. století. Tento trend zahrnuje problematiku etické spotřeby a také marketingové cílení na životní styl spotřebitelů (Goodwin & Francis, 2003).

Zavádění environmentálního managementu a přijímání pro-environmentálních opatření v cestovním ruchu se v západním světě stalo již dávno běžnou záležitostí – přinejmenším v renomovaných hotelech (Kirk, 1998; Kasim, 2007). Je to mimo jiné jeden z důsledků nutnosti řešit krizi cestovního ruchu spojenou s ekonomickou krizí na konci sedmdesátých a počátku osmdesátých let (Bronner & de Hoog, 2012), vedle rychle se rozšiřující environmentální legislativy v západních zemích (Kirk, 1995; Steger, 2000). K dosažení znatelného snížení ekologické stopy cestovního ruchu je však zapotřebí globální a celková akceptace a implementace těchto opatření a postupů.

Cestovní ruch ve východní Evropě se od toho západního – přinejmenším do devadesátých let – značně lišil ve vývoji počtu účastníků cestovního ruchu, jejich národním rozložení, v organizaci cestovního ruchu, ale také z hlediska národních vzorců chování účastníků cestovního ruchu (Vuoristo, 1981). Při přijímání trendu ekoturismu tak pro tento region existovalo několik neodmyslitelných problémů (Hall & Kinnaid, 1994). Následující transformace usnadnila prolnutí budoucího rozvoje s ideály udržitelnosti (Hall, 2000), navíc některé země prošly rychlejším a pokročilejším rozvojem cestovního ruchu (zejména

"visegrádské" státy Česká republika, Maďarsko, Polsko a Slovensko a také Slovinsko) než jihovýchodní Evropa (Hall, 1998).

Země střední a východní Evropy (CEE) a jejich hlavní turistické oblasti a atraktivita patří mezi významné destinace cestovního ruchu (Simpson, 1999) – například Praha v České republice (Balaz & Mitsutake, 1998), slovinské hory a jezera (Omerzel, 2006) nebo jiné přírodní zajímavosti (Konecnik, 2002) či jadranské pobřeží Chorvatska (Payne & Mervar, 2010). V poslední době vzrostl význam bulharských destinací (Haller, 2016) – zejména přímořských oblastí, ale také hor. Rumunské destinace naopak zřejmě nevyužívají svůj potenciál (Nicula & Spânu, 2018). Estonsko se stalo zajímavou destinací cestovního ruchu po zániku Sovětského svazu, stejně jako Ukrajina (Hall, 1998), která byla oblíbenou domácí destinací i v době, kdy byla součástí SSSR (Mazaraki & Voronova, 1993). Turecké pobřežní oblasti i jeho kulturní dědictví patří mezi celoevropsky významné destinace cestovního ruchu (Alvarez & Korzay, 2008). Teprve v posledních letech však v tomto regionu dochází k přijímání opatření a postupů šetrných k životnímu prostředí (Mihalič, Žabkar & Knežević, 2012) a často je pod tlakem právního prostředí s novými zákony a nařízeními v oblasti životního prostředí, které zavazují i podniky služeb cestovního ruchu (Bonilla Priego, Najera & Font, 2011; Jordan, 2012), které postupují často bez ambic jít nad rámec této legislativy. Jelikož podle definice cestovních služeb znamená alespoň jedno přenocování mimo trvalé bydliště (Dubois & Ceron, 2006), jsou tedy veškeré aktivity cestovního ruchu vždy spojeny s ubytováním a stravováním (Rothenberger, 2006). Ubytování je považováno za nevyhnutelný základní prvek rozvoje cestovního ruchu (Hobson, 1994). Z tohoto důvodu se znečištění životního prostředí a spotřeba zdrojů spojených s poskytováním ubytovacích služeb řadí v rámci cestovního ruchu – vedle dopravy – k celkově nejvýznamnějším znečišťovatelům (Müller, 1994; De Grosbois, 2012).

1.2 Environmentální problematika v ubytování

Ubytovací služby jsou zodpovědné za podstatnou část spotřeby energie, za část produkce oxidu uhličitého v turistickém sektoru (Michopoulos a kol., 2017) a za zvýšenou spotřebu vody (Pinto a kol., 2017). Budovy hotelů mají často vyšší spotřebu energie než jiné typy budov (Xing a kol., 2015). Nicméně, ubytovací zařízení by mohla být spravována zodpovědněji, pokud by k jejich provozu byla využívána energie z obnovitelných zdrojů (Dalton a kol., 2008, 2009) a také recyklovaná voda či jiné zdroje.

Moderní technologie jsou postupně zaváděny a implementovány (Iwanowski & Rushmore, 1994) a vývoj environmentálně šetrných opatření a postupů se rozvíjí již v celém odvětví ubytovacích služeb (Kirk, 1995) a ve všech typech destinací (Poon, 1994).

Molina-Azorín, Claver-Cortés, Pereira-Moliner a Tarí (2009) identifikovali tři druhy chování ubytovacích zařízení, které lze vysledovat v oblasti environmentálních praktik a provozu jednotlivých podniků. První skupinu proaktivních zařízení s nejpropracovanější environmentální strategií tvoří zařízení, která kombinují vyčíslení ekologických úspor a nákladů a využití ekologických argumentů v marketingových kampaních (do této skupiny patří hotely vyšší kategorie přidružené k hotelovému řetězci s vyšším počtem pokojů). Ve druhé skupině figurují naopak malá nezávislá zařízení nižší kategorie (3 hvězdičky), které zatím nemají formulovanou environmentální strategii. Mezi těmito dvěma typy existuje největší skupina zařízení (větší, ale nezávislé, 3 hvězdičky), se základním ekologickým závazkem – neaplikují pokročilá pro-environmentální opatření.

1.2.1 „Zelené“ ubytování

Termíny „zelený hotel“, „zelené ubytovací zařízení“ nebo „zelený ubytovací průmysl“ souhrnně zaštiťují ubytovací zařízení, která splňují alespoň některá kritéria udržitelnosti implementovaná v sektoru cestovního ruchu (Weaver, 2006; Gössling, Hall & Weaver, 2009). Výzkum probíhající v oblasti „zelených“ hotelů je extenzivní a pro více informací je možné nahlédnout do rozsáhlého souboru dostupné literatury, např. Merli a kol. (2019). Individuální porozumění principům udržitelnosti se liší, tudíž mohou být za udržitelná ubytovací zařízení považována jak ta, která splňují jen některé méně podstatné parametry (Han a kol., 2009), tak ta, která splňují složitá kritéria pro zařízení označená jako šetrná k životnímu prostředí (Buunk & van der Werf, 2019; Yilmaz, Unguren & Kacmaz, 2019).

„Zelené“ ubytování se vztahuje k široké škále ubytovacích aktivit v kontextu adaptace ubytování na změny trhu (Merli a kol., 2019). Tyto aktivity jsou motivovány úsilím minimalizovat náklady (Novacká a kol., 2019), ale také snahou se přizpůsobit současným trendům, které si žádají ekologičtější chování (Nguyen a kol., 2019). Výskyt těchto aktivit a motivace k nim se liší v závislosti na velikosti ubytovacího zařízení (Bohdanowicz, 2005). Rozdíly jsou patrné i v globálním měřítku. Zmíněné aktivity jsou více typické pro západní země (Novacká a kol., 2019) a už o něco méně typické pro kupříkladu východní Evropu (Mester a kol., 2016; Vujko a kol., 2018).

Z praktického pohledu je takzvané „zelené“ ubytování důležitou součástí podnikání v sektoru cestovního ruchu (Gao, Mattila & Lee, 2016; Hall a kol., 2016; Han & Yoon, 2015; Kim a kol., 2017; Manganari a kol., 2016). Přestože „zelená“ ubytovací zařízení jsou v ubytovacím průmyslu stále minoritní (Merli a kol., 2019), a to i nyní, kdy je trend „zelenání“ („going green“) na vzestupu (Chen & Tung, 2014), jejich význam pro naši budoucnost je nepopíratelný. V mnoha případech se může stát, že využívání konvenčních zdrojů energie a ubytování náročného na zdroje povede k nedostatečné konkurenceschopnosti, a tudíž budou tato ubytovací zařízení muset být nahrazena. Návštěvníci „zelených“ ubytovacích zařízení jsou rozhodujícím elementem ve výzkumu sociálních věd v oblasti cestovního ruchu s ohledem na životní prostředí (Nguyen a kol., 2019; Wei a kol., 2017; Dincer a kol., 2017).

Zavádění udržitelnosti a pro-environmentálních způsobů provozu přineslo v hotelnictví celou řadu praktických problémů, které vědci zkoumali. Kromě toho se přistupuje k takovým souvislostem, jako je propojení ekologizace hotelového provozu s ekologickým cestovním ruchem a ochranou přírody (Navrátil, Pícha & White Baravalle Gilliam, 2016).

Pro studium environmentálních změn v ubytovacích zařízeních existují jak vnitřní, tak vnější faktory. Důležitým interním faktorem jsou zaměstnanci. Externí faktory pak souvisejí s příslušnými zainteresovanými skupinami (Peršić, Janković & Vlašić, 2005) a vnímanou konkurencí nebo úrovní vnímané rivality v odvětví (Le a kol., 2006).

1.2.2 Prvky a opatření vedoucí k šetrnosti v ubytovacích zařízeních

Zavádění udržitelných postupů se liší. Tato problematika je předmětem mnoha odborných i vědeckých prací (Erdoğan, (2009) a můžeme uvést řadu příkladů. Existují například opatření usilující o snížení spotřeby energie (Xuchao, Priyadarsini & Eang, 2010), využívání obnovitelných zdrojů energie (Karagiorgas a kol., 2006; Xuchao, Priyadarsini & Eang, 2010; Silva & Delicado, 2017), hospodaření s vodou (March, Gual & Orozco, 2004), šetření vodou (Iwanowski & Rushmore, 1994), nakládání s odpady (Kumar, 2005), recyklace a opětovné využití (Iwanowski & Rushmore, 1994), preference místních zdrojů (Meyer, 2006), preference místních potravin (Elmont, 1995; Švec & Solarová; 2016), preference ekologicky šetrných prodejců/dodavatelů (Iwanowski & Rushmore, 1994), ekologicky šetrné služby nebo ekologicky šetrné součásti služeb (Tseng & Kuo, 2013) atd. Zodpovědné zacházení s odpadem v ubytovacím průmyslu je, až na zacházení s odpadní vodou, běžnou praktikou v hotelových pokojích (Andreck, 2009; Gossling, 2015; Han & Hyun, 2018c) a restauracích (Kaya, 2018; Perramon a kol., 2014; Pirani & Arafat, 2014). Za další aktivity by mohly být

považovány: výstavba ekologických a energii šetřících budov, jejich následný udržitelný management (Lee & Cheng, 2018; Millar & Baloglu, 2011) a zelená krajina (Trang, Lee & Han, 2019).

Důležitým aspektem rozvoje „zeleného“ ubytování nebo alespoň zavádění prvků ekologické šetrnosti do ubytovacích zařízení je také management těchto zařízení. V běžné praxi se „service greening“ („zelenání služeb“) vztahuje k počtu aktivit přidružených k finálnímu produktu nabízeném v ubytovacím sektoru. Levy a Park (2011) nabízejí nejjasnější přehled pojednávající o významu hotelových manažerů pro aktivity vztahující se k životnímu prostředí, přestože jejich výzkum byl zaměřen na společenskou zodpovědnost korporátů v ubytovacím průmyslu. Tyto aktivity mohou být podle Bohdanowicze (2006) rozděleny do tří hlavních kategorií: šetření energiemi, šetření vodou a zodpovědné zacházení s odpadem. Šetření energiemi zahrnuje využívání energie z obnovitelných zdrojů (Navrátil a kol., 2019) a samotnou problematiku šetření energie (Becken, 2013; Bohdanowicz & Martinac, 2007). Zodpovědné zacházení s vodou zahrnuje problémy spojené s úsporou vody (Han & Hyun, 2018b; Untaru a kol., 2016), opětovným využíváním odpadních vod (Han & Hyun, 2018c) a využívání alternativních vodních zdrojů jako je např. dešťová voda.

Vědci zkoumají postoje hoteliérů a hotelového managementu k tzv. ekologickým inovacím i problémy s jejich zaváděním. Jedním z často zmiňovaných problémů jsou náklady na investice do ekologických opatření (Aguilo, Alegre & Sard, 2005). Vysoká citlivost na investice do pro-environmentálních aktivit by mohla souviset s obecně vyššími fixními náklady a nízkou návratností investic typickou pro cestovní ruch a pohostinství (Faulk, 2000). Nejvíce příkladů úspěšného environmentálního managementu je v oblasti energetického managementu, kde jsou jasné motivace v podobě finančních úspor (Kirk, 1995). Environmentální řízení však nemusí zahrnovat kapitálově náročné projekty a nemusí nutně přinášet zvýšené provozní náklady (Kirk, 1995). Například v případě vody (Styles, Schönberger & Galvez Martos, 2013) nebo osvětlení (Scholz & Linderová, 2016) lze velké části potenciálních úspor dosáhnout relativně jednoduchými a levnými opatřeními. Navíc existuje perspektiva snížení provozních nákladů v důsledku investic šetrných k životnímu prostředí (Bohdanowicz, 2006).

Další práce se zabývají mírou dobrovolnosti v chování hotelů (Rivera, 2004; Ayuso, 2007; Blackman & Guerrero, 2012) s ohledem na skutečnost, že uplatňování environmentálního managementu a "udržitelných" postupů obecně není zákonnou povinností a poptávka

většinou není tak silná, aby iniciovala implementaci těchto přístupů do ubytovacích zařízení a přístupu jejich manažerů a zaměstnanců (Graci, 2009; Park & Kim, 2014).

1.2.3 Certifikace a ekoznačení

Mezi často diskutovaná témata patří certifikace a ekoznačení. Ekoznačení představuje označování výrobků a služeb, které jsou v průběhu celého životního cyklu prokazatelně šetrnější nejen k životnímu prostředí, ale i ke zdraví spotřebitele. Jejich kvalita přitom zůstává na velmi vysoké úrovni. Takové výrobky nebo služby lze (např. v obchodě) poznat podle jednoduchého a snadno zapamatovatelného symbolu, tzv. ekoznačky – odtud ekoznačení. Firmy mohou ekoznačku efektivně využít při marketingu takto oceněných produktů a spotřebitelé zase jako vodítko při nákupu ekologicky šetrnějšího zboží a služeb (CENIA, n.d.).

Obtíže přináší existence poměrně velkého množství ekoznaček nebo systémů environmentální certifikace v této oblasti (Font, 2002). Bohužel pro mnohé manažery a vlastníky v ubytovacím průmyslu, je získání „zelené“ certifikace plně překážek a investice je s velkou pravděpodobností nevratná (Aguilo a kol., 2005; Novacka a kol., 2019).

Environmentální certifikace je pravděpodobně ekonomicky výhodná pouze pro určitou velikost hotelů (Segarra-Oña, Peiró-Signes, Verma & Miret-Pastor, 2012), a i v těchto případech je vliv certifikace na ziskovost zpochybňován (Geerts, 2014). Firmy mají také pravděpodobně často za to, že přidaná hodnota ekoznačky spočívá v její využitelnosti jako demonstrace uskutečněných pro-environmentálních inovací (Iraldo & Barberia, 2017).

Při zavádění formálního systému environmentálního managementu existuje řada překážek, jako je nedostatek znalostí a dovedností, nedostatek odborného poradenství, nejistota výsledku, certifikátoři/ověřovatelé, nedostatek zdrojů a náklady na zavedení a údržbu (Chan, 2008). Náklady totiž přináší nejen realizace konkrétních opatření k naplnění podmínek certifikace, ale též poplatek za předložení žádosti o certifikaci a následně pak pravidelný poplatek za užívání značky.

Významným podnětem pro vůli ucházet se o certifikaci či získání ekoznačení mohou být poptávka, vnímání a požadavky zákazníků (Choi a kol. 2009; Lőke, Kovács & Bacsı, 2018). Ekoznačky mohou být nahlíženy jako nástroj zaměřený na řešení problému asymetrických informací. Umožňují zákazníkům rozlišovat mezi environmentálně „dobrymi“ produkty/službami (tedy s omezeným, či ideálně nulovým negativním dopadem na životní prostředí) proti produktům/službám, které jsou z hlediska environmentálních dopadů

„špatné“ (Kijek, 2015). Karlsson a Dolnicar (2016) však dospěli k závěru, že ekoznačení nemá zásadní vliv na obecnou poptávku v cestovním ruchu. Bruns-Smith, Choy, Chong a Verma (2015) pak odhalili zvýšenou ochotu účastnit se environmentálních programů, pokud zařízení nabízejí pobídky, například body do věrnostního programu, což by potvrzovalo, že samotná certifikací ověřená šetrnost k životnímu prostředí není hlavním podnětem pro výběr „zeleného ubytovacího zařízení“ k přenocování. Iraldo a Barberia (2017) konstatovali, že jakkoli certifikované ekoznačení přináší určité výhody na trhu, certifikované podniky je považují za malé oproti tomu, co očekávaly, když se rozhodly o certifikaci ucházet.

Ubytovací zařízení v České republice se mohou ucházet o certifikaci v několika programech. Patří k nim Ekologicky šetrná služba, EU Ecolabel. Udělování ekoznaček Ekologicky šetrný výrobek/služba a EU Ecolabel na českém trhu zprostředkovává česká informační agentura životního prostředí CENIA.

Ekologicky šetrná služba (EŠS)

Tato značka je udělována v rámci Národního programu označování ekologicky šetrných výrobků a služeb. Národní program se řídí ustanoveními technické normy ČSN ISO 14024 Environmentální značky a prohlášení - Environmentální značení typu I. Ekoznačka EŠS je proto uznávaným dokladem o kvalitách služeb i v zahraničí, ačkoli se vztahuje jen na služby nabízené na trhu České republiky. Certifikace je dostupná od roku 2005.

Odpovědným orgánem jsou Ministerstvo životního prostředí (garant Programu) a CENIA, česká informační agentura životního prostředí, pracoviště Agentura pro ekologicky šetrné výrobky a služby (výkonný orgán), která je v ČR pověřena příslušnými kompetencemi a výkonnými činnostmi (MŽP, 2006).

K získání ekoznačky Ekologicky šetrná služba musí ubytovací zařízení splňovat kritéria stanovená technickou směrnicí MŽP č. 43-2010, kterou se stanovují požadavky a ekologická kritéria pro propůjčení ochranné známky ubytovacím službám pro účastníky cestovního ruchu.

Technická směrnice vyžaduje v případě ubytovacích zařízení, u nichž je to možné, získávat alespoň 50 % energie z obnovitelných zdrojů. V prostorách, kde se svítí více jak pět hodin denně, musí být v zařízení nainstalovány úsporné žárovky minimálně v 80 % z celkového počtu. Pro vytápění venkovních prostor může být použita pouze energie získaná z obnovitelných zdrojů. Spotřeba vody na jeden pokoj za rok se může pohybovat mezi 60 až 220 m³. Průtok z kohoutků nesmí překročit 9 litrů za minutu, splachování pisoárů musí být

ruční, aby nedocházelo ke zbytečnému protékání vody. Výměna ručníků a ložního prádla se provádí na požádání nebo podle intervalu stanoveného zařízením. Jednorázová balení toaletních potřeb musí být odstraněna. Pokoje musí být vybaveny odpadkovými koši na tříděný odpad, nebo tyto koše musí být umístěny v jejich blízkosti. Ubytovací zařízení musí zajistit řádné školení personálu, poskytnout mu písemné dokumenty či příručky, které se týkají dodržování environmentálních aspektů. Hosté musí být informováni o environmentální politice ubytovacího zařízení, a to aktivní formou při příjezdu na recepci, ale také pomocí různých brožur a upozornění, která mají za úkol hosta vyzývat k zapojení se do ochrany životního prostředí. Ubytovací zařízení musí také neustále sledovat údaje o spotřebě energie a vody. Tato šetření je vhodné provádět každý měsíc nebo alespoň jednou za rok a zjištěné informace musí být sděleny příslušné organizaci, která v ubytovacím zařízení posuzovala žádost o ekoznačku. Stejně tak provádí ubytovací zařízení zjišťování údajů o spotřebě chemikálií (Redakce G&H, 2018).

Ekoznačka EU

Mezinárodní Ekoznačkou EU je možno prostřednictvím programu ekoznačení Evropské unie označovat produkty a služby od roku 1992. Jedná se o produkty šetrnější k životnímu prostředí, určené pro trh na území celé Evropské unie. Používané logo představuje stylizovanou květinu se zelenou lodyhou, květenství tvoří modré hvězdičky a symbol eura uprostřed. Součástí značky musí být nápis EU Ecolabel (Redakce G&H, 2018).

Proces udílení ekoznačky má sedm fází. Uchazeč o certifikaci platí jednorázový poplatek za žádost a v případě úspěšné certifikace pak roční poplatek (Your Europe, n.d.).

Kritéria pro udělení Ekoznačky EU pro ubytovací služby aktuálně stanoví Rozhodnutí Komise (EU) 2017/175 ze dne 25. ledna 2017 o stanovení kritérií pro ekoznačku EU pro turistické ubytování. Jedná se o 22 povinných kritérií a dále 45 nepovinných kritérií.

Povinná kritéria zahrnují:

1. Kritéria v oblasti celkového řízení (základ systému environmentálního řízení; školení zaměstnanců; informace pro hosty; celková údržba; sledování spotřeby).
2. Energetická kritéria (energetická účinnost zařízení pro vytápění vnitřních prostorů a zařízení pro ohřev vody; energetická účinnost klimatizátorů a tepelných čerpadel na bázi vzduchu; energetická účinnost osvětlení; regulace teploty; automatické vypínání zařízení pro vytápění, ventilaci a klimatizaci a automatické vypínání

osvětlení; venkovní topidla a venkovní klimatizace; odběr elektřiny od dodavatelů využívajících obnovitelné zdroje; uhlí a topné oleje).

3. Kritéria týkající se vody (účinnost vodovodního příslušenství: koupelnové baterie a sprchy; účinnost vodovodního příslušenství: záchody a pisoáry; snižování množství praného prádla opětovným používáním rušníků a lůžkovin).
4. Kritéria týkající se odpadu a odpadních vod (předcházení vzniku odpadu: plán k omezování odpadu ze stravovacích služeb; předcházení vzniku odpadu: předměty na jedno použití; třídění odpadu a jeho zasílání k recyklaci).
5. Další kritéria (zákaz kouření ve společných prostorách; podpora dopravních prostředků šetrnějších k životnímu prostředí; informace uváděné na ekoznačce EU).

Poplatky za žádost o ekoznačku EU:

1. mikropodniky: 200–350 EUR,
2. malé a střední podniky a společnosti z rozvojových zemí: 200–600 EUR,
3. ostatní společnosti: 200–2000 EUR.

Společnosti registrované v systému EMAS mohou získat slevu 30 % a společnosti certifikované podle ISO 14001 slevu 15 %. Slevy však nejsou kumulativní – splní-li žadatel podmínky obou systémů, platí pouze ta vyšší.

Výše ročního poplatku za používání ekoznačky nepřesahuje:

1. 18 750 EUR u mikropodniků, malých a středních podniků, a podnikatelů z rozvojových zemí.
2. 25 000 EUR pro všechny ostatní společnosti.

Roční poplatek může být paušální nebo vypočítaný na základě ročních tržeb, které výrobek, jemuž byla ekoznačka udělena, v EU podniku přinesl. Pokud se roční poplatek počítá jako procentní podíl roční tržby, nesmí přesáhnout 0,15 % této hodnoty. V případě malých a středních podniků, mikropodniků a žadatelů z rozvojových zemí se roční poplatek snižuje nejméně o 25 %.

1.2.4 Vnímání ochrany životního prostředí ze strany manažerů ubytovacích zařízení

Zdá se, že hotelnictví zaostává za ostatními odvětvími citlivými na životní prostředí (Hsieh, 2012). Významná je role manažerů ubytovacích zařízení (Prud'homme & Raymond, 2016), kteří mohou ovlivnit, jaké zdroje energie budou využívány (Önüt & Soner, 2006), jaká

technologie vytápění a klimatizace bude použita (Kirk, 1995), a podobně i využívání dalších elektrospotřebičů a technologií a přijímání opatření - např. instalace úsporného osvětlení (Kirk, 2009), energeticky úsporných spotřebičů pro vaření a chlazení potravin (Beccali a kol., 2009), hospodaření s vodou (Kasim a kol., 2014), nakládání s odpady/snižování množství odpadů a jejich likvidace (Kirk, 1995) – tj. čištění odpadních vod (March, Gual & Orozco, 2004) nebo nakládání s pevným odpadem (Erdogan & Baris, 2007), nabídka biologicky odbouratelných čisticích prostředků (Kirk, 1995) nebo alespoň zmenšení objemu používaných chemikálií (Kučerová, 2012), politika poskytování ručníků (Kirk, 1995), výběr rostlin přizpůsobených konkrétnímu prostředí (Mihalič, Žabkar & Knežević Cvelbar, 2012).

Názory manažerů ubytovacích zařízení na výhodnost (či dokonce rentabilitu) zavádění ekologicky šetrné produkce jsou často negativní (zejména u malých zařízení). Důvodem je to, že návštěvníci možná do určité míry upřednostňují zařízení dodržující ekologicky šetrné postupy, ale zároveň nejsou ochotni za tyto služby platit další peníze (Kim & Han, 2010; Manaktola & Jauhari, 2007).

Manažeři hotelů spojených s řetězci však věnují environmentálním otázkám větší pozornost než nezávislí provozovatelé (Bohdanowicz, 2005; Chan, 2011). Míra jejich starosti o tuto oblast také vykazuje významnou souvislost s hvězdičkovou klasifikací hotelu (Mensah, 2006, Chan, 2008). Předpokládá se, že environmentální postoje vrcholových manažerů ovlivňují aktivity hotelů v oblasti environmentálního řízení (Park, Jeong Kim & McCleary, 2014). Nověji bylo potvrzeno, že zaměstnanci mají obecně vliv na environmentální výkonnost hotelů (Chan, Hon, Okumus & Chan, 2017). Bylo zjištěno, že existuje mnoho aspektů ovlivňujících rozhodování o pro-environmentální orientaci hotelového managementu – literatura se orientuje zejména na motivaci, bariéry, podporu ze strany veřejného sektoru a vnímání problematiky legislativy.

Průmyslová odvětví jsou motivována k zavádění postupů environmentálního řízení a implementaci ekoinovačních prvků z různých důvodů. Zmud (1984) zjistil, že na inovace v organizaci má vliv jak postoj vrcholového managementu, tak vnímavost organizace ke změnám. Také Rennings (2000) identifikoval regulační push a pull efekt na ekoinovace. Nicholls a Kang (2012) odhalili, že mezi vnímáním významu ekologických iniciativ a jejich skutečným přijetím či realizací jsou u manažerů ubytovacích zařízení značné rozdíly. Mezi dalšími motivačními vlivy zejména hotelového managementu (např. Quazi a kol., 2001) byly jako nejdůležitější zjištěny úspory nákladů na řízení podniku, konkurenční výhoda, legislativa a tlak zákazníků/spotřebitelů (např. Chan & Wong, 2006; Graci & Dodds, 2008).

Byly identifikovány a zkoumány různé překážky zavádění environmentálních postupů, například přímo v hotelnictví: (1) nedostatek znalostí a dovedností; (2) nedostatek odborného poradenství; (3) nejistota výsledku; (4) certifikátoři/ověřovatelé; (5) nedostatek zdrojů; a (6) náklady na implementaci a údržbu (Chan, 2008). Post a Atma (1994) uvádějí organizační překážky - jako jsou postoje personálu, pochopení vrcholového managementu, interní komunikace a administrativní dědictví (minulá praxe/standardní provozní postupy) - a odvětvové překážky (kapitálové náklady, zájem společnosti, regulační omezení, dostupnost informací nebo technických znalostí). Důležitou roli ve vnímání bariér hrají environmentální postoje manažerů ubytovacích zařízení (Bohdanowicz, 2006).

Podpora ze strany vlády, místních samospráv nebo nevládních organizací hraje důležitou roli při prosazování postupů environmentálního řízení v podnicích (Delmas & Toffel, 2004; Sarkis, Gonzalez-Torre & Adenso-Diaz, 2010). Nedostatek vládní podpory je považován za významný faktor, který brání přijetí praxe environmentálního řízení (Massoud, Fayad, El-Fadel & Kamleh, 2010).

Hillary (2004) uvádí, že nedostatek dostupné finanční podpory je jedním z nejdůležitějších faktorů nízké míry zavádění systémů environmentálního řízení. Bez dostupnosti odpovídajících zdrojů může v hotelech docházet ke zpoždění při přijímání a zavádění systémů environmentálního řízení (Chan, 2008). Přesto Počuča a kol. (2017) zjistili, že slabé zastoupení přizpůsobených finančních mechanismů je v mnoha zemích hlavním omezením ekologických opatření v podnikání, a to i přesto, že např. v evropských zemích lze pro odpovídající ochranu životního prostředí využít různé daňové zdroje. Švédské zkušenosti s místní správou ukázaly spíše radikální rétoriku a ambiciózní cíle s poměrně skromnými výsledky, pokud jde o hmatatelné výsledky (Granberg & Elander, 2007).

Mnoho hotelů zavádí vyšší environmentální standardy, protože se chtějí vyhnout právním problémům (Bonilla Priego, Najera & Font, 2011). Řada odborníků a manažerů, kteří upřednostňují zavádění environmentálního řízení, vnímá vládní regulaci, a tím i právní tlak, jako primární v podpoře přístupů k udržitelnosti (Seuring & Müller, 2008). Jones (2010) na základě mnoha teoretických závěrů a empirických výsledků řadí právní tlaky mezi nejsilnější determinanty dobrovolné strategie environmentálního managementu. Mazzi a kol. (2016) dospěli k závěru, že jedno z hlavních využití certifikovaného systému environmentálního managementu souvisí s dodržováním právních požadavků. Na druhou stranu Shan a Tam (2002) ve svém průzkumu překážek rozvoje environmentálního

managementu dospěli k závěru, že případný nedostatek právního tlaku a vymáhání dodržování regulativních opatření ze strany vlády je nevýznamným faktorem.

Existují i další faktory podporující zavádění environmentálního managementu. Podpůrnými faktory mohou být lepší dostupnost informací a environmentální povědomí hoteliérů i hotelových klientů, propagace a šíření environmentální certifikace a finanční podpora. Mezi překážky patří rostoucí náklady spojené s certifikací (Chan & Wong, 2006) a složitost certifikačního procesu (Sloan a kol., 2009). Existují také některé atraktivní motivy udržitelného nebo pro-environmentálního jednání, jako je vnímaná konkurence na trhu (Le a kol., 2006) a „zelené“ trendy mezi zákazníky ubytovacích zařízení (Kang a kol., 2012).

1.2.5 Hotelnictví ve střední a východní Evropě

„Zelené“ hotely nebo hotely přijímající alespoň některá opatření šetrná k životnímu prostředí se v posledních dvaceti letech postupně objevují ve střední a východní Evropě, a to v různém počtu v jednotlivých zemích (Pavia, Stipanovic & Floricic, 2013).

Provozní prostředí hotelů v zemích střední a východní Evropy se v průběhu 90. let 20. století výrazně změnilo. Vývoj lze posuzovat ze tří hledisek: (1) změny vnitřní politiky a hospodaření zemí; (2) změny ve struktuře vnějších vztahů zemí včetně toků cestovního ruchu; (3) a změny v rámci samotného světového odvětví cestovního ruchu (Johnson, 1997). Intenzita změn ve vnitřní ekonomice závisela na míře liberálnosti předchozího politicko-ekonomického systému. Soukromý sektor byl v období komunismu omezený - představoval např. 20 % HDP v Polsku v roce 1989 (Sinitsina & Chudakova, 2005) nebo 3,3 % HDP v Československu v roce 1983 (Bohata & Mladek, 1999). Situace v "západněji" orientovaných zemích střední Evropy (Polsko, Česká republika, Slovensko a Maďarsko) se rychle dostala spíše na vyšší úroveň (Gibb, 1993). Například v České republice, Maďarsku a na Slovensku vzrostl v letech 1990-1996 počet hotelových lůžek o 40-60 % a zlepšení kvality ubytování bylo ve všech těchto zemích prioritou (Balaz & Mitsutake, 1998). V zemích, které byly v roce 2004 přizvány ke vstupu do EU, byl přechod rychlejší a hlubší, zatímco míra internacionalizace (přítomnost mezinárodních hotelových řetězců) byla odlišná – úroveň rozvoje mezinárodního hotelového sektoru se významněji zvýšila v Maďarsku, Polsku, České republice, Bulharsku, Chorvatsku a Rusku (Niewiadomski, 2016). Noví soukromí vlastníci iniciovali významné provozní investice (Assaf & Knežević Cvelbar, 2011). V každém případě lze obecně konstatovat kvalitativní a kvantitativní pokrok v hotelnictví, pokud jde o počet hotelů i jejich kvalitu/kategorii (Vukosav & Čurčić, 2013). Hotelové řetězce při pronikání na trh uplatňovaly především nekapitálové nebo kapitálové

nenáročné způsoby rozšiřování podnikatelských aktivit do zahraničí (franšíza, manažerská smlouva, pronájem a marketingové konsorcium) (Ivanova & Ivanov, 2014).

Investice do hotelů ve střední a východní Evropě vzrostly (Bader & Lababedi, 2007) a hotelový management se dočkal mnoha zlepšení (po vzoru západních zemí nebo podle nových trendů), např. v oblasti lidských zdrojů (Lucas, Marinova, Kucerova & Vetrokova, 2004), měření výkonnosti (Buhovac & Groff, 2012), etických norem (Fox, 2000), řízení výnosů (Ivanov, 2006), řízení kvality (Blešić, Tešanović & Psodorov, 2011), řízení výnosů (Ivanov, 2014), řízení vztahů se zákazníky/CRM (Josiassen, Assaf & Knežević Cvelbar, 2014) a také udržitelnost (Knežević Cvelbar & Dwyer, 2013), environmentálního managementu a ekoznačení (Bradić, Kosar, Djeri, Vukosav & Garača, 2017). Obecně bylo zjištěno, že mezinárodní hotelové řetězce jsou efektivnější než národní hotelové řetězce nebo hotely, které jsou v nezávislém vlastnictví (Assaf & Barros, 2013). Pro-environmentální aktivita hotelů navíc klesá od vyšší úrovně v západní Evropě k nižší v jihovýchodní Evropě (Bohdanowicz, Zanki-Alujevic & Martinac, 2004; Erdogan & Baris, 2007).

V České republice se od počátku třetího tisíciletí očekával v oblasti environmentálně přátelských hotelů, tedy šetrných k životnímu prostředí, významný rozvoj. V roce 2006 byl certifikován první hotel (Redakce Nazeleno.cz, 2013). Start certifikace (a to včetně dodržování zásad certifikace a její obnovování) se nakonec ukázal být velmi komplikovaným, což se jednoznačně projevilo. V roce 2013 mělo již pouze pět hotelových ubytovacích zařízení v České republice platnou certifikaci EU Ecoflower (Navrátil a kol., 2016; Chromá, 2013; Kreuzigerová, 2009).

1.3 Chování a postoje účastníků cestovního ruchu a spotřebitelů služeb cestovního ruchu

Dalším významným prvkem budování udržitelnosti cestovního ruchu a zavádění environmentálních opatření v této oblasti jsou poptávka, vnímání a požadavky zákazníků (Choi a kol., 2009; Lőke, Kovács & Bacsi, 2018). Bruns-Smith a kol. (2015) například odhalili zvýšenou ochotu účastnit se environmentálních programů, pokud ubytovací zařízení nabízejí pobídky, například body do věrnostního programu.

Podle teorie plánovaného chování (Ajzen & Fishbein, 1977) je chování ovlivněno třemi hlavními faktory – životní postoje, osobní hodnoty a kontrola chování (Ajzen, 1991). Tyto

faktory jsou běžně užívány i pro analýzy predikovaného chování ve studiích volnočasových aktivit (Ajzen & Driver, 1992).

Rovněž se ukázaly být spolehlivými indexy výběru „zelených“ ubytovacích zařízení současnými i potenciálními návštěvníky (Chen & Tung, 2014; Han a kol., 2010; Han & Yoon, 2015; Verma & Chandra, 2018). Tyto proměnné měly přímý vliv, nebo alespoň nějaký vliv, na výběr „zeleného“ pobytu u návštěvníků s předchozí zkušeností se „zeleným“ ubytováním (Han & Yoon, 2015). Vliv těchto proměnných byl vyhodnocen jako statisticky signifikantní ve všech zmíněných studiích, a to bez ohledu na to, jaké záměry byly předmětem testování. Reálné chování respondentů by tudíž mělo přímo souviset se zmíněnými aspekty plánovaného chování. Požadavky a očekávání evropských ekoturistů se liší podle země jejich původu (Dragan, Toader & Petrescu, 2014; Vujko a kol., 2017).

1.3.1 Pro-environmentální chování mimo turistické aktivity

Chování ohleduplné k životnímu prostředí je ovlivněno postoji turistů v jejich běžném životě, což bylo potvrzeno v menších studiích zabývajících se šetřením vody a opětovným používáním osušek (Dimara a kol., 2017; Han & Hyun, 2018c; Untaru a kol., 2016). Obdobně Kostakis a Sardianou (2012) odhalili vyšší ochotu zaplatit vyšší cenu za šetrnější služby u skupiny hostů, kteří se aktivně zajímají o problematiku ekologicky šetrného cestovního ruchu a ekologicky šetrnou spotřebu zdrojů energie.

Volba nabídky produktů či služeb šetrných k životnímu prostředí na trhu udržitelného cestovního ruchu je výsledkem vlastního závazku jednotlivců, ekologicky uvědomělé orientace a osobních kvalit (Navrátil a kol., 2016).

1.3.2 Předchozí studie poptávky po ekologicky šetrném ubytování

Výzkumníci byli v předešlých studiích zaměřeni na problematiku věrnosti vůči „zeleným“ ubytovacím zařízením. Rozhodujícím faktorem je buď záměr v takových zařízeních pobývat a/nebo záměrné doporučení těchto zařízení (Han a kol., 2011; Han a kol., 2010), potenciálně zprostředkované vlastním zážitkem (Han & Yoon, 2015). Nicméně, jak tvrdí Kim a kol. (2017), propojení mezi jmenovanými záměry a reálným chováním není tak jasné, jak se předpokládalo. Mezi studované koncepty výzkumu volby „zelených“ ubytovacích zařízení patří: pohlaví, věk, vlastnosti „zelených“ ubytovacích zařízení, životní postoje, osobní hodnoty, kontrola chování, povědomí o environmentální problematice, obavy o životní prostředí, vliv přirozeného prostředí, vnímaná efektivita, ekologické chování, ekologické záměry, ekologická reputace, image, emoce, tužby, záměr navštívit „zelené“ ubytování,

záměr doporučit, záměr připlatit si a frekvence těchto zážitků (Balaji a kol., 2019; Chen & Tung, 2014; Han a kol., 2011; Han a kol., 2009; Han a kol., 2010; Han & Hyun, 2018b, 2018c; Han & Yoon, 2015; Kim a kol., 2017; Kim & Han, 2010; Lee a kol., 2010; Lee a kol., 2011; Merli a kol., 2019; Trang a kol., 2019; Untaru a kol., 2016; Verma & Chandra, 2018).

Nicméně, v našem zájmu není testovat komplexní model prediktorů konkrétních záměrů chování, ale identifikovat rozdílnost faktorů mezi turisty, kteří se exkluzivně ubytovávají v konvenčních ubytovacích zařízeních, a těmi, kteří se primárně ubytovávají v „zelených“ zařízeních. Z výše zmíněných konceptů byly vybrány čtyři skupiny faktorů:

- Socio-demografický status respondentů zahrnující pohlaví, věk, původ a ekonomický status respondentů.
- Pro-environmentální chování v turistice zahrnující životní postoje, osobní hodnoty, kontrolu chování.
- Pro-environmentální chování v každodenním životě zahrnující faktory životního stylu zaměřeného na zdraví a udržitelnost.
- Preference vlastností „zelených“ ubytovacích zařízení.

Přestože je většina modelů vysvětlujících záměr pobývat v „zelených“ ubytovacích zařízeních založena na různých aspektech pro-environmentálního chování a jeho prediktorů, pozornost také upoutávají následky socio-demografického statusu. Primárně je kladen důraz na vliv pohlaví a věku. Kladný vztah k péči o životní prostředí, životní postoje, vnímání a záměrné chování v cestovním ruchu je typičtější pro ženy než pro muže (Han a kol., 2009; Han a kol., 2019), protože ženy jsou považovány za více zodpovědné a pro-environmentální během cestování (Dolnicar, 2006; Kim, 2012). Na druhou stranu, existují i modely tvrdící opak (Kang a kol., 2012; Kostakis & Sardianou, 2012). Kostakis a Sardianou (2012) například identifikovali významnější míru ochoty připlatit si za „zelené“ hotelové služby ve skupině mužských zařízení a aktivně se zajímají o problematiku ekologicky šetrného cestovního ruchu, šetrnosti k životnímu prostředí a šetrné využívání zdrojů energie obecně.

Vliv věku na pro-environmentální chování v cestovním ruchu je většinou smíšený. V některých studiích se věk zdál být podstatným faktorem pro pro-environmentální chování (např. Han a kol., 2019). V jiných případech nebyl tento vztah potvrzen (Dimara a kol., 2017; Han a kol., 2009).

„Zelené“ chování je zpravidla spojováno s vyššími náklady během cestování (Millar & Baloglu, 2011). Zejména lidé s více pro-environmentálními postoji jsou obvykle ochotní utratit více za „zelené“ dovolené (Kang a kol., 2012). Také je možné, že původ návštěvníků výrazně ovlivňuje jejich chování (Brida a kol., 2013; Caber & Albayrak, 2014), včetně jejich postojů k cestování s ohledem na životní prostředí (Liu a kol., 2016; Wang & Huang, 2013). Předchozí studie ukazují, že jednotlivým „zeleným“ aktivitám se od účastníků cestovního ruchu dostává různých stupňů reakcí (Andereck, 2009; Balaji a kol., 2019; Han & Hyun, 2018b, 2018c; Lee & Cheng, 2018; Saura a kol., 2018; Trang a kol., 2019). Již bylo řečeno, většina „zelených“ opatření v ubytovacím sektoru je vnímána jako pozitivní. Nicméně, někteří účastníci vnímají „zelenání“ jen jako marketingový nástroj sloužící k vlastnímu finančnímu obohacení poskytovatelů služeb (Yi a kol., 2018). Formování příznivého/nepříznivého postoje k pobytu v „zeleném“ ubytovacím zařízení je ovlivněno též tím, jak názorový vůdce či příslušníci referenční skupiny smýšlejí o chování šetrnému k životnímu prostředí (Han, Hsu & Sheu, 2010).

1.4 Ubytovací zařízení jako základní prvek rozvoje a zároveň problém cestovního ruchu

Mezi cestovním ruchem a sektorem ubytování je teorií identifikováno množství vztahů (Yeh, 2019) a modelů vzájemného ovlivňování obou na sobě závislých odvětví (Guo & He, 2012). Cestovní ruch je nejen zdrojem poptávky po ubytovacích službách, ale také po produktech dalších odvětví (Barbu & Stānilā, 2016), např. výroby potravin (Telfer & Wall, 1996). Ubytovací zařízení jsou považována za základ infrastruktury cestovního ruchu (Rothenberger, 2006; Salerno, 2010). Z hlediska marketingu jsou produktem ubytovacích zařízení ubytovací služby. Kvalita a poskytování ubytovacích služeb se často stávají kritériem pro hodnocení úrovně služeb v konkrétních regionech (např. Magombo, Rogerson & Rogerson, 2017, či Rogerson & Rogerson, 2019). Jako ubytovací zařízení jsou definovány objekty, prostory nebo plochy, kde je poskytováno ubytování pro veřejnost (Klimova a kol., 2015). Stavbu ubytovacího zařízení v České republice upravuje dle vyhlášky Ministerstva pro místní rozvoj České republiky, která říká, že ubytovací zařízení je „stavba nebo její část, kde je veřejnosti poskytováno přechodné ubytování a služby s tím spojené; ubytovacím zařízením není bytový a rodinný dům a stavba pro individuální rekreaci; ubytovací zařízení se zařazují podle druhů do kategorií a podle požadavku na plochy a vybavení do tříd, které se v České republice označují hvězdičkami.“ Podniky nabízející ubytování se významně liší

vybavením, zaměřením (Morrison a kol., 1996), poskytovanými službami a cenou za služby (Saló a kol., 2014).

1.4.1 Členění ubytovacích zařízení

Metodika používaná Českým statistickým úřadem (ČSÚ) člení ubytovací zařízení na hromadná a individuální. Toto základní členění je využíváno ve výzkumných statích – např. Chalupa a Janoušková (2014), či Švec a kol. (2017). Mezi základní kategorie hromadných ubytovacích zařízení se řadí hotel, motel, penzion a kategorie ostatních ubytovacích zařízení (ubytovny, koleje, svobodárny, internáty, kempy a skupiny chat nebo bungalovů, vybavené pro poskytování přechodného ubytování).¹ Výše zmíněné rozlišování na kategorie a třídy aplikují i instituce věnující se praxi a výzkumu cestovního ruchu a ubytovacích služeb, např. Český statistický úřad, Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, agentura CzechTourism a další orgány. Z vyhlášky vychází také materiál „Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2021 – 2025“, který ve svém materiálu dobrovolného charakteru kategorie rozpracovává na hotel, motel, penzion, specifická hotelová zařízení do kterých klasifikace řadí lázeňský/spa hotel, rezort/golf rezort hotel a dependance. Novou kategorií je apartmánový hotel/apartmánový komplex². Touto kategorií materiál reaguje na současné změny na trhu a růst počtu těchto zařízení. V případě „nehotelových“ typů ubytování existuje „Doporučení upravující základní ukazatele pro poskytování ubytovacích služeb v rámci ubytování v soukromí, v kempech a chatových osadách a turistických ubytovnách“, které rozeznává kategorie turistická ubytovna, chatová osada, kemp a specializovaná zařízení. V případě individuálních zařízení se lze při kategorizaci řídit Klasifikací ubytování v soukromí, která kromě kategorií ubytování označuje minimální požadavky jednotlivých tříd ubytování v soukromí. K základním kategoriím patří: pokoje pro hosty, apartmány pro hosty, objekty pro rekreaci a malé penziony.³ Členění ubytovacích zařízení je individuální dle konkrétních zemí. Lze srovnat např. studie Oldham a kol. (2000), Václavíková a kol. (2012) a Sedai

¹ Vyhláška 501/2006 Sb Ministerstva pro místní rozvoj „o obecných požadavcích na využití území“

² Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky 2021–2025

³ Oficiální jednotná klasifikace ubytování v soukromí

(2011). I přes různá pojetí kategorií se objevují také práce, které srovnávají kategorie zařízení a jejich úroveň služeb (Cave a kol., 2007).

1.4.2 Hromadná ubytovací zařízení

Hromadná ubytovací zařízení, zejména potom hotely a penziony, poskytují ubytovací, stravovací a společensko-zábavní služby v cílových destinacích cestovního ruchu (Gúčik & Patůš, 2005). Tato zařízení jsou definována jako objekty, kde se za úplatu poskytuje ubytování všem kategoriím účastníků cestovního ruchu (Křížek & Neufus, 2011). Tato zařízení poskytují významněji také pobyty při obchodních a služebních cestách (Radojevic, 2018). Hromadná ubytovací zařízení hotelového typu se člení dle umístění (přímořská, horská, městská, lázeňská, rekreační), dle převažujících doplňkových služeb (kongresová, wellness, lázeňská, sportovní, relax, rodinná) a dle velikosti (malá, střední, velká, mega) (Křížek & Neufus, 2011). Poskytované služby mají zásadní vliv na spokojenost klientů cestovního ruchu s pobytem (Radojevic, 2018). Očekávání zákazníků jsou značně individuální a obtížně předvídatelná (Ariffin & Maghzi, 2012), nicméně je nutné požadavky a očekávání naplnit, protože negativní reakce zákazníků mohou být pro současný marketing problematické (Heung & Lam, 2003). Kvalita poskytovaných služeb musí být v souladu s cenou účtovanou za služby (Olimovich & Khudoynazarovich, 2020). Kvalita zařízení není v současné době vnímána jen optikou kvality služeb, ale také například optikou designu budovy (Ransley & Ingrmam, 2000). Pro měření kvality služeb se v ubytovacích službách využívá např. model, který uvedl Zeithaml a kol. (1993). Model dále používali např. Dion a kol. (1998), či Pena a kol. (2013).

Zkoumanou oblastí jednoho z výzkumů je oblast Jižních Čech, pro kterou jsou významné i typy nehotelového ubytování. Významnou kategorií jsou kempy, které poskytují své služby více než 100 let (Eells, 1986). Počátky kempování v Americe lze hledat v pochopení podstaty divočiny, ale nebylo zde žádné organizované táboření (Nash, 1963). Počátky moderního kempování lze doložit po druhé světové válce, kdy se zvyšuje fond volného času a motorizace a vznikají velká střediska pro účastníky cestovního ruchu (Janiskee, 1990). Vývoj kempů a jejich produktu sleduje např. Sharpley (2017), který si všímá posunu od jednoduchých míst pro přespání až po podniky s luxusními službami, které se už prvním kempům nepodobají skoro v ničem. Dnešním kempům v České republice předcházela doba trampingu, který se stal českým fenoménem (Hurikán, 1990), avšak má původ ve Spojených státech označovaný jako Woodkraft. Motivem pro jeho založení byl návrat k přírodě, úctě k ní (Turtureanu, 2008).

Kemping je považován za rekreační aktivitu, ve které účastníci přechodně pobývají ve venkovním prostředí a pro ubytování využívají stanů, nebo obytných vozidel (Al-Zahawi a kol., 2019). Kempem se rozumí ubytovací zařízení pro přechodné ubytování ve vlastním zařízení hostů (stan, obytný přívěs, obytný automobil, maringotka apod.) nebo v ubytovacích objektech provozovatele (chaty, stany, obytné přívěsy, mobilní buňky, maringotky apod.) nebo jejich samostatně pronajímaných částech⁴. Ubytování v kempech je spojené s pobytem v přírodě, či u vodních ploch (Valdéz a kol., 2007). Pro majitele kempů je významná také cenotvorba, která v dobách sofistikovaných produktů a konkurence hraje významnou roli (Poldrugovac & Janković & Peršić, 2019). Stejní autoři ale zároveň dodávají, že v současné době neexistuje žádné mezinárodní srovnání cenové politiky, které by potenciálním účastníkům cestovního ruchu mohlo pomoci v orientaci. Nad cenotvorbou a ekonomikou provozu se zamýšlí také AL-Zahawi a kol. (2019).

Kempy přestávají být synonymem pro levnou dovolenou, kdy současná klientela poptává sofistikovanější vybavení a dokonalé služby, které zákazníky uspokojují. Význam spokojenosti pro podnikání připomínají Viljoen a kol. (2019). Novým fenoménem je např. glamping, tj. moderní předem připravené stanování (Fernandes a kol., 2021) včetně veškerého vybavení, které nabízí vyšší komfort (Brochado & Pereira, 2017). O tomto moderním fenoménu píše také např. Fernandes a kol. (2021), Liberato a kol. (2020) se zamýšlejí nad hodnotou získanou za peníze (Pigou, 1917). Významným trendem je také volné (divoké) kempování (Rantala & Varley, 2019). Jedná se o možnosti tábořit na veřejném místě, které není certifikovaným tábořištěm. Táboření probíhá bez kontroly, nebo s omezenou kontrolou a bez nákladů, nebo s velmi nízkými náklady (Kearns a kol., 2017). Jak je vidět, dva popsané trendy oslovují úplně jiný segment klientů. Pokud staršími zdroji bylo prokázáno, že hosté kempů jsou příslušníci ze střední a vyšší střední vrstvy obyvatelstva (Bultena & Klessig, 1969), dnešní host kempu může být příslušníkem jakékoliv sociální skupiny (Del Moretto a kol., 2017), což také prokazují praktické zkušenosti z posledních dvou sezón i v České republice. Díky ubytování účastníků z různých segmentů společnosti se mohou v kempech vytvářet konflikty mezi samotnými ubytovanými (Clark a kol., 2009).

⁴ Vyhláška 501/2006 Sb. Ministerstva pro místní rozvoj „o obecných požadavcích na využití území“

Kempy v některých destinacích tvoří základ ubytovací struktury (Mallikage a kol., 2021), a jsou považovány za „zelenou“ formu ubytování (Warren & Bingham, 1994). Zařízení však musí inovovat své vybavení a služby (Liang, 2008), a v některých případech se odklánějí od „zelené“ koncepce (např. vyšší spotřeba vody pro obytné vozy, vyšší spotřeba elektrické energie) např. již zmíněný glamping. I to může být důvodem, proč někteří autoři s ekologičností kempů nesouhlasí a uvádí, že krajina byla silně tímto fenoménem ovlivněna, kdy jako největší problém je zmiňováno odstraňování vegetace (Cole a kol. 2008). Dalším problémem řešeným v rámci kempů je produkce odpadu a diskutována je možnost jejího snižování ve všech typech kempů a tábořišť (Cooley, 2005).

1.4.3 Individuální ubytovací zařízení

Ubytování v soukromí představuje možnosti snížení nezaměstnanosti a sociálního napětí v místní komunitě; využití místních zdrojů; ochranu životního prostředí, omezení monopolu hotelového ubytování prostřednictvím rychlejší adaptace; flexibility a inovativnosti; zastavení odlivu obyvatelstva; generování přímých příjmů pro členy komunity a zamezení úniku příjmů z cestovního ruchu mimo region (Portolan, 2013). Pro ubytování v soukromí jsou typičtí malí, nezávislí často flexibilní poskytovatelé ubytování (Floričić & Pavia 2018). Ubytování v soukromí je nejstarší formou ubytování a v mezinárodním měřítku se vyskytuje v mnoha variantách často pod různými názvy (Petric & Mimica, 2011). Bastakis a kol. (2004) uvádějí, že více než 90 % podniků poskytujících ubytovací služby patří do sektoru tzv. rodinného podnikání. Z výše uvedeného pak tedy vyplývá již zmiňovaná role malých ubytovacích zařízení, která je neopomenutelná z hlediska ekonomických přínosů pro region a stát (Vlahov & Vuletic, 2016).

Ubytování v soukromí bylo zkoumáno v mnohých studiích (Warnick & Klar, 1991; Emerick & Emerick, 1994; Getz & Carlsen, 2000; či McIntosh a kol., 2011), nicméně např. Cerović a kol., (2010), nebo Petrić a Mimica (2011) uvádějí, že forma ubytování v soukromí není stále dostatečně prozkoumána. Výzkum tohoto typu zařízení je typický zejména pro oblast středomoří, pro kterou jsou tato ubytovací zařízení charakteristická (Pavlič & Portolan, 2014). Dle Bronzana (2003) není výraz ubytování v soukromí přesný a jako přijatelnější uvádí názvy jako soukromé ubytování, či soukromé pohostinství. Nicméně česká terminologie tento pojem zná, proto s ním takto bude dále pracováno. V případě tohoto typu ubytování ve venkovském prostoru literatura často uvádí snahu o udržitelné přístupy a „zelené“ ubytování. Významným motivem pro vyhledávání toho typu ubytování je únik od současného životního stylu a návrat k vyhledávání klidu a ubytování evokující domov

(Javor & Kalčić, 2001). V důsledku toho dochází k neustálému nárůstu poptávky po kvalitních, pohodlných a plně vybavených rekreačních domech, apartmánech a dalších možnostech ubytování v soukromí (Gustavo, 2013). Nabídka produktů ubytovacích zařízení se neustále vyvíjí a uplatňují se neustálé inovace (Floričić & Pavia, 2018). V posledních letech se do této oblasti dostávají také nové možnosti podnikání v podobě sdílené ekonomiky (Stors & Kagermeier, 2018), která přináší rozšíření nabídky ubytování hlavně ve městech (Stors & Kagermeier, 2015). Tato „zařízení“ se stávají často součástí nabídky Airbnb, kdy tato platforma umožňuje majitelům ubytovacích kapacit pronajímat své pokoje, části nemovitostí, nebo i celé nemovitosti účastníkům cestovního ruchu (Guttentag, 2015). Gössling a Lane (2015) upozorňují na současné možnosti internetu ve vztahu nabídky kapacit a služeb zařízení ubytování v soukromí. Ve venkovském prostoru je evidentní snaha o metodické přístupy ve vztahu k regionálnímu rozvoji a do těchto přístupů je zahrnován také udržitelný rozvoj ubytování v soukromí (Kysilková & Pavlíčková, 2005). Ubytování v soukromí je v tomto prostředí spojováno s agroturistikou (Miškolci, 2005), kdy farmy mohou diverzifikovat své podnikatelské aktivity a vytvářet možnosti ubytování v soukromí (Evans & Ilbery, 1992). V českém městském prostředí, konkrétně v Praze, se výzkumu dopadů této kategorie ubytování věnují Marianovská a Němec (2019) a uvádějí i možné negativní dopady na městské prostředí. V Budapešti uskutečnili svou studii Smith a kol. (2018). Negativním vlivům Airbnb se věnují také Novotná a Hasoňová (2020), které se ve svém výzkumu věnují problematice rozvoje této kategorie ubytování v centrech velkých měst a negativním vlivům, které s tímto fenoménem přicházejí, jako jsou konkurence pro klasické hotelnictví, vliv na trh nemovitostí, které se díky zvýšené poptávce stávají pro mnohé nedostupné pro klasické bydlení, komercializace města a narušení života místních obyvatel (Novotná & Hasoňová, 2020). Současné přeměně původní filozofie sdíleného ubytování v obchodní artikl se věnuje např. Němec (2018).

Významu apartmánů v cestovním ruchu se věnují např. Cardona a kol. (2021). Nejčastěji se ve vědeckých pracích lze setkat s posuzováním významu této kategorie ubytování pro konkrétní destinaci (Porter, 1983), či spojováním s konkrétním typem cestovního ruchu (Williams & Dossa, 2003), či (Woodward, 2004). Apartmány jsou považovány za poměrně novou kategorii ubytování, obzvláště v městském prostředí (Greenberg & Rogerson, 2015). Významným trendem poslední doby je výstavba apartmánových komplexů (GU, 2020), ale existují i studie, které ukazují význam původní zástavby a apartmánové domy posuzují problematičticky z hlediska udržitelnosti a „zelených“ přístupů (Mueller, 2010). Vzhledem ke

specifikům zkoumané oblasti je předpokládán zvýšený výskyt zařízení tzv. druhého bydlení. Objekty tzv. druhého bydlení vznikají nejčastěji na přelomu 60. a 70. let minulého století a v dnešní době se podílí až jednou pětinou na počtu obytných staveb v České republice (Fialová & Vágner, 2005). Objekty druhého bydlení jsou typické tím, že se často nachází v obtížně dostupných místech (Fialová, 2012), v dosahu velkých měst (Ouředníček a kol. (2007) a jsou typické pro rurální krajinu (Kejzlarová, 2006). Odhadovaný počet rekreačních objektů se pohybuje nad 500 000, ale přesnější odhad je složitý a statistika je nepodchycuje (Fialová & Vágner, 2005).

Fenoménu druhého bydlení se věnuje mnoho českých autorů, jak starších, tak novějších titulů. Díky různým časovým obdobím tvorby lze srovnávat vývoj problematiky v čase (Librová, 1975; Gardavský, 1983; Fialová & Vágner, 2005; Cejpková, 2020). Druhé bydlení je významnou charakteristikou českého cestovního ruchu, nicméně i v zahraničí hraje svou roli. Je považováno za významnou součást cestovního ruchu především v odlehlých oblastech (Russell a kol., 2004). Srovnání vnímání tohoto pojmu v České republice a zahraničí je problematické, neb zahraniční pojetí je významně nejednotné (Hall, Müller 2004, či Gallent Tewdwr-Jones, (2020). V některých případech může docházet ke konfliktům zájmů vlastníků druhého bydlení a rezidentů (Hall a Müller 2004). Zahraniční autoři považují druhé bydlení za součást „zeleného“ cestovního ruchu (Mura & Ključnikov 2018; Ulyanchenko a kol. 2020).

Problematika udržitelnosti v oblasti služeb je významným tématem pro výzkum dalších možností rozvoje v oblasti ubytovacích služeb (Della & Paulino, 2018). Některá ubytovací zařízení se snaží přibližovat zásadám udržitelného podnikání (Provotorina a kol. 2020). Mnohé studie srovnávají ubytovací zařízení věnující se „zelené“ problematice a zařízení konvenční (Warnken, Bradley & Guilding, 2005).

1.5 Prostorová orientace ubytovacích zařízení

Prostorová orientace cestovního ruchu je významným tématem publikací mnoho desetiletí (Vystoupil a kol., 2009). Prostorová orientace je významným prvkem při posuzování prvků šetrnosti vůči prostředí (Budeanu, 2007), Anuar a kol. (2012), či Ekinil a kol. (2020).

Dosavadní studie byly ovšem zaměřeny především na atraktivitu cestovního ruchu a prvkům infrastruktury, zajišťujícím služby, je věnováno méně pozornosti. Ubytovací zařízení jsou přitom považována za základní pilíř infrastruktury cestovního ruchu. Ubytovací zařízení umožňují pobyt návštěvníků v destinaci (Mariot, 1983) a tvoří základ dalšího rozvoje

destinace (Goeldner a Ritchie, 2009). Ritchie a Crouch (2003) považují ubytovací zařízení za jeden ze zdrojů konkurenceschopnosti destinace. S tímto názorem souhlasí také Goeldner a Ritchie (2009), kteří uvádějí, že budování ubytovacích kapacit je jedním z podstatných prvků rozvoje cestovního ruchu v destinacích. Jejich nedostatek je považován za jedno z významných omezení pro rozvoj destinace (Bégin, 2000).

Vhodné umístění je jedním ze základních prvků každého podnikatelského záměru (Koráb, Peterka & Řežňáková, 2007). Za základ umístění ubytovacích zařízení považuje Mariot (1983) výskyt atraktivit cestovního ruchu, ke kterým jsou dle Ritchieho a Crouche (2003) přitahováni návštěvníci. S touto teorií souhlasí také Shoval, Kercher a Birenboim (2011). Lokalizace ubytovacích zařízení významně ovlivňuje i segment příjíždějících účastníků cestovního ruchu (Shoval a kol., 2011).

Z teoreticko-metodologického hlediska se podmínky lokalizace člení na lokalizaci danou socio-ekonomickou gravitací a lokalizaci danou dopravní dostupností (Bégin, 2000; popř. Aliagaoglu a Ugur, 2008). Základem umístění ubytovacích zařízení je přítomnost turistické atraktivity (Ritchie a Crouch, 2003). Typický je účastník cestovního ruchu, který se chce ubytovat v docházkové vzdálenosti od turistických atraktivit (Arbel a Pizam, 1977). Kromě těchto geografických problémů je dalším důležitým prvkem umístění přínos aglomerace z ekonomických aktivit (o níž pojednává například Head a kol. (1995) nebo Johansson a Quigley (2004), které předurčují podnikatelské subjekty k vytváření prostorových klastrů (Porter, 2000).

Ubytovací zařízení mají obecně tendenci ke shlukování (Kalnins & Chung, 2004) a mnoho studií poukazuje na tendenci soustředit ubytování do centra města, což je obvykle místo, kde se nachází historické jádro města a kde se nachází většina atraktivit (Shoval & Cohen-Hattab, 2001). Bučeková (2007) se zabývá procesem územní dekoncentrace v umístění hotelových zařízení ve městech. Tímto procesem se zabývají také Shoval a Cohen-Hattab (2001), kteří uvádějí, že tento proces může souviset s posunem ubytovacích zařízení k okrajům měst. Loureiro a Kastenholtz (2011) si všímají faktu, že ubytovací zařízení nejsou umístěována výhradně do velkých měst, ale také do prostředí venkovských obcí. Hlavní atraktivitou pro jejich budování je dle Walforda (2001) příroda a krajina. Ubytovací zařízení nejsou lokalizována výhradně ve velkých městech, ale také v blízkosti základních zdrojů a atraktivit, které se nacházejí mimo městské struktury (Loureiro & Kastenholtz, 2011). Hlavní atraktivita potom většinou souvisí s přírodou a krajinou (Walford, 2001). Podobně

jako ve městech, existuje vysoký počet typů ubytovacích zařízení navštěvovaných různými segmenty návštěvníků také ve venkovských oblastech (Pina & Delfa, 2005).

Míra územní koncentrace umístování ubytovacích zařízení se projevuje v tvorbě jejich prostorových shluků, jejichž charakter je obecně dán strategiemi budování zařízení hotelovými řetězci a velikostí ubytovacího zařízení (Chung & Kalnins, 2001). Zobecnění těchto modelů je však obtížné a publikované výsledky takovýchto analýz jsou často vzájemně se vylučující (Kalnins & Chung, 2004; Urtasun & Gutiérrez, 2006). Rozhodující proměnnou při vytváření prostorového klastru je velikost ubytovacích zařízení a jejich příslušnost k hotelovým řetězcům, jak bylo zjištěno ve výsledcích z analýzy pravidel v rozmístění texaských hotelů (Chung & Kalnins, 2001).

Modely vysvětlující procesy shlukování velkých a malých ubytovacích zařízení v rámci jedné oblasti přinášejí poměrně často protichůdné výsledky (viz porovnání výsledků Chung & Kalnins, 2001; Kalnins & Chung, 2004; Urtasun & Gutiérrez, 2006). Jedním z důvodů mohou být různé náklady na vybudování zařízení - hotely "jsou stálé stavby, které zdobí krajinu po dlouhou dobu" (Goeldner & Ritchie, 2009), kdežto významným atributem malých ubytovacích zařízení je jejich poměrně velký rozptyl v daném prostoru, slabá propagace v lokalitě a rychlý vznik a zánik (Bégin, 2000).

1.6 Produkt ubytovacích zařízení

Produktem podniků cestovního ruchu obecně jsou především konkrétní služby (Smith, 1994). Služby definuje mnoho českých i zahraničních autorů (např. Inman 1985; Lipsey & Nakamura, 2006; Ciriković, 2014). Zásadní rozdíly v jejich vnímání neshledáváme. Význam služeb pro ekonomiku narůstá v České republice od začátku osmdesátých let. Ačkoli tehdejší autoři tomuto sektoru nepřipisovali úspěšnou budoucnost (Stíbalová, 1979), vývoj se ubíral jiným směrem (Grönros, 1994, či Al-hazmi, 2020). Současní autoři se ve svých studiích jednotlivých destinací shodují na vysokém významu služeb cestovního ruchu pro dnešní společnost a ekonomiky států (Archer, 1995; Bunghez, 2016; Lorde a kol. 2011). Teoretici marketingu nachází shodu v definici služeb z hlediska z hlediska nehmotnosti, proměnlivosti, nedělitelnosti a pomíjivosti nehmotné povahy a skutečnosti, že nikdy nevedou ke vzniku vlastnictví čehokoliv, ale pouze přinášejí zákazníkům prospěch, nebo uspokojení (Rushton & Carson, 1989; Zeithaml a kol. 1985).

S pobytovou stránkou cestovního ruchu souvisí ubytování, které prodlužuje možnost pobytu v destinaci (Camilleri, 2018). Základní funkcí ubytovacích služeb je umožnit přechodné

ubytování mimo místo trvalého bydliště (Yang a kol., 2017). Produktem ubytovacích zařízení je soubor ubytovacích, stravovacích a doplňkových služeb (Rothenberger, 2006). Produkt je časově a prostorově vázán na prostor, má charakter osobních služeb, důležité je včasné zabezpečení produktu (Ransley & Ingram 2012). Služby ubytovacích zařízení se obecně vážou k pojmu „hospitality“. Collin (1994) definuje původní pojem „hospitality“ jako „dobrou péči o hosty“. Někteří autoři, hlavně v mimoevropské literatuře, nazývají ubytovací a stravovací služby „Hospitality Industry“⁵ (např. Saleh, 1991; Collin, 1994; Parks & Haemoon, 1997; Boella, 2000; Erdly & Townes, 2010) a označují tak tyto služby za samostatné odvětví průmyslu. S tímto tvrzením nicméně nemusí zejména představitelé jiných odvětví souhlasit a lze diskutovat nad tím, jestli se opravdu jedná o průmysl.

Současnou cestou podnikání ve službách je péče o růst kvality služeb (Stepaniuk, 2017). Význam a důležitost kvality služeb mimo jiných uvádí Ohmae (1989), či Uslu a Eren (2020), který řeší základní principy kvality v ubytování a stravování. Základem kvality v ubytování je neodvrátit pozornost od základního poslání, kterým je služba zákazníkům (Chin a kol. 2018). Takto chápaná kvalita se celosvětově stala nástrojem konkurenceschopnosti a úspěchu na trhu (Ionel, 2021). Kvalita patří k nejvýznamnějším konceptům studovaným v managementu cestovního ruchu (Yang, Jou & Cheng, 2011), stejně jako i v jiných odvětvích služeb (Suchánek & Špalek, 2012). Kvalita v cestovním ruchu téměř ve všech případech souvisí s hodnocením vnímané kvality služeb (Chen & Tsai, 2007, Jin, He & Song, 2012; Petrick, 2004). Vnímání kvality mnoho autorů hodnotí na základě modelu Servqual (Parasuraman a kol., 2002), který v oblasti hotelnictví využívají např. Saleh a Ryan (1991). Kvalitu někteří autoři v posledních letech propojují se „zeleným“ směřováním ubytovacích zařízení v předních destinacích cestovního ruchu (Molina-Azorín a kol., 2015). Produkty ubytovacích zařízení často mají vztah s udržitelným rozvojem a jejich kvalita může působit jako jeden z prvků odlišení se „zelených“ zařízení (Kosmaczewska, 2008). Některé systémy kvality implementují některé „zelené“ nástroje, a proto lze hovořit o propojování kvality a environmentálních způsobů podnikání (Lach a kol., 2013).

1.6.1 Lokální produkce v rámci produktu ubytovacích zařízení

Na cestě k budování udržitelnosti cestovního ruchu a také při dosahování cílů snižování uhlíkové stopy stojí před ubytovacími zařízeními mimo jiné hledání možností spotřeby

⁵ Volně přeloženo hotelový průmysl.

lokálních zdrojů. Spotřeba produktů v okolí místa jejich produkce je přirozenější, a teoreticky méně zhoubná pro životní prostředí (Hinrichs, 2003), například pokud je brána v úvahu úspora emisí oxidu uhličitého díky faktu, že produkty na své cestě k jejich spotřebiteli „nemusely cestovat kolem světa“ (Angus, 2013). Dalším aspektem může být úvaha, že používání produktů od lokálních producentů může zlepšit sociální vazby a vztahy, a to i přesto, že význam lokálních produktů a lokální produkce je řadou autorů a odborníků přeceněnován (Larder, Lyons & Woolcock, 2014) a někdy bývá spíše otázkou vnímání než skutečné reality (Hinrichs, 2003).

Nabídka lokálních produktů může přitáhnout konkrétní skupinu zákazníků, jelikož spotřeba lokálních produktů je úzce spojena s udržitelnou spotřebou (Klug & Niemand, 2021)

Služby ubytovacího zařízení jsou ve svém základu přirozeně lokálním produktem, jelikož nemohou být poskytovány jinde, než právě v místě jejich produkce. S poskytováním těchto služeb je však vždy spojeno využívání produktů, které musí ubytovací zařízení nakoupit a doplnit jimi příslušný balíček poskytovaných služeb. Logicky bude vedení podniku ochotno nakupovat a zařazovat lokální produkty do nabídky pouze v případě, pokud budou dostupné a bude možné jimi nahradit produkty importované (Suryawardani, 2015).

Definice lokálnosti produktu a tedy pojmu lokální produkt rozhodně není jednotná. „Lokálně“ s sebou nese mnoho konotací společného zájmu, vytváření a soudržnosti komunit prostřednictvím rozvoje vazeb v rámci každodenního života, aspekty morálky a etického hospodaření, či interakce mezi sousedy a dalšími členy komunity, kteří se vzájemně podílejí na výrobě a spotřebě (Allen a kol., 2003). To, jak je pojata lokálnost v konkrétním kontextu, bude vždy záviset na místě – na sociálních, ekologických a politických okolnostech, které jej vymezují (Feagan, 2007). Zjednodušeně řečeno tedy „lokální“ neznamena vždy stoprocentně totéž. Implicitním faktorem postoje k lokálním produktům ze strany spotřebitelů je „vnímaná autenticita“ produktu nebo konkrétních vlastností produktu. Původ produktu, případně certifikace tohoto původu (např. regionální značka) představuje specifickou přidanou hodnotu pro zákazníky (Hu a kol., 2012).

2 Cíle práce a metodika

2.1 Cíle práce a výzkumné otázky

Stanovené téma práce je významné z pohledu (i) teorie i (ii) praxe. Provázanost jednotlivých aspektů na trhu šetrného cestovního ruchu zůstává přes soustředěný výzkum nejasná, což platí především v transformačních ekonomikách, jež mají svá specifika a zkušenosti ze západního či orientálního světa jsou jen omezeně přenositelné. Je nepochybné, že podíl aktivit cestovního ruchu na globální environmentální změně je podstatný a je ve veřejném zájmu tento vliv korigovat. Jednou z klíčových aktivit cestovního ruchu jsou ubytovací služby umožňující vlastní realizaci aktivit cestovního ruchu v destinaci. Jakékoliv zásahy však mohou ovlivnit jak sociální, tak ekonomické prostředí destinací, je proto nutné detailní poznání možností rozvoje šetrných aktivit cestovního ruchu, a to jak z pohledu současného stavu rozvoje, pohledu podnikatelských subjektů i účastníků cestovního ruchu. Proto bylo jako hlavní cíl práce zvoleno posouzení aktuálního stavu rozvoje a možností dalšího rozvoje „zelených“ aktivit v oblasti ubytování jako významné služby cestovního ruchu.

2.1.1 Dílčí cíle práce

V rámci stanoveného hlavního cíle byly zvoleny tři samostatně stojící dílčí cíle, jimi jsou:

- 1) Zjistit názory hotelových manažerů v zemích střední a východní Evropy na otázky environmentálního přístupu k řízení ubytovacích zařízení a identifikovat základní překážky při přechodu na „zelenější“ způsoby provozování ubytovacích zařízení.
- 2) Vymezit nabídku ubytovacích zařízení na modelovém území Jihočeského kraje, zjistit současný stav deklarování environmentálně šetrných postojů ubytovacího zařízení jako nástroje marketingové komunikace ubytovacích zařízení a dále identifikovat základní rozdíly mezi charakteristikami a chováním „zelených“ a konvenčních ubytovacích zařízení a posoudit, zda existují lokality typické pro výskyt „zelených“ ubytovacích zařízení.
- 3) Zjistit a posoudit postoje a vnímání zákazníků ubytovacích zařízení, pokud jde o aplikaci pro-environmentálních opatření v ubytovacích zařízeních, jejichž služby zákazníci poptávají.

Výzkumná část práce je rozdělena do tří hlavních subkapitol. Subkapitoly odpovídají stanoveným dílčím cílům a na ně navazujícím výzkumným otázkám. První subkapitola řeší dopady rozhodování o směřování ubytovacích zařízení z nadnárodního pohledu a srovnává

přístupy manažerů z několika států. Druhá subkapitola se zabývá nabídkou ubytovacích zařízení ve vztahu k environmentálním aspektům podnikání. Třetí subkapitola řeší pohledy zákazníků na řadu faktorů spojených s environmentálně šetrným ubytováním.

2.1.2 Výzkumné otázky

Na základě studia literatury byly pro vlastní výzkum identifikovány problémové okruhy, na něž bude předkládaná práce hledat odpovědi. Ke každému dílčímu cíli byly formulovány dvě výzkumné otázky:

V1.1: „Existují významné rozdíly mezi středoevropskými a východoevropskými hotely z hlediska přístupu k environmentální problematice?

V1.2: Jaké významné problémy vnímají podnikatelé a hoteloví manažeři ze zemí střední a východní Evropy ve vztahu k implementaci environmentálních opatření“?

V2.1: Jsou ubytovací zařízení nabízející environmentálně šetrné služby rozmístěna rovnoměrně po celém zkoumaném regionu?

V2.2: Jak se liší konvenční a „zelená“ ubytovací zařízení?

V3.1: Jak se liší zákazníci vyhledávající environmentálně šetrné ubytovací služby od zákazníků, kteří opatřením omezujícím dopad na životní prostředí nevěnují pozornost?

V3.2: Má charakter konkrétních environmentálně šetrných opatření vliv na preferenci „zeleného“ ubytování?

2.2 Metodika výzkumu názorů hotelových manažerů

První oddíl výzkumné části práce si klade za cíl zhodnotit vliv umístění ubytovacích zařízení v různých částech střední a východní Evropy na složitost vnímání implementace environmentálních postupů. Studie vychází z údajů ze sedmi zemí. Vztah a postoj managementu ubytovacího zařízení k udržitelnosti a pro-environmentálním způsobům provozu má mnoho aspektů. Data nezbytná k analýze byla získána dotazováním prostřednictvím elektronického dotazníku.

Studovaná oblast

Ze shromážděných údajů bylo možné zkoumat potenciální rozdíly mezi názory hotelových manažerů v zemích střední a východní Evropy. V prvním kole výběru byly zvoleny konkrétní státy. Jelikož nebylo možné studovat všechny státy, byl použit náhodný

stratifikovaný výběr. Ve výzkumu jsou použita data z ubytovacích zařízení ze sedmi zemí střední a východní Evropy, které byly rozděleny do čtyř geopolitických skupin:

- (1) státy Baltského moře,
- (2) další evropské postsovětské země,
- (3) státy Balkánského poloostrova,
- (4) země střední Evropy.

Byl vybrán jeden stát z první skupiny (Estonsko) a jeden ze druhé skupiny (Ukrajina), dva státy byly vybrány ze třetí skupiny (Bulharsko, Turecko) a tři byly vybrány ze čtvrté skupiny (Slovenská republika, Slovinsko, Česká republika).

2.2.1 Sběr dat

V jednotlivých zemích byla vytipována ubytovací zařízení pro realizaci výzkumu. V každé zemi bylo odesláno dvacet pět dotazníků do záměrně vybraných ubytovacích zařízení, dle národních systémů klasifikace a na základě počtu jednotlivých kategorií příslušné klasifikace v každé zemi. Vzhledem k mezinárodnímu rozměru výzkumu nebylo ovšem možné provést jednoduchý náhodný výběr zařízení, protože neexistuje srovnatelná databáze ubytovacích zařízení ze všech vybraných zemí. Vodítkem pro výběr zařízení byl jednotný evropský systém hodnocení kvality služeb HotelStars, který člení zařízení dle počtu hvězdiček a neustále se rozšiřuje v zemích střední Evropy. S ohledem na skutečnost, že v jednotlivých úrovních hodnocení existoval různý počet hotelů, byly hotely vybírány prostřednictvím stratifikovaného náhodného výběru. Stratifikace byla založena na podílu hotelů v jednotlivých úrovních hodnocení (počet hvězdiček) v každé zemi. Pro výzkum tedy bylo osloveno 25 náhodně vybraných hotelů (podle hodnocení hotelů) z každé země.

Nejprve byly všechny vybrané hotely osloveny telefonicky (komunikace v rodném jazyce). Tímto způsobem byly shromažďovány e-mailové adresy generálních ředitelů nebo manažerů, které nominovaly kontaktované osoby. Kontaktovaní manažeři jsou dále považováni za respondenty výzkumu. Aby byla splněna žádost většiny manažerů, nebyly vyžadovány žádné demografické údaje o respondentech.

Počet vrácených dotazníků byl 126, takže celková míra návratnosti dotazníků činila 67 %. Některé dotazníky však musely být z důvodu neúplnosti vyřazeny. Čistá míra návratnosti tedy dosáhla 64 % (= 120 dotazníků), od 36 % v Estonsku po 80 % v České republice a v Turecku. Míra odezvy byla také v různých státech různá v různých kategoriích zařízení.

2.2.2 *Dotazník*

Přístup k environmentálním opatřením byl zjišťován na základě informací a faktorů, které byly shledány důležitými při studiu aktuální literatury. Na základě vytipování faktorů se jednalo o škálu sedmi motivů, a to konkrétně motivace, vnímání bariér, vnímání podpory ze strany různých úrovní veřejného sektoru, ochoty komunikovat tyto aktivity, financování aktivit, vnímání nastavení právní úpravy a legislativních požadavků a vnímání významu různých dalších faktorů. Důvodem k výběru faktoru motivace je význam modelu vztahu motivace push and pull k inovacím, protože environmentální postupy jsou výzkumnými pracovníky považovány za inovace (např. Zmud, 1984; Rennings, 2000; Nicholls & Kang, 2012; Chan & Wong, 2006). Pro hodnocení motivace byla použita sedmibodová stupnice (1 = nejméně důležitá až 7 = nejdůležitější). Bariéry implementace šetrných principů považují za významné např. Post a Altma (1994); či Chan (2008). Připraven byl seznam bariér, kdy váha se skládala ze sedmi konkrétních překážek. Pro hodnocení byla opět použita sedmibodová stupnice (1 = nejméně důležitá až 7 = nejdůležitější). V případě vnímání podpory veřejného sektoru existuje poznatek, že zavádění praxe environmentálního managementu souvisí s vyššími náklady, nicméně zároveň se jedná o veřejný zájem, tudíž podpora z veřejného sektoru je běžná (Massoud a kol., 2010). Průzkum stanovuje tři druhy podpory na třech úrovních veřejného sektoru (vláda, místní samosprávy a obce, nevládní organizace). Pro hodnocení byla použita pětibodová stupnice (1 = žádná iniciativa ani podpora, 2 = velmi malá podpora, 3 = malá podpora, 4 = významná podpora, 5 = vynikající podpora).

Ochota zavádět environmentální postupy, jsou-li k dispozici prostředky finanční podpory, se stala další součástí průzkumu, jelikož finanční podpora je považována za jeden z nejdůležitějších faktorů zavádění environmentálních opatření (Hillary, 2004). Vliv dostupné finanční podpory na ochotu implementovat environmentální postupy byl měřen pomocí pětibodové stupnice (1 = demotivace; 5 = extrémní motivace). Z pohledu vnímání legislativních problémů bylo pracováno s předpokladem, že veřejný zájem na zavádění postupů environmentálního managementu je v mnoha zemích vyjádřen restrikcemi v zákonech. To bylo shledáno jako důležitý faktor pro přijímání opatření (např. Bonilla Priego, Najera & Font, 2011; Seuring & Müller, 2008; Jones, 2010, Mazzi a kol. 2016). Vnímání legislativy zesilující tlak na lepší ochranu životního prostředí bylo měřeno pomocí pětibodové stupnice (1 = velmi negativní; 5 = velmi pozitivní). Na závěr dotazníku byli manažeři požádáni, aby ze svého pohledu zhodnotili důležitost následujících faktorů rozvoje

ochrany životního prostředí v oblasti hotelnictví: Posílení právní úpravy; Lepší přístupnost informací; Náklady na environmentální certifikaci nebo implementaci EMS; Komplikovanost environmentální certifikace nebo procesu implementace EMS; Propagace environmentální certifikace a EMS; Environmentální povědomí hostů hotelu; Dodatečné finanční prostředky nebo zdroje; Konkurence na trhu; „Zelené“ trendy na trhu. Vnímání těchto faktorů bylo měřeno pomocí 5bodové stupnice (1 = zcela nedůležité; 5 = velmi důležité).

2.2.3 *Analýza dat*

Aby se zjistilo, zda lokalizace v konkrétních oblastech ovlivňuje složitost environmentálních postupů, bylo využito dvou úzce propojených vícerozměrných statistických technik analyzujících gradienty a to „Analýza hlavních komponent“ (Blashfield & Roger, 1976) a „Redundanční analýza“. Cílem analýzy hlavních komponent (Principal Component Analysis, PCA) je redukce původního počtu popisovaných proměnných a jejich nahrazení novými veličinami (umělými), označenými jako komponenty, které shrnují informaci o původních proměnných za cenu minimální ztráty informace (Meloun, Militký a Hill, 2005, či Johnson a Wichern (2007). Komponenty jsou vzájemně nezávislé a jsou seřazeny podle svého příspěvku k vysvětlení celkového rozptylu analyzovaných proměnných (Hebák, Hustopecký & Malá, 2007).

Hlavním důvodem pro průzkum byla složitost vnímání implementace environmentálních postupů a vztahu této komplexity vnímání k umístění ubytovacího zařízení. Pro posouzení byly použity úzce spojené multivariační ordinační statistické techniky analyzující gradienty: neomezené a omezené ordinační analýzy. Využito bylo vícerozměrných statistických technik, a to z důvodu vysokého množství jak závislých, tak nezávislých (vysvětlovaných) proměnných (Robinson a kol. 1998). Závislé proměnné byly uvedeny v rozesílaném dotazníku. Tyto proměnné byly stanoveny na základě dřívějších výzkumů a také vytipování významných faktorů oslovenými odborníky. Nezávislými proměnnými byly: země původu ubytovacího zařízení, kategorie, třída a závislost, či nezávislost zařízení (příslušnost k hotelovému řetězci).

Multivariační techniky snižují počet gradientů z mnoha měřených proměnných (jedna měřená proměnná = jeden gradient) na několik gradientů, které jsou důležité v celém souboru dat - obvykle jsou zajímavé první dva nebo tři gradienty (Lepš & Šmilauer, 2003). Vícerozměrné metody analyzují pouze jednostranné proměnné – obvykle závislé proměnné. Nezávislé proměnné jsou poté přepočítány na nové přechody (ale nejsou součástí samotného

výpočtu), takže vícerozměrné metody jsou čistě průzkumné. Základními vícerozměrnými ordinačními metodami pro takové hodnocení jsou lineární analýza hlavních komponent (PCA) a unimodální korespondenční analýza (Quinn & Keough, 2002). Použití jedné z těchto metod je dáno identifikovanou délkou gradientu vyjádřenou v násobcích směrodatné odchylky (ter Braak & Šmilauer, 2012). Pokud je délka kratší než dvojnásobek standardní odchylky, měla by být použita PCA, protože odezva je lineární. V našem případě byla délka 0,7, předpokládá se tedy lineární závislost (ter Braak & Šmilauer, 2012) a byla použita PCA.

Závislé proměnné (tj. reakce manažerů na všechny položky z dotazníku ohledně vnímání implementace environmentálních postupů) byly logaritmicky transformovány (aby byly proměnné s normálním rozložením), vycentrovány a standardizovány (aby byly všechny reakce relativní a nezávislé na měřítku měření). Výsledek PCA byl analyzován ordinačním diagramem = graf, kde osy x a y jsou prvním a druhým gradientem PCA (ter Braak & Šmilauer, 2012), do tohoto grafu byly vyneseny hotely klasifikované podle zemí. Z důvodu, že cílem není pouze posoudit složitost preferencí, ale především identifikovat vztah této struktury k nezávislým proměnným, byla potenciální vazba mezi strukturou preferencí a všemi dostupnými nezávislými proměnnými zakreslena na biplot (ter Braak & Šmilauer, 2012). Druhý graf umožňuje posoudit vzájemný vztah mezi závislými proměnnými a nezávislými proměnnými, které jsou pasivně promítány do souřadnic, které jsou dány strukturou závislých proměnných. Potenciální vztah mezi odpověďmi (ordinačními skóre) a nezávislými proměnnými byl testován také pomocí Spearmanova koeficientu pořadové korelace. Biplot založený na výsledcích analýzy závislých proměnných PCA je pouze grafickým znázorněním bez možnosti statistického testování kauzality - pro tuto omezenou metodu je to nutné. Vztah mezi strukturou závislých proměnných a nezávislých proměnných byl tedy testován pomocí Redundanční analýzy (RDA), což je omezené rozšíření analýzy PCA (Lepš & Šmilauer, 2003) - v případě RDA se nezávislé proměnné stávají součástí ordinace analýza.

Z důvodu primárního zájmu o studium implementace dle země působení a z důvodu zjištění PCA bylo zjištěno, že třída (úroveň klasifikace) zařízení a příslušnost k hotelovému řetězci mohou být důležité pro diferenciaci složitosti odpovědí, proto byla místo klasické kanonické ordinační analýzy použita parciální kanonická ordinační analýza (ter Braak & Šmilauer, 2012). To znamená, že byly použity dvě poslední proměnné v RDA jako kovarianty. Vliv první kanonické osy, stejně jako celého modelu, byl testován permutačním testem Monte

Carlo. Permutační test je založen na testování hypotézy o neexistenci rozdílů mezi strukturou našich shromážděných dat a strukturou zcela náhodně uspořádaných hodnot našich dat (Good, 2013). Použito bylo 499 permutací (tj. 499krát byla naše data náhodně uspořádána a výsledek testován proti našim datům správně uspořádan do příslušných proměnných). PCA a parciální RDA byly provedeny algoritmy balíčku CANOCO5 (ter Braak & Smilauer, 2012). Spearmanovy koeficienty pořadové korelace byly vypočteny pomocí StatSoft Statistica 12.

2.3 Metodika výzkumu nabídky produktů v oblasti ubytovacích služeb spojených s environmentálními principy

Předmětem druhé části výzkumu bylo mapování a analýza struktury nabídky ubytovacích zařízení ve zkoumaném území. Hlavním úkolem bylo zjištění základních charakteristik ubytovacích zařízení a bližší analýza produktů zařízení s ohledem na environmentální vnímání nabídky zařízení. Nejprve byla na základě rozboru generalizována nabídka služeb jednotlivých kategorií ubytovacích zařízení. Později subkapitola předkládá analýzu vztahu ubytovacích zařízení k vnímání udržitelnosti a ekologických principů.

2.3.1 Studovaná oblast

Pro zjištění environmentálního chování ubytovacích zařízení v České republice bylo použito modelové území Jihočeského kraje. Jihočeský kraj je jedním ze 14 krajů České republiky, svojí 10 058 km² patří k větším krajům a představuje 13 % území celé České republiky. Na 1 km² připadá 63 obyvatel, přičemž ve vnitrozemí je hustota obyvatel vyšší než v příhraniční části kraje. Kraj je charakteristický největším zastoupením obcí a měst ze všech krajů České republiky. V Jihočeském kraji existuje nadprůměrný počet malých obcí (PricewaterhouseCoopers Česká republika, 2019). Z hlediska vnímání kraje jsou Jižní Čechy dlouhodobě představovány jako kraj relaxační, rekreační a zemědělský (také rybníkářský, lesnický) s rostoucím podílem průmyslové produkce (Risy.cz, 2021). Území kraje patří k nejatraktivnějším turistickým regionům České republiky. Území kraje představuje tradiční turistickou oblast, vhodnou jak pro rodiny s dětmi, aktivní turistiku, lázeňství a odpočinek, tak pro kongresové pobyty. Region se vyznačuje vysokou úrovní stravovacích zařízení, doplněnou o širokou nabídku místních gastronomických specialit (JČCR, 2021).

Obrázek 1. Členění turistických destinací v Jihočeském kraji



Zdroj: Jihočeská centrála cestovního ruchu (2021)

Pro efektivnější koordinaci cestovního ruchu je území Jihočeského kraje od roku 2015 rozděleno na 11 turistických oblastí, které jsou znázorněny na obrázku 1 (Vaníček & Hienlová, 2017). V roce 2021 byl počet destinací vlivem úspor a politických rozhodnutí snížen na devět, nicméně v modelu je pracováno s původním počtem jedenácti destinací.

2.3.2 Sběr dat

Data byla sbírána na základě on-line průzkumu. V prvním kole byla zařízení vytipována na základě papírových a elektronických map. Ve druhém kole byla zařízení doplňována z rezervačních a prodejních portálů. Pro zpracování kompletní databáze bylo dále přistoupeno k rešerši stránek měst, obcí a destinací, které uvádí seznamy ubytovacích zařízení. Hůře pokrytá místa byla řešena formou osobního sběru dat v průběhu jara 2020. Data byla zaznamenána pomocí MS Excel. Účelem sběru dat bylo zjistit důležité informace o co největším počtu ubytovacích zařízení ve zkoumaném regionu a určit, zdali deklarují implementaci environmentálních opatření. První skupinu sbíraných údajů tvořily geografické údaje (okres, město, adresa a GPS souřadnice). Druhá skupina dat specifikuje

ubytovací zařízení (typ zařízení, zařazení v klasifikaci v případě, že je ubytovací zařízení klasifikováno, sezónnost provozu, způsob provozování činnosti a velikost ubytovacích zařízení a cenu za lůžko na jednu noc bez snídaně). Mezi závislé proměnné byla zařazena deklarační vybraných typů služeb na webových stránkách podniku, či v rezervačních systémech. Konkrétně bylo zkoumáno tvrzení o ekologickém chování zařízení a dále uvedená nabídka služeb – služby pro cyklisty, bezplatné zajištěné parkování pro ubytované, možnosti zajistit akci firemního cestovního ruchu, deklarovaná nabídka pro rodiny s dětmi, nabídka wellness služeb, možnost využít elektronické rezervační systémy, nabídka celodenních stravovacích služeb, nabídka snídaní a deklarační nabídky místních pokrmů a vlastnictví certifikátu kvality.

2.3.3 *Zjišťovaná data*

Z deskriptivních údajů byla na základě vícestupňové analýzy zjištěna lokalizace zařízení pomocí názvu, adresy a GPS ubytovacího zařízení. Dále byla zjišťována kategorie zařízení, velikost (počet pokojů a počet lůžek) a forma podnikání vlastníka. Dalšími zjišťovanými proměnnými byla existence parkoviště, deklarace nabídky služeb pro rodinu s dětmi, deklarace aktivit firemního cestovního ruchu, deklarace aktivit wellness, deklarace aktivit spojených se stravováním a deklarace nabídky ekologicky šetrných služeb a certifikátů kvality.

2.3.4 *Analýza dat*

S ohledem na vysoký počet zjištěných zařízení byla pro vyhodnocování zvolena kombinace deskriptivní statistiky a kontingenčních tabulek, čímž byl získán hlubší pohled na problematiku než v případě jednoduchých popisných grafů. Pro vizualizaci výsledků bylo použito tabulek a grafů MS Excel a jako doplněk nástroj ArcGIS pro tvorbu vizualizace lokalizace zařízení. Dle GPS souřadnic byla určena lokalizace zkoumaného zařízení. Za pomoci nástroje ArcGIS byla připravena mapa ubytovacích zařízení dle jejich výskytu.

Prvním oddílem deskriptivní části byla stručná analýza zkoumaného území spolu s rozdělením na turistické oblasti ve správě DMO. Výsledková část nejprve analyzuje ubytovací zařízení ve zkoumané oblasti dle kategorií a absolutní a relativní hodnotě. Úkolem tohoto zjišťování bylo určit strukturu ubytovacích zařízení ve zkoumané oblasti. Druhá tabulka zjišťovala, jakou třídu deklarují, přičemž zjištění bylo v další části práce konfrontováno se skutečností dle údajů oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení. Dále byla za pomoci koláčového grafu popsána vlastnická struktura jako jedna z možností pro získání bližšího pohledu na zkoumaný vzorek podniků. Stejně zobrazení bylo zvoleno

pro určení sezónnosti. Pro pohled na sezónnost dle jednotlivých kategorií byla pro svou přehlednost zvolena kontingenční tabulka.

Pro identifikaci závislostí byly nejprve pomocí deskriptivní statistiky analyzovány základní parametry uváděných hodnot. U jednotlivých proměnných byl vždy posuzován podíl zařízení deklarujících zkoumanou proměnnou uvnitř skupiny. Tento pohled pomáhá objasnit strukturu služeb uvnitř jednotlivých skupin ubytovacích zařízení. Pruhovalův graf potom analyzuje podíl jednotlivých kategorií na celku a ukazuje tak reálnou četnost zařízení při realizaci služeb.

Pro typologizaci ubytovacích zařízení byla zvolena shluková analýza pro nominální data (všechny proměnné mimo okresu, počtu lůžek a ceny). Analýza shluků (Cluster analysis) objasňuje podobnosti vícerozměrných objektů a klasifikuje je do tříd, čili shluků (Meloun & Militký, 2012). Shluková analýza je metodou, kterou v ekonomii využívají např. Zhuo a Du (2007) v regionálním rozvoji Feser & Bergman (2000) a v cestovním ruchu se objevuje např. u Obadica a Tijanica (2014). Základem pro analýzu byly již zmíněné charakteristiky jednotlivých ubytovacích zařízení. Pro vytvořené shluky byl proveden test potenciálního rozdílu zastoupení ubytovacích zařízení ve shlucích, která se prezentují jako ekologicky šetrná.

Další část analýz hledá potenciální odlišnosti mezi ubytovacími zařízeními (Tryon & Bailey, 1970), které se prezentují jako pro-environmentální a ostatními. Výsledky analýz jsou testovány chí-kvadrát testem, v případě nesplnění podmínek pro test je použito permutačního testu s 2000 opakováními, hodnota je pak odhadovaná. Pro prezentaci bylo použito Pearsonových standardizovaných reziduálů, kdy jejich vysoké hodnoty nejvíce přispívají k celkové hodnotě chí-kvadrátu. V grafu tak platí, čím je větší plocha tmavší barvy, tím je prokázán větší vliv na celkovou hodnotu chí-kvadrátu. Zde se tedy nacházejí největší rozdíly mezi měřenými četnostmi a jejich očekávanými hodnotami. Modrá hodnota znamená, že je naměřeno více pozorování, než bylo očekáváno. Červená hodnota naopak znamená, že byl naměřen mnohem menší počet pozorování, než bylo očekáváno. Ve sloupcích jsou vždy hodnoty ANO a NE. Hodnota ANO znamená fakt, že se ubytovací zařízení prezentuje ekologicky, hodnota NE znamená opak. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování byla dle své GPS lokalizována k jednotlivým destinacím cestovního ruchu a z výsledků lze posoudit jejich koncentraci v jednotlivých částech zkoumaného území.

2.4 Metodika výzkumu názorů zákazníků ubytovacích zařízení na environmentální problematiku

K naplnění cíle třetí části výzkumu byla data získána pomocí dotazníků vyplněných návštěvníky atraktivit cestovního ruchu v České republice. Dotazníky byly připraveny v češtině, angličtině a němčině, mohli se tak tedy zúčastnit tuzemští i zahraniční turisté.

2.4.1 Zkoumané oblasti a výběr respondentů

K získání nezkrácených informací byli osloveni účastníci cestovního ruchu na šesti různých místech, kde se nachází atraktivita cestovního ruchu. Respondenti byli oslovováni pouze v bezprostřední blízkosti atraktivit, čímž byla eliminovaná souvislost odpovědí s kategorií ubytování. Atraktivity, u kterých byla sbírána data lze rozčlenit do skupin - tři kulturně historické atraktivity a tři atraktivity přírodního dědictví, které se nachází v jižní části České republiky. Konkrétně se jednalo o:

- Český Krumlov oblast kulturního dědictví UNESCO – návštěvníci zámku,
- Zámek Kratochvíle, Národní kulturní památka – návštěvníci zámku,
- město České Budějovice – návštěvníci města,
- Šumavské hory, přírodní rezervace UNESCO – návštěvníci vyhlídky Jezerní slat',
- Pálava, přírodní rezervace UNESCO – návštěvníci vyhlídky Děvín,
- Žďárské vrchy, chráněná krajinná oblast – návštěvníci vyhlídky Devět skal.

České Krumlov je celosvětově známou kulturní památkou UNESCO, která je každoročně navštěvována tisíci návštěvníků z celého světa. Zámek Kratochvíle je Národní kulturní památkou regionálního významu. Město České Budějovice je destinace typická pro městský turismus. Šumavské hory jsou přírodní památkou UNESCO, ale slouží primárně jako odpočinková destinace pro tuzemské turisty a turisty z přilehlých států. Pálava je také přírodní památkou UNESCO, ale je proslavená zejména kombinací kultury a krajiny. Na druhou stranu Chráněná krajinná oblast Žďárské vrchy je typicky navštěvována domácími turisty, vyhledávajícími rekreaci v zalesněné krajině.

Dotazování probíhalo během hlavní turistické sezóny na základě analýzy předchozího zkušební dotazování. To odhalilo některé nedostatky dotazníků, zejména nepřesnosti překladu. Aby byl výběr respondentů co nejvíce randomizován, bylo uplatněno několik pravidel. Dotazován byl každý desátý návštěvník (Madin & Fenton, 2004) a v případě

skupiny návštěvníků byl dotazován pouze jeden z nich. Data byla sbírána jak během víkendu, tak během pracovních dnů (Petrick a kol., 2001). Celkově bylo dotázáno 200 respondentů v každé lokalitě zahrnuté do výzkumu. Do analýz vstoupilo 944 kompletních dotazníků z celkových 1 200 (21,3 % dotazníků bylo vyřazeno z důvodu nepřenocování v destinaci, či z důvodu, že respondenti nedovršili 18 let).

2.4.2 Dotazníky a příprava dat

První část dotazníku se skládala z otázek týkajících se faktorů, které jsou zodpovědné za preferenci respondentů pobývat v ubytovacích zařízeních deklarujících ekologické chování. Druhá část se zabývala faktory spojenými s pro-environmentálním chováním a byla rozdělena do tří podkategorií: životní postoje, osobní hodnoty a kontrola chování. Třetí část zahrnovala otázky ohledně pro-environmentálního chování turistů v jejich každodenním životě. Čtvrtá část byla zaměřena na data vztahující se k vlastnostem ubytování a na to, jak návštěvníci tyto vlastnosti vnímají. Pátá část měla za úkol zmapovat socio-demografické proměnné a počet pobytů v „zelených“ ubytovacích zařízeních.

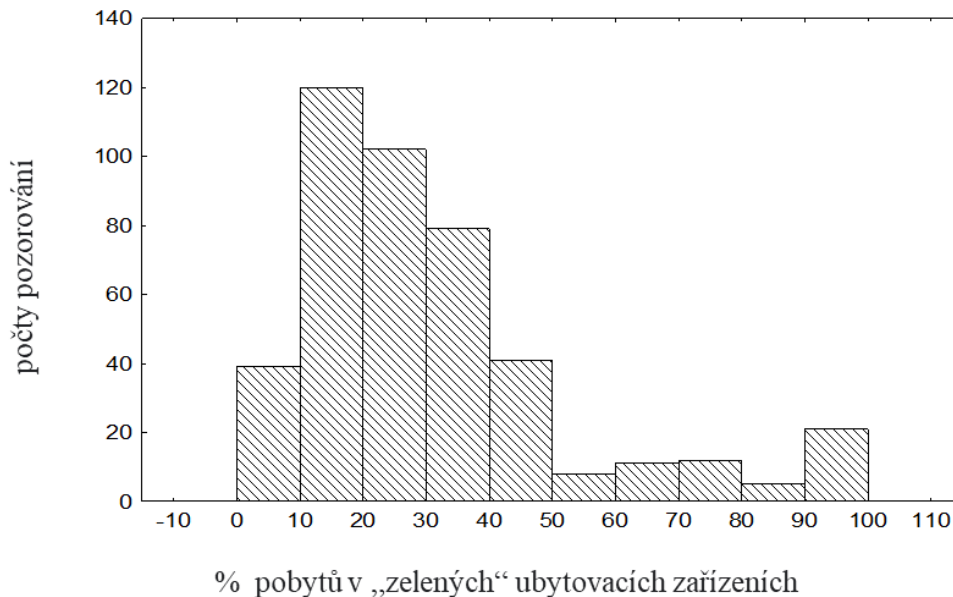
Jak již bylo výše zmíněno, konkrétní chápání principů udržitelnosti se často liší a zahrnuta mohla být zařízení, která splňují jen některé z podmínek (Han a kol., 2009), ale také zařízení, která splňují kritéria potřebná k získání ekologických označení (Buunk & van der Werf, 2019; Yilmaz a kol., 2019). V našem výzkumu bylo za „proekologické“ považováno jakékoliv zařízení, které mělo alespoň některou z pro-environmentálních charakteristik. S tímto pojetím „proekologického“ ubytování byli respondenti seznámeni předem, čímž se předešlo nepřesnému porozumění, jak tomu bylo v některých předešlých pracích např. Karlsson a Dolnicar (2016). Následující ustanovení bylo na začátku každého dotazníku: „zelené“ ubytování je takové ubytování, jehož management se zabývá problematikou životního prostředí. To znamená, že je využívána energie z obnovitelných zdrojů a/nebo jsou využívána zařízení nenáročná na energii (např. automatická světla, solární topení, úsporné žárovky...), voda je recyklována a/nebo se s ní šetří (v zařízení se nevyskytují fontány, na pokojích jsou instalované úsporné sprchové hlavice, rostliny se zalévají recyklovanou vodou...), provoz zařízení je šetrný k životnímu prostředí (ručníky a ložní prádlo je vyměněno jen na žádost, jsou využívány organické materiály), kolem zařízení je více zelených ploch než asfaltových a betonových.

Závislá proměnná: Pobývání v „zelených“ ubytovacích zařízeních

Nejpodstatnější proměnnou dotazníku k této části práce je pobyt v pro-environmentálním ubytovacím zařízení během dvou let před vyplněním dotazníku. V následujících analýzách byla proto tato proměnná zkoumána jako závislá. Její variabilita bude vysvětlena pomocí několika skupin nezávislých proměnných, aby došlo k naplnění cíle této části práce. Pro zjištění splnění základní podmínky byly pokládány dvě otázky: „Prosím uveďte počet ubytovacích zařízení navštívených za poslední dva roky.“; „Kolik z nich bylo zřetelně pro-environmentálních?“

Pro celý vzorek byl spočítán poměr pobytů v ubytovacích zařízeních považovaných za pro-environmentální. 506 z 944 respondentů (53 %) nemělo žádné zkušenosti se „zeleným“ ubytováním. Většina ostatních v těchto zařízeních přebývala dle obrázku 2 jen výjimečně. Jen 21 respondentů (2,2 %) trávilo svou dovolenou výhradně v „zelených“ ubytovacích zařízeních. 93 respondentů (9,8 %) pobývalo v „zelených“ ubytovacích zařízeních alespoň polovinu dovolených.

Obrázek 2. Podíl pobytů v „zelených“ ubytovacích zařízeních všech respondentů, kteří v tomto zařízení pobývali alespoň jednou za poslední dva roky (47 % ze všech dotazovaných).



Zdroj: vlastní výzkum

Z 944 dotazovaných byly vybrány dvě jasně vyhraněné skupiny, a to na základě volby „zelených“ ubytovacích zařízení. První skupina se skládala z 506 respondentů, kteří v „zelených“ ubytováních nikdy nepobývali. Druhá skupina byla sestavena z 93 respondentů, kteří vyhledávali „zelené“ ubytování ve více než v polovině případů.

Nezávislé proměnné 1: Socio-demografický status respondentů

První skupinou proměnných, které ovlivňují výběr „zeleného“ ubytování, je socio-demografický status respondentů (tabulky 1-4). Pro testování jedné z hypotéz regresního modelu byly do dotazníku zařazeny otázky vztahující se k pohlaví, věku, ceně pobytu za osobu a noc a zemi původu respondenta (cizí nebo domácí).

Tabulka 1: Socio-demografický status respondentů z obou studovaných skupin - pohlaví

	konvenční zařízení (n = 506)	“zelená” zařízení (n = 93)
ženy	48.62%	66.22%
muži	51.38%	43.78%

Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka 2. Socio-demografický status respondentů z obou studovaných skupin - věk

	konvenční zařízení (n = 506)	“zelená” zařízení (n = 93)
věk 18-25	22.33%	16.13%
věk 26-35	21.54%	21.51%
věk 36-45	17.19%	24.73%
věk 46-55	16.60%	19.35%
věk 56-65	11.07%	8.60%
věk 66-75	8.89%	7.53%
věk nad 75	2.37%	2.15%

Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka 3. Socio-demografický status respondentů z obou studovaných skupin - náklady

	konvenční zařízení (n = 506)	“zelená” zařízení (n = 93)
náklady do 40 Euro	1.78%	1.08%
náklady 40-80 Euro	10.67%	9.68%
náklady 80-400 Euro	28.06%	20.43%
náklady 400-800 Euro	33.79%	38.71%
náklady 800-1200 Euro	20.95%	18.28%
náklady nad 1200 Euro	4.74%	11.83%

Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka 4. Socio-demografický status respondentů z obou studovaných skupin – původ respondenta

	konvenční zařízení (n = 506)	“zelená” zařízení (n = 93)
cizinci	20.55%	20.43%
rezidneti	79.45%	79.47%

Zdroj: vlastní výzkum

Nezávislé proměnné 2: Měření pro-environmentálního chování v cestovním ruchu

Druhou skupinou proměnných ovlivňujících výběr „zeleného“ ubytování jsou faktory pro-environmentálního chování – životní postoje, osobní hodnoty a kontrola chování.

Postoje návštěvníků turistických atraktivit vůči zodpovědným turistickým aktivitám byly měřeny pomocí upravené Škály osobního zapojení (*PII*). Tato stupnice byla dříve užita jako jednodimenzionální stupnice a má univerzální využití (Coppes & Braunisch, 2013). Je také využívána ve studiích cestovního ruchu, kde je zapojení návštěvníků středem zájmu (Beerli a kol., 2007; Yoon a kol., 2019). Respondenti byli vyzváni k tomu, aby vymezili svůj postoj na všech deseti stupnicích sémantického diferenciálu (Zaichovsky, 1994). Tyto stupnice představují (důležitá – nedůležitá, nudná – zajímavá, podstatná – nepodstatná, vzrušující – nezáživná, nic neznamenající – hodně znamenající, přitažlivá – nepřitažlivá, fascinující – obyčejná, bezcenná – hodnotná, uchvacující – nezajímavá, nepotřebná – potřebná) za pomoci výroku „Považuji podporu veřejnosti zodpovědného cestovního ruchu za...“ Odpovědi byly zaznamenávány na původní sedmibodové stupnici (1 = plně odpovídá možnosti uvedené vlevo; 7 = plně odpovídá možnosti uvedené vpravo; 4 = respondent se nemůže rozhodnout). Data získaná z průzkumu (tabulka 5) mají hodnotu ukazatele Cronbachova alfa 0,94, což naznačuje velmi vysoký stupeň jejich vnitřní konzistence. Aritmetické průměry všech deseti stupnic sémantického diferenciálu byly využity v dalších analýzách měření postojů.

Tabulka 5. Postoje návštěvníků běžných a „zelených“ ubytovacích zařízení k veřejné podpoře environmentálně šetrného cestovního ruchu.

hodnota odpovědi v dotazníku *	konvenční zařízení (n = 506) v %							„zelená“ zařízení (n = 93) in %							
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	
důležitá - nedůležitá	9	14	15	13	19	16	13	8	8	9	8	19	26	24	
nudná – zajímavá	6	14	22	25	16	10	8	5	3	8	14	24	20	26	
podstatná nepodstatná	–	7	16	16	18	22	10	11	6	9	4	8	22	31	20
vzrušující nezáživná	–	13	14	20	30	14	5	5	9	8	12	30	13	17	12
nic neznamenající - hodně znamenající	5	13	20	21	22	13	7	3	5	9	13	18	31	20	
přitažlivá nepřitažlivá	–	9	18	16	27	17	8	5	2	11	4	23	20	27	13
fascinující obyčejná	–	18	14	17	29	14	4	5	6	8	10	27	19	23	8
bezpečná hodnotná	–	5	14	17	23	18	11	12	2	5	6	14	18	28	26
uchvacující nezajímavá	–	8	20	22	26	15	4	4	2	11	6	26	22	25	9
nepotřebná potřebná	–	8	11	16	17	19	12	17	1	2	13	9	12	28	35

* 1 = zcela nesouhlasím; 5 = zcela souhlasím

Zdroj: vlastní výzkum

Měření *osobních hodnot* bylo založeno na stupnici navržené Han a kol. (a kol., 2010). Tato stupnice se přímo vztahuje k navštěvování „zelených“ ubytovacích zařízení. V průzkumu bylo užito stejných otázek, jakých použili Han a kol. (2010) – „Většina pro mě důležitých lidí si myslí, že bych na cestách měl pobývat v zelených hotelech“; „Většina pro mě důležitých lidí by si přála, abych na svých cestách pobýval v zelených hotelech“; „Lidé, jejichž názorů si cením, by si přáli, abych pobýval v zelených hotelech“. Odpovědi byly zaznamenávány pomocí stupnice o pěti stupních (1 = zcela nesouhlasím; 5 = zcela souhlasím). Podle hodnoty ukazatele Cronbachova alfa (0,85) mají data (tabulka 6) opět velmi dobrou vnitřní konzistenci. Aritmetické průměry odpovědí byly použity pro jedno měření osobních hodnot.

Tabulka 6. Osobní normy návštěvníků běžných a „zelených“ ubytovacích zařízení.

hodnota odpovědi v dotazníku *	konvenční zařízení (n = 506) v %					zelená zařízení (n = 93) v %				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Většina lidí, na kterých mi záleží, si myslí, že bych měl na cestách bydlet v ekologickém hotelu.	17	32	34	13	5	5	16	18	47	13
Většina lidí, kteří jsou pro mě důležití, by chtěla, abych se při cestování ubytoval v ekologickém hotelu.	20	32	31	11	6	8	23	32	29	9
Lidé, jejichž názorů si vážím, by si přáli, abych při cestování bydlet v ekologickém hotelu.	13	30	31	19	7	8	14	19	44	15

1 = zcela nesouhlasím; 5 = zcela souhlasím

Zdroj: vlastní výzkum

Stupnice použitá pro měření *kontroly chování* byla taktéž navržena autory Han a kol. (2010). Byla rovněž předložena tři tvrzení, k nimž se respondenti měli vyjádřit – „To, jestli při svém pobytu pobývám v zeleném či běžném ubytování, je zcela na mně“; „Jsem si jistý, že pokud se rozhodnu pobývat v zeleném ubytovacím zařízení, tak mohu“; „Mám dostatek zdrojů, času a příležitostí k tomu, abych během cestování mohl pobývat v zelených hotelech“. Opět byla využita pětibodová stupnice (1 = zcela nesouhlasím; 5 = zcela souhlasím). Přestože hodnota Cronbachova alfa byla pouhých 0,59, bylo možné s měřením v tabulce 7 pokračovat, protože doporučená hodnota 0,60 je té naší velmi blízká. Aritmetické průměry odpovědí byly použity pro jedno měření kontroly chování. Škála pro měření kontroly chování (tabulka 7) byla rovněž převzata od autorů Han a kol. (2010). Byla tedy předložena tři tvrzení - "Zda se při cestování ubytuji v ekologickém hotelu, záleží zcela na mně"; "Jsem si jistý/á, že pokud budu chtít, mohu se při cestování ubytovat v ekologickém hotelu"; "Mám prostředky, čas a možnosti, abych se při cestování ubytoval/a v ekologickém hotelu". Byla použita pětibodová škála (1 = rozhodně nesouhlasím; 5 = rozhodně souhlasím). Vnitřní konzistence tohoto měřítka je poměrně nízká, neboť hodnota Cronbachova alfa je pouze 0,59, na druhou stranu je to velmi blízko doporučené hodnotě 0,60, a proto byla použita pro další analýzy. Průměrné hodnoty vypočítané z výsledků všech deseti sémantických diferencíálů byly v další analýze použity jako jedno měřítko kontroly chování.

Tabulka 7. Kontrola chování návštěvníků běžných a „zelených“ ubytovacích zařízení.

hodnota odpovědi v dotazníku *	konveční zařízení (n = 506) v %					zelená zařízení (n = 93) v %				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Záleží jen na mně, zda se na cestách ubytuji v ekologickém hotelu, nebo ne.	4	8	17	34	38	1	11	9	35	44
Jsem přesvědčen, že pokud budu chtít, mohu se na cestách ubytovat v ekologickém hotelu.	7	12	26	38	17	1	16	16	26	41
Mám prostředky, čas a možnosti, abych se při cestování ubytoval v ekologickém hotelu.	12	30	27	21	11	6	20	15	38	20

1 = zcela nesouhlasím; 5 = zcela souhlasím.

Zdroj: vlastní výzkum

Nezávislá proměnná 3: Měření pro-environmentálního chování v každodenním životě

K analýze pro-environmentálního chování v každodenním životě bylo připraveno měření založené na *Lifestyles of Health and Sustainability* (Zdravý a udržitelný životní styl, LOHAS) (Kim a kol., 2013). Byly využity položky ze všech pěti marketingových segmentů, které LOHAS uznává (udržitelná ekonomika, zdravý životní styl, osobní rozvoj, alternativní péče o zdraví, ekologicky šetrný životní styl). Ke každému z těchto segmentů byla do dotazníku zařazena dvě tvrzení – „Preferuji jídlo a pití bez umělých barviv a konzervantů.“; „Jsem ochotný/á si za jídlo a pití bez umělých barviv a konzervantů připlatit.“; „Šetrím vodou.“; „Šetrím energií tak, že vypínám světla.“; „Preferuji oblečení z organické bavlny.“; „Preferuji kosmetiku na přírodní bázi.“; „Když se rozhoduji, co koupím, беру ohled na ochranu životního prostředí.“; „Jsem ochotný/á si připlatit za produkty, které jsou šetrné k životnímu prostředí.“; „Dávám pozor na to, zda jsou obaly recyklovatelné.“; „Jsem ochotný/á si připlatit za výrobky v ekologických obalech.“ Tato tvrzení byla vybrána z většího počtu tvrzení využitého v dřívějším LOHAS výzkumu (Pícha & Navrátil, 2019). V tabulce 8 byla využita stupnice o pěti bodech (1 = definitivně ne; 5 = definitivně ano). Toto měření je považováno za jednodimenzionální, protože jeden faktor s vlastní hodnotou vyšší než 1 byl identifikován faktorovou analýzou uvedených deseti proměnných (vlastní hodnota = 4,66, vysvětlená variance = 46,44 %, všechny proměnné dosáhly faktorového zatížení vyššího než 0,5) s velmi dobrou vnitřní soudržností (Cronbachova alfa je 0,87). Aritmetické průměry odpovědí byly použity pro jedno měření pro-environmentálního chování v každodenním životě.

Tabulka 8. Pro-environmentální chování v každodenním životě návštěvníků běžných a „zelených“ ubytovacích zařízení.

hodnota odpovědi v dotazníku *	konvenční zařízení (n = 506) v %					„zelená“ zařízení (n = 93) v %				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Dávám přednost přírodním potravinám a nápojům bez umělých barviv a konzervačních látek.	11	38	11	26	13	10	10	10	53	18
Za přírodní potraviny nebo nápoje bez umělých barviv a konzervačních látek jsem ochoten zaplatit více.	16	30	16	29	9	4	16	16	43	20
Šetřím vodou.	6	13	22	39	20	1	8	13	46	32
Šetřím energii vypínáním světla.	5	20	13	37	25	2	11	6	38	43
Dávám přednost oblečení z organické bavlny.	28	33	21	13	5	4	26	19	41	10
Dávám přednost kosmetickým výrobkům na přírodní bázi.	22	35	20	16	6	3	20	17	34	25
Ochrana životního prostředí je pro mě při rozhodování o nákupu důležitá.	13	31	26	23	6	5	14	18	44	18
Za výrobky šetrné k životnímu prostředí jsem ochoten zaplatit více.	12	34	19	29	6	3	16	20	37	24
Dbám na recyklovatelnost obalových materiálů.	12	27	21	24	16	1	18	15	37	29
Jsem ochoten/a zaplatit více za výrobek s ekologicky šetrnými obaly.	20	34	23	18	6	6	26	18	31	18

1 = zcela nesouhlasím; 5 = zcela souhlasím

Zdroj: vlastní výzkum

Nezávislé proměnné 4: Preference pro vlastnosti „zelených“ ubytovacích zařízení

Poslední skupinou proměnných jsou rozdílné vlastnosti konvenčních a „zelených“ ubytovacích zařízení. Tyto vlastnosti byly shrnuty do seznamu jednotlivých položek, které jsou typické pro „zelená“ ubytovací zařízení, ale nejsou obvyklé pro ta běžná. Základem pro zařazení do žebříčku byly praktické zkušenosti hostů s konkrétní službou a její marketingová komunikace prostřednictvím ekologicky šetrných ubytovacích zařízení, včetně všech jejich součástí: parkoviště a okolí hotelu, recepce, chodby, pokoje a sociální zařízení, jakož i různé hotelové služby, náklady na energie a nakládání s odpady. Sestavený seznam položek zdůrazňuje existující konflikty mezi pohodlím hostů a ekologickými postupy v hotelech (Ahn & Pearce, 2013). Luxusní hotely poskytují klientům velké prostory, plyšové nebo exotické materiály a design, což je v rozporu s ekologickými stavebními postupy. Hoteloví hosté často očekávají, že "zelené" hotely budou svým vzhledem "ošklivé" (Kupatadze, 2014; McLennan, 2004). Další faktory již byly různými autory identifikovány jako důležité – úspora vody ve sprše a na toaletě (Han & Hyun, 2018c; Trang a kol., 2019), automatické

osvětlení (Trang a kol., 2019), úspora energie (Mester a kol., 2016), používání LED osvětlení nebo úsporných žárovek (Yusof & Jamaludin, 2013) nebo vybavení pokoje (Han & Hyun, 2018c; Kirk, 1995; Lashley, 2016; Verma & Chandra, 2016). Měření se skládá ze třinácti položek, které zohledňují všechna výše uvedená opatření "zeleného" ubytování: "Ne-designová recepce"; "Menší vstupní hala"; "Absence prvků, jako jsou fontány, promítací plátna, televizory ve vstupní hale"; "Úsporné sprchové hlavice"; "Úsporné splachovače WC"; "Automatické osvětlení v pokojích a na chodbách (např. pohybové senzory)"; "Energeticky úsporné zdroje světla v pokojích a na chodbách (např. čidla pohybu)". LED žárovky); "Ručníky na vyžádání"; "Výměna lůžkovin a koupelnových potřeb na vyžádání"; "Omezení vytápění nebo klimatizace v pokojích"; "Snaha informovat mě o možnostech úsporného chování a o šetrném nakládání s odpady"; "Travnaté plochy a květinové záhony před hotelem na úkor vzdáleného parkování"; "Stromy částečně bránící výhledu oknem hotelu nebo restaurace". Položená otázka byla formulována takto: "Jste ochotni navštívit ubytovací zařízení, jehož cena je stejná jako za standardní službu, i když mají. ...?" Následovalo třináct výše uvedených položek. Odpovědi byly měřeny na pětibodové škále, jak ukazuje tabulka 9 (1 = rozhodně ne; 5 = rozhodně ano).

Tabulka 9. Preference vlastností „zelených“ ubytovacích zařízení u návštěvníků běžných a „zelených“ ubytovacích zařízení.

hodnota odpovědi v dotazníku *	konvenční zařízení (n = 506) v %					„zelená“ zařízení (n = 93) v %				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Recepce s nízkým designem	5	21	14	36	24	4	14	11	45	26
Menší vstupní hala	4	13	19	38	26	6	5	16	43	29
Absence prvků jako fontány, promítací plátna, televizory ve vstupní hale	3	15	20	34	29	3	11	14	37	35
Úsporné sprchové hlavice	9	26	19	28	19	4	14	13	32	37
Úsporné splachování toalet	7	17	17	35	24	4	11	12	35	38
Automatická světla v pokojích a na chodbách (např. pohybová čidla)	3	15	15	36	31	2	9	8	45	37
Energeticky úsporné zdroje světla v pokojích a na chodbách (např. LED žárovky).	4	9	18	38	31	3	8	10	43	37
Ručníky na vyžádání	14	30	24	22	11	5	19	17	32	26
Výměna ložního prádla a koupelnových potřeb na vyžádání	22	29	18	21	9	9	25	11	37	19
Snížení vytápění klimatizace v pokojích	16	35	23	21	4	2	20	26	37	15
Snaha o informování o možnostech úspor a o šetrném nakládání s odpady.	7	23	23	31	16	5	15	13	39	28
Travnaté plochy a květinové záhony před hotelem na úkor vzdáleného parkování	7	22	21	31	19	4	11	19	40	26
Stromy částečně bránící výhledu z okna hotelu nebo restaurace	8	22	18	36	16	1	16	14	44	25

* 1 = zcela nesouhlasím; 5 = zcela souhlasím

Zdroj: vlastní výzkum

Ke zjištění struktury v odpovědích na preference vlastností "zelených" ubytovacích zařízení byla použita faktorová analýza založená na analýze hlavních komponent. Byly odhaleny čtyři faktory s vlastními hodnotami většími než 1. Byly označeny podle položek s faktorovými zátěžemi většími než 0,7. Průměrná hodnota odpovědí na všechny položky v každém faktoru s faktorovou zátěží větší než 0,7 byla v dalších analýzách použita jako měrná míra pro každý faktor. Vnitřní konzistence byla hodnocena pomocí Cronbachova alfa. První faktor označený jako *vlastnosti recepcce* se týkal položek, jako je recepcce s nízkým designem, menší vstupní haly, absence prvků, jako jsou fontány, promítací plátna, televizory ve vstupních halách, dosáhl faktorové zátěže větší než 0,7. Vykazuje velmi dobrou vnitřní soudržnost, neboť Cronbachova alfa pro toto měření je 0,85. Druhý faktor byl označen jako *úsporné vlastnosti*, protože položky jako automatické osvětlení v pokojích a na chodbách (např. pohybová čidla); energeticky úsporné zdroje světla v pokojích a na chodbách (např. LED), dosáhly na tomto faktoru faktorových zátěží větších než 0,7. Také vnitřní soudržnost je zde velmi dobrá, protože Cronbachova alfa pro toto měření je 0,81. Třetí faktor byl označen jako *vlastnosti pokojů*, neboť položky jako omezená výměna lůžkovin a koupelnových potřeb; omezení vytápění nebo klimatizace na pokojích atd. dosáhl faktorové zátěže větší než 0,7 v tomto faktoru. Tento faktor vykazuje dostatečnou vnitřní soudržnost, neboť Cronbachova alfa pro toto měření je 0,63. Čtvrtý faktor byl označen jako *exteriér hotelu*, protože položky jako travnaté plochy a květinové záhony před hotelem na úkor vzdáleného parkování; stromy částečně bránící výhledu z hotelu nebo restaurace, dosáhly na tomto faktoru faktorových zátěží větších než 0,7. Také vykazuje dobrou vnitřní konzistenci, neboť Cronbachova alfa pro toto měření je 0,74.

2.4.3 Analýza dat

Nejprve byly provedeny individuální testy potenciálních rozdílů mezi oběma skupinami respondentů u všech nezávislých proměnných. Byl použit Mann-Whitneyův test, protože byly k dispozici ordinální a poměrové proměnné s nenormálním rozdělením. V případě nominálních dvourozměrných proměnných (pohlaví a původ respondenta) byly provedeny chí-kvadrát testy.

Následně byl testován vliv všech nezávislých proměnných na typ respondenta. Závislou proměnnou byla příslušnost respondenta ke skupině preferující "zelená" ubytovací zařízení před skupinou navštěvující konvenční ubytovací zařízení. K identifikaci potenciálních prediktorů pobytu v "zelených" ubytovacích zařízeních byl použit binomický zobecněný lineární model (binomická logistická regrese) s logitovou funkcí. Protože ne všechny

nezávislé proměnné byly shledány statisticky relevantními pro daný typ respondentů, byl použit dopředný výběr nezávislých proměnných. Statistická významnost nezávislých proměnných byla testována pomocí testu poměrem věrohodnosti a Waldova testu. Regresní koeficienty byly Waldovou statistikou testovány na jejich rozdíl od nulové hodnoty a posouzeny pomocí 95 % intervalů spolehlivosti regresního koeficientu a jeho standardní chyby. Výsledek regrese je smysluplný. Výsledky regrese byly ověřeny s využitím Hosmer-Lemeshowova testu a změna vysvětlené variability byla měřena Nagelkerkovým R^2 .

Výpočty logistických regresí byly provedeny v softwaru Tibco Statistica. Následně byly připraveny grafy efektů logistické regrese pro vizualizaci výsledků. Grafy efektů byly připraveny v softwaru R pomocí funkce `allEffects()` z balíčku `effects` (Fox a kol., 2020).

Nakonec, protože pět prediktorů ze všech pěti kategorií bylo regresním modelem vybráno jako statisticky významné, byly identifikovány nejdůležitější faktory rozčleňující respondenty na ty, kteří preferují „běžné“ ubytování, a ty, kteří preferují „zelené“ ubytování. K tomu byl použit model klasifikačních a regresních rozhodovacích stromů, protože jejich výsledky jsou relativně snadno a jednoduše interpretovatelné (Pinke a kol., 2011). Vzorek respondentů byl nejprve náhodně rozdělen na dvě skupiny – tréninkový soubor dat (70 % respondentů) a soubor dat pro testování (30 % respondentů) pomocí funkce `sample()` ve statistickém programu R. Model rozhodovacího stromu s hladinou významnosti 0,01 byl identifikován pomocí funkce `cree()` z balíčku `party` v softwaru R (Hothorn a kol., 2019), a poté aplikován na testovací soubor dat pomocí funkce `predict()` s modelem založeným na výsledcích tréninkového souboru dat.

3 Výsledky

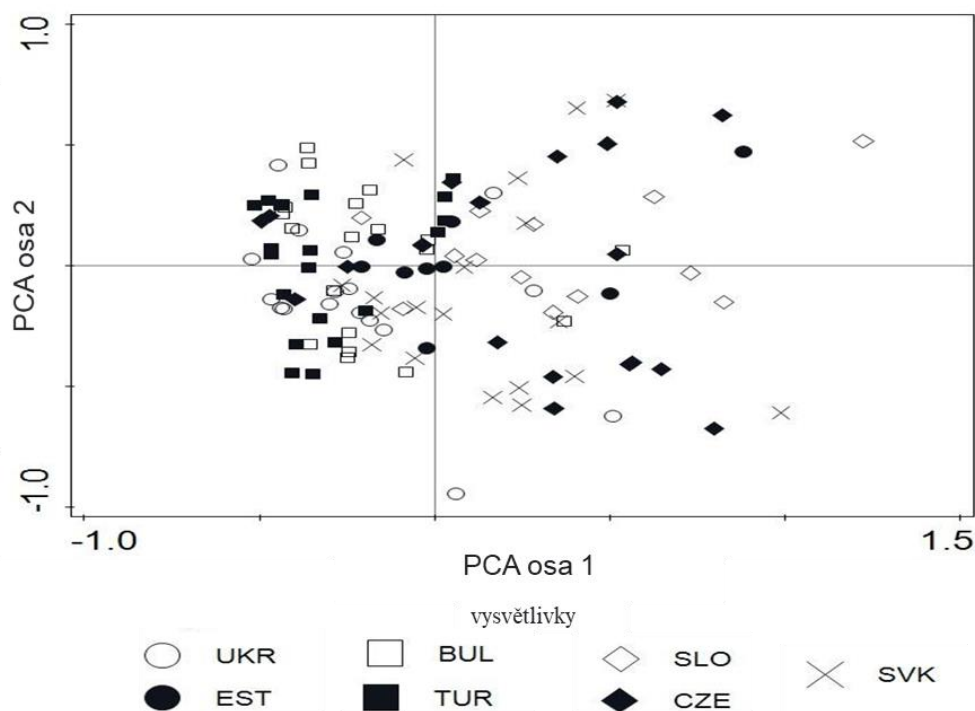
3.1 Vnímání environmentální problematiky manažery ubytovacích zařízení ve středoevropském prostoru

Manažeři a vlastníci ubytovacích zařízení při svém rozhodování o zavádění pro-environmentálních opatření vnímají překážky, které omezují jejich schopnost zavádět tato opatření adekvátním způsobem. 29 % oslovených představitelů hotelů považuje za nejvýznamnější překážku objem dostupných finančních zdrojů, téměř 20 % pak nízkou návratnost investic vynaložených na tato opatření. Třetím omezujícím faktorem se ukázaly náklady na provádění či zachování zavedených opatření. Naopak často nepocitují nedostatek znalostí a dovedností (48 % hotelů tento faktor považuje za nejméně významnou překážku). 33 % hotelů pak vnímá jako nevýznamný faktor nedostatek informací o vhodných opatřeních. Objem dostupných finančních zdrojů je pak vnímán jako překážka zejména u nezávislých hotelů, představitelé hotelů integrovaných do mezinárodních řetězců tomuto faktoru takovou významnost nepřikládají.

Protože hlavním cílem tohoto průzkumu je vyhodnotit možný dopad složitosti environmentálních postupů na rozhodování při lokalizaci ubytovacích zařízení v různých zemích střední a východní Evropy, bylo použito ordinační metody. Nejprve byla data zkoumána pomocí analýzy hlavních komponent (PCA).

První osa PCA je nejdůležitějším gradientem v datové sadě (tabulka 10, obrázek 3). Ta vysvětluje 15,12 % variability sebraných dat (použito bylo 32 proměnných, jedna měřená proměnná tedy sama vysvětluje 3,12 %). Druhá osa PCA vysvětluje 9,16 % variability sebraných dat.

Obrázek 3. Graf ordinace PCA první a druhé osy PCA s hotely klasifikovanými podle země.



Zdroj: vlastní výzkum

Dvě již zmiňované osy jsou v sebraném vzorku dat nejdůležitější. Zejména data z první osy koreluje s nezávislými proměnnými. Celková upravená vysvětlená variace nezávislými proměnnými je 8,4 %. První osa PCA dosáhla pseudo-kanonické korelace 0,625, jak ukazuje tabulka 10.

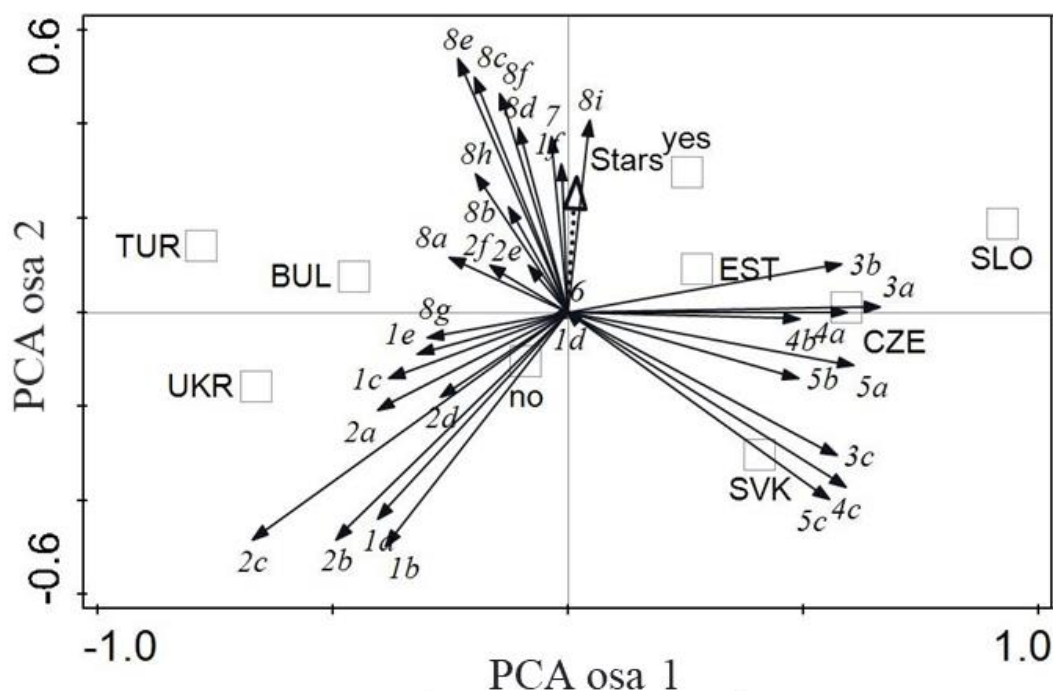
Tabulka 10. Výsledky PCA a parciální RDA.

Výsledek	osa	PCA	Parciální RDA
Vlastní hodnoty	1	0,151	0,063
	2	0,092	0,020
	3	0,075	0,014
	4	0,065	0,013
Pseudo - kanonická korelace	1	0,625	0,687
	2	0,341	0,569
	3	0,400	0,605
	4	0,403	0,505
Kumulativní vysvětlení	1	15,1 %	6,5 %
	2	24,3 %	8,5 %
	3	31,8 %	9,9 %
	4	38,3 %	11,3 %

Zdroj: vlastní výzkum

Lze sledovat, že diferenciacie ubytovacích zařízení klasifikovaných podle států je ovlivněna první osou – všechna zařízení z Turecka a téměř všechny bulharské hotely a také mnoho ukrajinských hotelů jsou v levé části grafu. Naopak centrum výskytu hotelů ze Slovinska a České republiky je v pravé části grafu. Zajímavý je též obrázek 4, který ukazuje celou sadu nezávislých proměnných v ordinačním diagramu. Osy jsou shodné s obrázkem 3, ale vyznačeny jsou závislé proměnné (šipky s černým bodem) a všechny nezávislé proměnné (nominální jsou uvedeny jako čtverce a poměr jako šipka s větším bílým bodem).

Obrázek 4. Biplot pro klasifikaci PCA s polohou závislých a nezávislých proměnných.



Zdroj: vlastní výzkum

Poznámka: Závislé proměnné (černé šipky s černým bodem): 1-motivační faktory (1a-legislativa; 1b-úspora nákladů; 1c-konkurenceschopnost; 1d-„zelený“ marketing; 1e-ochrana životního prostředí; 1f-udržitelnost); 2-překážky (2a-náklady na implementaci a údržbu; 2b-nízká návratnost investic; 2c-nedostatek finančních zdrojů; 2d-nedostatečné povědomí hostů o životním prostředí; 2e-nedostatek informačních zdrojů; 2f-nedostatek znalostí a dovedností); 3- zaznamenaná iniciativa nebo podpora vlády (3a-jakákoli iniciativa nebo podpora; 3b-informační nebo vzdělávací podpora; 3c-finanční podpora); 4-zaznamenaná iniciativa nebo podpora místní správy nebo obce (4a-jakákoli iniciativa nebo podpora; 4b-informace nebo podpora vzdělávání; 4c-finanční podpora); 5-zaznamenaná iniciativa nebo podpora nevládních organizací (5a-jakákoli iniciativa nebo podpora; 5b-informační nebo vzdělávací podpora; 5c-finanční podpora); 6-vliv dostupné finanční podpory na ochotu implementovat environmentální postupy; 7-vnímání legislativních problémů; 8-vnímání důležitosti konkrétních faktorů (8a-zintenzivnění legislativy; 8b-lepší přístup k informacím; 8c-environmentální certifikace nebo implementace EMS; 8d-komplikovaná environmentální certifikace nebo proces implementace EMS; 8e-environmentální certifikace a šíření EMS; 8f-environmentální povědomí hotelových hostů; 8g-extra finanční prostředky nebo zdroje; 8h-konkurence na trhu; 8i-„zelený“ trend na trhu) Závislé proměnné: Země (BUL - Bulharsko; CZE - Česká republika; EST - Estonsko; SVK - Slovenská republika; SLO - Slovinsko TUR - Turecko; UKR - Ukrajina); přidružení k hotelovému řetězci (ano - člen hotelového řetězce; ne - není přidružen); klasifikace zařízení (počet hvězdiček)

Z výsledků měření lze interpretovat fakt, že podél první osy nejvzdálenější od průsečíku první a druhé osy jsou Turecko (vlevo) a Slovinsko (vpravo). Druhá osa je spojena s třídou ubytovacích zařízení. Čím vyšší je klasifikační třída, tím větší je kladné skóre ubytovacího zařízení na druhé ose. Příslušnost k hotelovému řetězci by také mohla ovlivnit polohu zařízení podél druhé osy. Pokud je zařízení členem řetězce, je zaznamenáno vyšší skóre na druhé ose. Pro všechny nezávislé proměnné byla testována korelace mezi skóre prvních dvou os a její původní hodnotou, aby byl zjištěn případný vztah těchto proměnných k osám ordinace (tabulka 11). První osa významně koreluje se všemi zeměmi kromě Estonska (tabulka 11).

Pozorováním zjištěných hodnot lze dojít k závěru, že jsou poměrně dobře odděleny dvě skupiny států podél první osy (obrázek 4). První skupinu tvoří Turecko, Bulharsko a Ukrajina; druhou potom Slovinsko, Česká republika, Slovenská republika a (zde nijak výrazně) Estonsko. Důležité je zejména to, že Turecko se na první ose zcela liší od Slovinska a České republiky (obrázek 4, tabulka 11). Druhá osa PCA je celkově méně významná a má nižší pseudo-kanonickou korelaci (0,341) s našimi nezávislými proměnnými (tabulka 10, obrázek 4). Významně však koreluje s třídou příslušného zařízení a příslušností k řetězci (tabulka 11).

Tabulka 11. Korelace mezi nezávislými proměnnými a osami ordinace PCA.
Úrovně významnosti: * je $p < 0,05$; ** je $p < 0,01$; *** je $p < 0,001$, n.s. - nevýznamný.

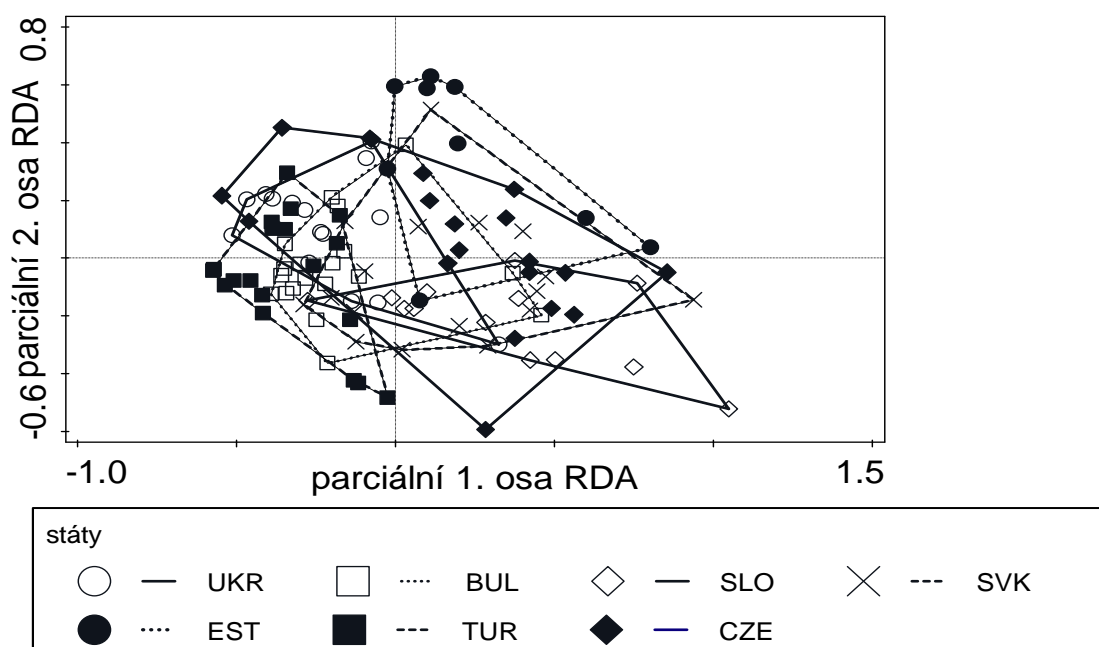
	1. osa PCA	2. osa PCA
TUR	-0,381 ***	n.s.
UKR	-0,284**	n.s.
BUL	-0,187*	n.s.
SLO	0,317 ***	n.s.
SVK	0,212*	n.s.
CZE	0,265**	n.s.
EST	n.s.	n.s.
hodnocení hotelů (hvězdičky)	n.s.	0,303 **
hotelový řetězec (ano)	n.s.	0,192*

Zdroj: vlastní výzkum

K testování potenciálního dopadu role státu na environmentální postupy v hotelnictví, byla použita parciální RDA. Parciální RDA byla aplikována, protože počet hvězdiček a také příslušnost hotelu k hotelovému řetězci byly shledány analýzou PCA a Spearmanovým pořadovým koeficientem korelace jako potenciálně ovlivňující komplexnost environmentálních postupů. Výsledkem parciální RDA je, že existuje statisticky významný vliv země na environmentální postupy (tabulka 10, obrázek 5). První osa i celý model jsou

statisticky významné (poměr $F = 7,123$; $p = 0,002$; resp. Poměr $F = 2,470$; $p = 0,002$). Zvláště nedochází k překrývání mezi hotely z Turecka a Slovinska a mezi Tureckem a Estonskem. Centrum českých a slovenských hotelů je blízko centra Estonska; na druhé straně je centrum ukrajinských a bulharských hotelů blíže Turecku. Bez ohledu na poměrně malé hodnoty vlastních čísel (tabulka 10) jsou pozice zemí v PCA a v parciálním RDA velmi podobné (viz srovnání obrázku 3 s obrázkem 5 a srovnání obrázku 4 s obrázkem 6). Proměnná „země“ by tedy mohla být považována za skutečně statisticky významnou a za rozumný faktor diferenciacie environmentálních postupů v hotelovém průmyslu mezi zeměmi střední a východní Evropy. Upravená vysvětlená variace podle krajů je 7,5 %.

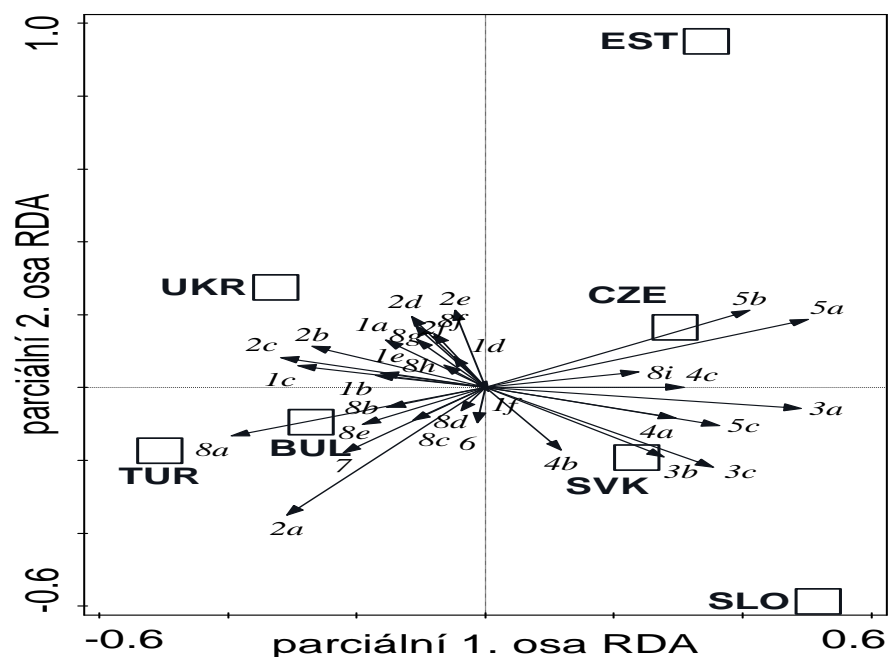
Obrázek 5. Poloha hotelů klasifikovaných podle země v grafu první a druhé osy RDA.



Zdroj: vlastní výzkum

Podobně jako při použití PCA se v rámci analýzy RDA vytvořily dvě skupiny států (odděleny podél první osy), kdy první skupinu tvoří Slovinsko, Estonsko, Česká republika a Slovenská republika a druhou skupinu tvoří Turecko, Ukrajina a Bulharsko. Při pohledu na závislé proměnné v parciálním biplotu RDA (obrázek 4), lze zjistit fakt, že podél první osy jsou odděleny zejména iniciativa a podpora vlády a místní správy (šipky těchto závislých proměnných jsou orientovány směrem k první skupině) od tlaku legislativy, role konkurenceschopnosti, vnímání nedostatku finančních zdrojů a pomalé návratnosti investic (šipky těchto závislých proměnných jsou orientovány na druhou skupinu).

Obrázek 6. Pozice odpovědí a států jako vysvětlující proměnné v ordinačním diagramu - biplotu parciální RDA



Zdroj: vlastní výzkum

3.2 Nabídka environmentálně šetrného ubytování v turistické destinaci Jižní Čechy

Celkem bylo zjištěno 3 509 ubytovacích zařízení všech kategorií a tříd. Nejvyšší počet zařízení ze skupiny hromadných ubytovacích zařízení je v kategoriích penzion (30,64 %) a hotel (7,07 %). Z ubytování v soukromí je nejpočetnější kategorií objekt pro rekreaci (20,83 %) a apartmán pro hosty (14,76 %). Naopak nejméně nalezených zařízení je v kategoriích lázeňský objekt, malý hotel a motel, jak uvádí tabulka 12.

Tabulka 12. Zjištěná ubytovací zařízení dle typů.

kategorie zařízení	absolutní četnost	relativní četnost
apartmán pro hosty	519	14,76 %
apartmánový dům	137	3,88 %
farma	49	1,40 %
hotel	249	7,07 %
kemp	156	4,39 %
lázeňský objekt	8	0,23 %
malý hotel	16	0,46 %
motel	11	0,31 %
objekt pro rekreaci	733	20,83 %
penzion	1076	30,64 %
pokoj pro hosty	316	8,95 %
rekreační zařízení	92	2,62 %
rezort	28	0,80 %
ubytovna	129	3,68 %
celkový součet	3509	100,00 %

Zdroj: vlastní výzkum

Další zjišťovanou proměnnou byla existence kategorizace (počet hvězdiček). Ze základního souboru klasifikaci deklarovalo 271 zařízení, což tvoří 7,7 % ze souboru. Jak ukazuje následující tabulka, nejvíce klasifikovaných zařízení je dle očekávání v kategorii hotel (56 %). Významný je také počet klasifikovaných penzionů (7,3 %), nicméně procento klasifikovaných je významně nižší. Výsledky měření ukazuje tabulka 13.

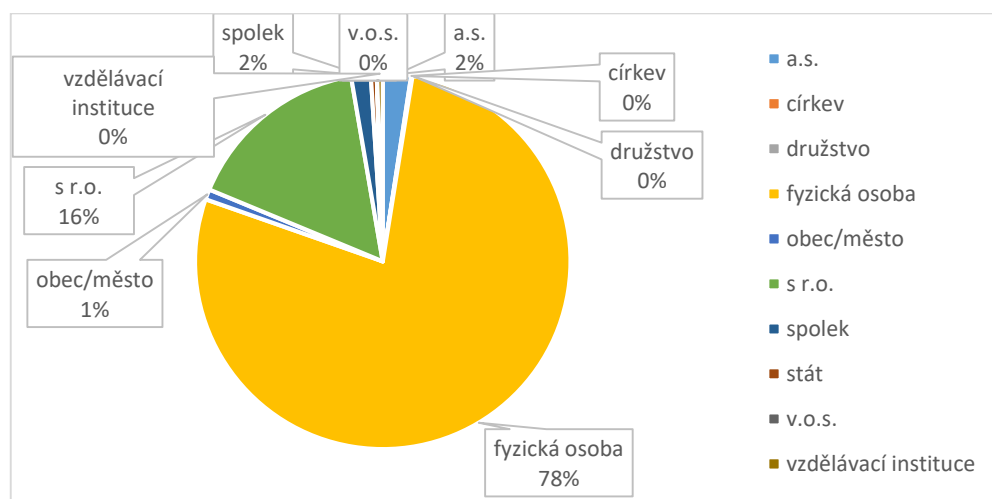
Tabulka 13. Podíl ubytovacích zařízení deklarující úroveň služeb počtem hvězdiček.

kategorie zařízení	označení třídy dle klasifikace					
	1	2	3	4	5	nemá
apartmán pro hosty			8	9	1	500
apartmánový dům	1		6	3	2	124
farma						49
hotel		4	84	50	2	108
kemp			7	4		143
lázeňský objekt			1	1		6
malý hotel						16
motel			2			9
objekt pro rekreaci		1	2			728
penzion	2	8	58	7	1	999
pokoj pro hosty						314
rekreační zařízení			1			91
rezort			1	1	1	25
ubytovna	1	1	1			126
celkový součet	4	14	171	75	7	3238

Zdroj: vlastní výzkum

Při bližším pohledu na vlastnickou strukturu ubytovacích zařízení lze konstatovat, že většina ubytovacích zařízení nejsou členy řetězců, nanejvýše v jednotkách případů jde o majitele, který vlastní dvě až tři malá zařízení. Nejvýznamnější vlastnickou formou je vlastnictví fyzické osoby. Nejvýznamnější skupinou zařízení z hlediska živnostenského jsou fyzické osoby (78 %), dále je významná forma vlastnictví s.r.o. (16 %). Ostatní formy vlastnictví jsou nevýznamné, jak ukazuje obrázek 7.

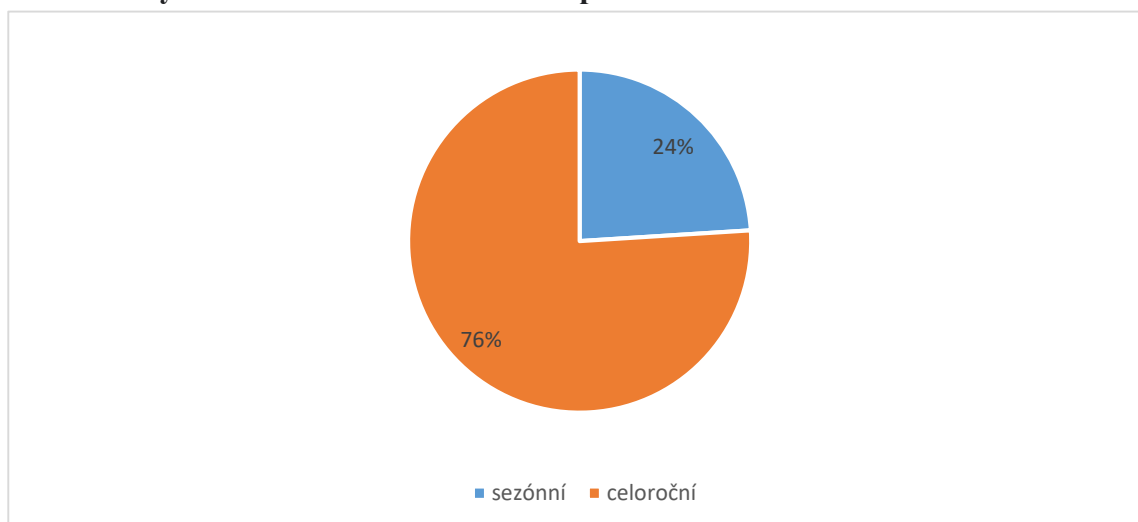
Obrázek 7. Ubytovací zařízení dle právní formy podnikání.



Zdroj: vlastní výzkum

Sezónnost provozu ubytovacích zařízení je známým a obecně uznávaným faktem, nicméně žádná studie zaměřená na zkoumané území dostupná není, proto vedle grafu s relativní četností (obrázek 8) byla použita i kontingenční tabulka (tabulka 14) pro zjištění poměru sezónních zařízení vůči zařízením s celoročním provozem v jednotlivých kategoriích.

Obrázek 8. Ubytovací zařízení dle sezónnosti provozu.



Zdroj: vlastní výzkum

Z výsledků plyne, že 76 % zařízení funguje celoročně. Jako sezónní bylo označeno 24 % zařízení. Přibližně jedna čtvrtina zařízení je provozována v letní sezóně.

Pro podrobnější přehled byl dále zkoumán podíl sezónních zařízení v jednotlivých kategoriích zařízení. Sezónnost dle kategorií zařízení ukazuje následující tabulka, ze které vyplývá nejvyšší podíl sezónních zařízení v kategorii kemp (86 %). Vysokou hodnotu vykazují rovněž rekreační zařízení (68,5 %) a objekty pro rekreaci (44 %). Naopak celoroční provoz deklarují především lázeňské objekty a motely, které jsou ve zkoumaném území provozovány výhradně celoročně. Deklarace celoročního provozu je častá rovněž u hotelů a penzionů, zde se jedná dle zjištěné lokalizace o zařízení především ve městech. Celoroční provoz ve velkém měřítku deklarují též farmy, což v této kategorii může být ovlivněno také charakterem podnikání. Zjištěné hodnoty se neliší od hodnot očekávaných vzhledem ke kategoriím zařízení.

Tabulka 14. Podíl ubytovacích zařízení deklarující sezónní provoz dle kategorií.

kategorie zařízení	celoroční provoz	sezónní provoz	počet zařízení	podíl zařízení se sezónním provozem
apartmán pro hosty	446	72	518	13,90 %
apartmánový dům	123	13	136	9,56 %
Farma	44	5	49	10,20 %
Hotel	227	20	247	8,10 %
Kemp	21	133	154	86,36 %
lázeňský objekt	8	0	8	0,00 %
malý hotel	14	6	20	30,00 %
Motel	11	0	11	0,00 %
objekt pro rekreaci	410	320	730	43,84 %
Penzion	956	115	1071	10,74 %
pokoj pro hosty	238	76	314	24,20 %
rekreační zařízení	29	63	92	68,48 %
Rezort	21	10	31	32,26 %
Ubytovna	107	21	128	16,41 %
celkový součet	2655	854	3509	

Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka 15 analyzuje sezónnost zařízení ve vztahu k lokalizaci zařízení dle okresů. Nejvíce sezónních zařízení bylo zaznamenáno v okrese Jindřichův Hradec, do kterého je zahrnuto též Třeboňsko. V tomto okrese se jedná o zařízení provozovaná v letních měsících. V okrese Český Krumlov jsou v počtu sezónních zařízení zahrnuta zařízení v oblasti Lipenska s dvousezónním provozem. Zajímavostí je, že oproti očekávání se nejméně sezónních

zařízení nachází v oblasti Táborska. Možnou příčinou tohoto zjištění je výskyt velkého počtu ubytovacích zařízení v blízkém okolí města Tábora, která poskytují své služby celoročně. Lokality v rekreačních oblastech nabízí často celoroční provoz vzhledem k rozsáhlým možnostem cykloturistiky a zimní turistiky. Nízký počet sezónních zařízení vykazuje rovněž okres Prachatice, kde lze hodnotu vysvětlit lokalizací v podhůří Šumavy. Okres Strakonice má zařízení lokalizována především v samotném městě Strakonice a částečně rovněž spadá do oblasti podhůří Šumavy. Okres Písek je rovněž ovlivněn koncentrací zařízení kolem města Písek, kde jsou zařízení provozována celoročně. Z pohledu profilu města České Budějovice je hodnota 8,43 % sezónních zařízení poměrně vysokým číslem. Nejedná se pouze o město, ale celý okres. Hodnoty podílu sezónních zařízení za samotné město České Budějovice by byly nižší, nicméně studie do takových podrobností nezachází.

Tabulka 15. Podíl ubytovacích zařízení deklarující sezónnost dle lokalizace

Okres	celoroční zařízení	sezónní zařízení	počet celkem	relativní četnost
Strakonice	139	54	193	6,32 %
Č. Budějovice	329	72	401	8,43 %
Č. Krumlov	721	189	910	22,13 %
J. Hradec	657	364	1021	42,62 %
Písek	172	76	248	8,90 %
Prachatice	438	55	493	6,44 %
Tábor	199	44	243	5,15 %
celkový součet	2655	854	3509	100 %

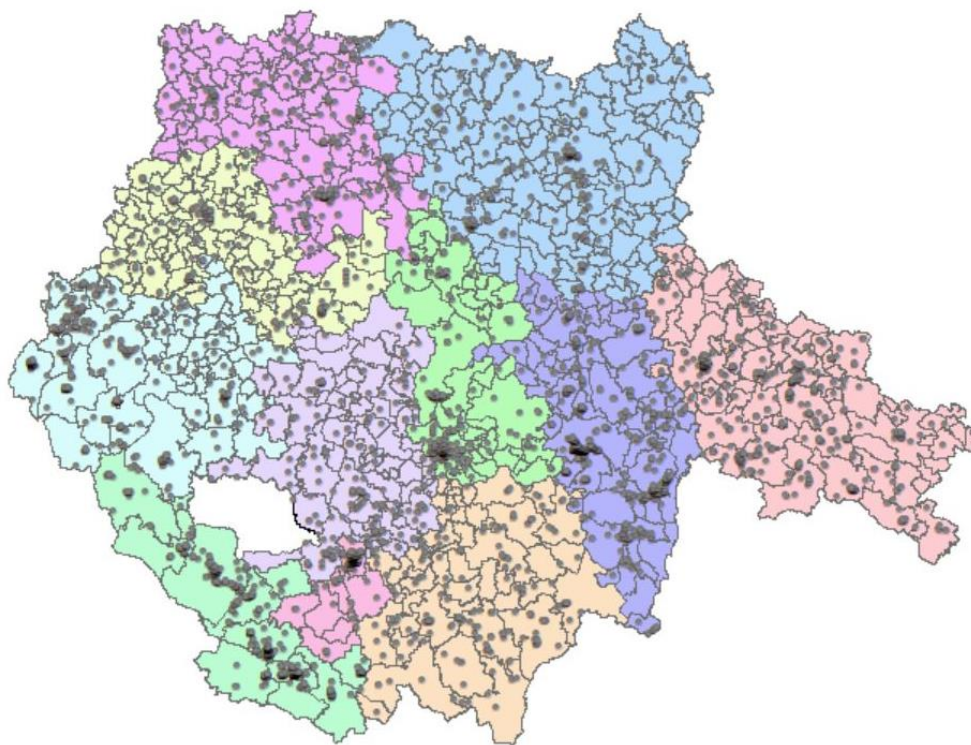
Zdroj: vlastní výzkum

3.3 Lokalizace ubytovacích zařízení

Místa koncentrace výskytu lůžkových kapacit ubytovacích zařízení dokládá obrázek 9. Ubytovací zařízení jsou rozmístěna ve zkoumaném území ve všech částech regionu. Zvýšenou koncentraci ubytovacích zařízení lze sledovat ve významnějších městech destinace Česká Kanada (Dačice, Slavonice, ale také v příhraničních oblastech Starého Města pod Landštejnem a Nové Bystřice). V případě destinace Třeboňsko je zvýšená koncentrace zařízení zaznamenána v samotném městě Třeboň, v oblasti rybníků v severní části území a významné kapacity jsou lokalizovány v oblasti Chlumu u Třeboně, Staňkova a Suchdola nad Lužnicí. V případě destinace Novohradsko - Doudlebsko jsou ubytovací zařízení rozmístěna rovnoměrně v severní části destinace, hraniční oblast Novohradských hor vykazuje nižší hustotu výskytu ubytovacích zařízení. V případě regionu Budějovicko je

evidentní koncentrace ubytovacích zařízení v Českých Budějovicích a v oblasti města Hluboká nad Vltavou. V severní části regionu jsou ubytovací zařízení koncentrována v oblasti Týna nad Vltavou a přilehlých rekreačních oblastech. Destinace Podkletí vykazuje koncentraci ubytovacích zařízení v nejužší oblasti Kletě, jinak dle vizualizace nejsou patrná další místa významnější koncentrace. Destinace Český Krumlov region vykazuje významnou koncentraci zařízení přímo do města Český Krumlov, naopak v intravilánu města je lokalizováno zařízení minimum. Ubytovací zařízení v destinaci Lipensko jsou rovnoměrně rozmístěna kolem břehu Lipenské nádrže a na mapě tvoří pás přesahující nádrž dále podél toku řeky Vltavy z obou stran. V destinaci Šumavsko je vyšší koncentrace zařízení zřejmá ve vyšších oblastech Šumavy a lyžařských střediscích v západní části destinace. Druhou lokalitou s vyšší koncentrací zařízení je oblast města Prachatice. Pro destinaci Prácheňsko je typická vyšší koncentrace zařízení do města Strakonice, případně u hranice s destinací Šumavsko. Destinace Písecko-Blatensko vykazuje významnou koncentraci ve městě Písek a oblasti Blatné. Zároveň je z mapy vidět koncentrace zařízení kolem toku Vltavy a Otavy. Pro destinaci Toulava je významnější výskyt zaznamenán ve městech Tábor a Bechyně. Zároveň je znatelná koncentrace ubytovacích zařízení podél toku řeky Lužnice na celém území destinace.

Obrázek 9. Lokalizace ubytovacích zařízení dle turistických destinací Jihočeského kraje.



Zdroj: vlastní výzkum

3.4 Produkt ubytovacích zařízení ve zkoumané oblasti

3.4.1 Deklarace služeb pro cyklisty

Ze zjištěných dat také plynou dílčí zjištění blíže charakterizující služby poskytované ubytovacími zařízeními. První zkoumanou proměnnou byla deklaráce služeb pro cyklisty. Tyto služby deklarovalo cca 27,5 % ubytovacích zařízení ve zkoumaném území, jak dokazuje tabulka 16. Podíl deklarujících a nedeklarujících zařízení v jednotlivých kategoriích byl nejvýznamnější v případě hotelů (40,73 %), penzionů (37,12 %) farem (34,69 %) a apartmánových domů (30,15 %). Naopak nejméně zařízení deklarujících služby pro cyklisty se nachází v kategoriích objekt pro rekreaci (13,54 %) a apartmán pro hosty (20,08 %).

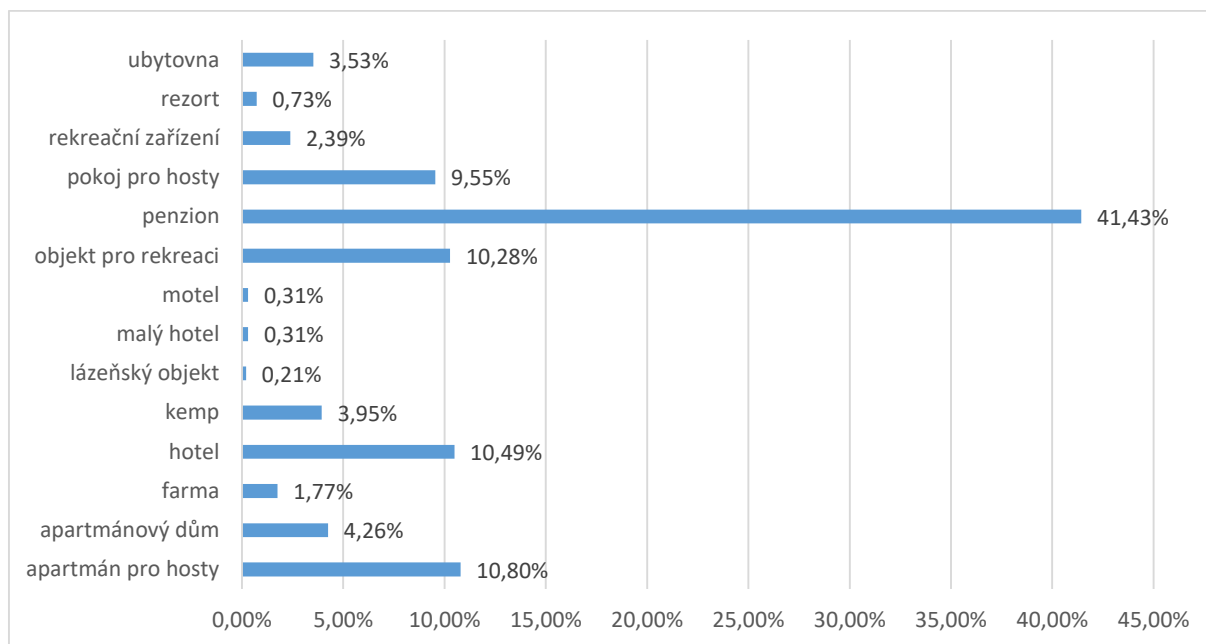
Tabulka 16. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících služby pro cyklisty v jednotlivých kategoriích

kategorie zařízení	podíl nedeklarujících zařízení	podíl deklarujících zařízení
apartmán pro hosty	79,92 %	20,08 %
apartmánový dům	69,85 %	30,15 %
farma	65,31 %	34,69 %
hotel	59,27 %	40,73 %
kemp	75,32 %	24,68 %
lázeňský objekt	75,00 %	25,00 %
malý hotel	81,25 %	18,75 %
motel	72,73 %	27,27 %
objekt pro rekreaci	86,46 %	13,54 %
penzion	62,88 %	37,12 %
pokoj pro hosty	70,70 %	29,30 %
rekreační zařízení	75,00 %	25,00 %
rezort	75,00 %	25,00 %
ubytovna	73,64 %	26,36 %
celkový součet	72,56 %	27,44 %

Zdroj: vlastní výzkum

Co se týče podílu na celkovém počtu deklarujících zařízení nejvýznamnější kategorií je penzion (41,43 %), objekty pro rekreaci, hotely, apartmány pro hosty a pokoje pro hosty vykazují hodnoty po cca 10 %. Tyto čtyři kategorie potom dohromady tvoří cca 80% podíl na trhu. Ostatní kategorie ubytovacích zařízení vykazují pouze minoritní podíly. Bližší hodnoty lze nalézt v obrázku 10.

Obrázek 10. Podíl jednotlivých kategorií ubytovacích zařízení deklarujících služby pro cyklisty



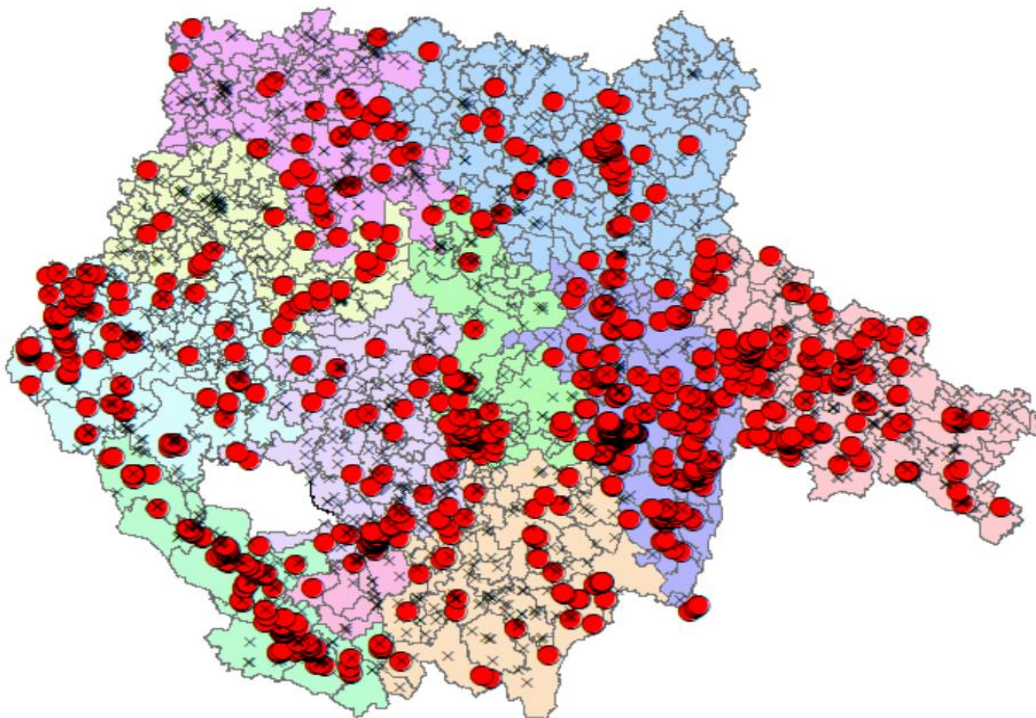
Zdroj: vlastní výzkum

K výše uvedené tabulce 16 lze říci, že v případě podílu deklarujících penzionů a farem se jedná o hodnotu očekávanou díky segmentu hostů a jejich lokalizaci, což bylo dokázáno dřívějším výzkumem (Švec a kol. 2013). V případě apartmánových domů může být důvodem zejména lokalizace v turisticky atraktivních místech s napojením na cykloturistickou infrastrukturu (Lipensko, Třeboňsko). V případě hotelů je výsledek překvapivý a může být ovlivněn image celé destinace jako vhodného cykloturistického regionu a také podílem menších hotelů v místech s napojením na infrastrukturu. Graf naopak ukazuje roli penzionů v celkové nabídce zařízení vhodných pro cyklisty. Tento fakt může být ovlivněn celkovým počtem zařízení ve zkoumaném regionu (cca 30 % zařízení), jak je uvedeno výše.

Ubytovací zařízení deklarující poskytování služeb pro cyklisty jsou dle předpokladů čteněji lokalizována v místech s příhodným terénem a cyklistických destinacích. Zvýšená koncentrace je evidentní v destinaci Třeboňsko, Česká Kanada, okolí Českých Budějovic, v okolí Lipenské přehrady, v oblasti Veselí nad Lužnicí a v horských střediscích destinace Šumavsko (obrázek 11). Cyklistika je v posledních letech moderním produktem cestovního ruchu, je považována za pro-environmentální (Vujko a kol., 2017) a investují se finanční prostředky do infrastruktury. Poskytování těchto služeb turistům ubytovacím zařízení

může přinášet nejen ekonomické benefity (Derom & Ramshaw, 2016), ale také se mohou stát zajímavým momentem při plánování marketingu ubytovacího zařízení.

Obrázek 11. Lokalizace ubytovacích zařízení deklarujících služby pro cyklisty.



Zdroj: vlastní výzkum

3.4.2 Deklarace možnosti parkování

Druhou zkoumanou proměnnou byla deklaráce bezplatných vyhrazených parkovacích ploch. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících bezplatné vyhrazené parkování je ve zkoumaném území 70,56 % (tabulka 17). Tato hodnota je nad očekávání vysoká, nicméně podíly v jednotlivých skupinách situaci vysvětlují. Nejvyšší hodnota podílu byla zaznamenána v případě rezortů (89,29 %), apartmánových a lázeňských domů (shodně 87,50 %), motelů (87,38 %) a hotelů (82,66 %). Rezorty jsou svou podstatou určeny pro delší pobyty a často se nachází mimo aglomerace a jakoukoliv zástavbu. Apartmánové domy a rezorty patří k novějším typům ubytování, které vznikají často mimo současnou zástavbu a ve své projektové dokumentaci již místa pro vozidla zahrnují. Lázně a lázeňské domy deklarují parkovací místa zejména díky své rozloze a v nedávné době dostavěným parkovištím. Vnímání hodnoty ale může být problematické vzhledem k nízkému počtu těchto zařízení (jak již bylo zmíněno výše). Neočekávaná hodnota byla naměřena v případě hotelů. Díky své časté lokalizaci v centru měst byla očekávaná hodnota nižší, nicméně

faktorem, který může tuto hodnotu ovlivňovat, je typ krajiny, ve které se hotely nachází. Typická městská ubytovací zařízení jsou ve zkoumané lokalitě doplněna vysokým počtem zařízení všech kategorií i mimo velká města, což jistě ovlivňuje zkoumanou proměnnou a může se stát zajímavou přidanou hodnotou v marketingové komunikaci zařízení. Ubytovací zařízení typu motel nabízí parkovací místa již vzhledem ke své podstatě. Hodnota se může na první pohled zdát nízká, avšak ve vztahu k počtu zjištěných motelů se může jednat pouze o zkreslení vinou chybějící deklarace u několika málo zařízení.

Tabulka 17. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících parkoviště v jednotlivých kategoriích ubytovacích zařízení

kategorie zařízení	podíl nedeklarujících zařízení	podíl deklarujících zařízení
apartmán pro hosty	24,71 %	75,29 %
apartmánový dům	12,50 %	87,50 %
farma	36,73 %	63,27 %
hotel	17,34 %	82,66 %
kemp	27,27 %	72,73 %
lázeňský objekt	12,50 %	87,50 %
malý hotel	50,00 %	50,00 %
motel	12,62 %	87,38 %
objekt pro rekreaci	36,94 %	63,06 %
penzion	27,28 %	72,72 %
pokoj pro hosty	39,30 %	60,70 %
rekreační zařízení	28,26 %	71,74 %
rezort	10,71 %	89,29 %
ubytovna	43,75 %	56,25 %
odpovědi celkem	29,44 %	70,56 %

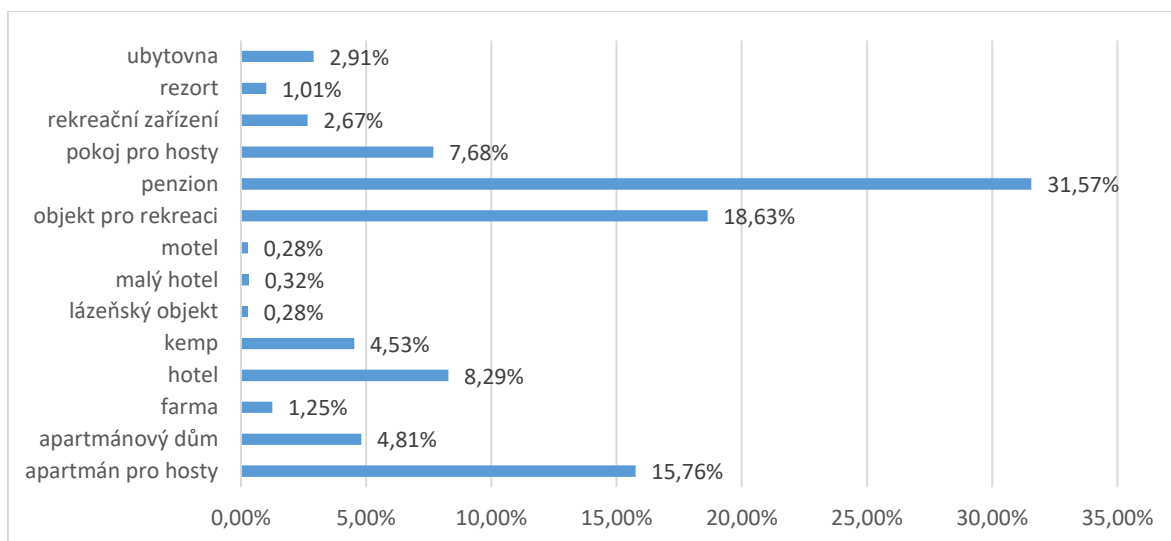
Zdroj: vlastní výzkum

Nejvýznamnější podíl mají dle výsledků výzkumu penziony (31,57 %), objekty pro rekreaci (18,63 %) a apartmány pro hosty (15,76 %). Naopak marginálně jsou zastoupeny motely, malé hotely a lázeňské objekty, což může být ovlivněno jejich četností ve zkoumaném vzorku.

Z obrázku 12 plyne významná role penzionů v řešení problémů s parkováním. Pokud je zkoumán podíl penzionů na veškerých ubytovacích zařízeních (zkoumaném vzorku), lze říci, že je nejvyšší ze všech typů zkoumaných kategorií. Pokud penziony nabízí vyhrazená parkovací místa v intravilánu měst, výrazně tím pomáhají zlepšovat dopravní situaci a situaci spojenou s parkováním na veřejných komunikacích. V tomto případě bylo zjištěno, že majitelé často doporučují kombinaci odstavení vozidla a MHD, a tím podporují její

využívání. Vyhrazená parkování u venkovských penzionů se mohou projevit menším počtem odstavených aut v okolí penzionu. Odstavování aut na určitých místech prospívá nejen estetickému vnímání krajiny, ale přináší i nižší ekologickou zátěž. Přínos v podobě řízeného odstavování vozidel lze interpretovat také v případě kategorií objekt pro rekreaci a apartmán pro hosty.

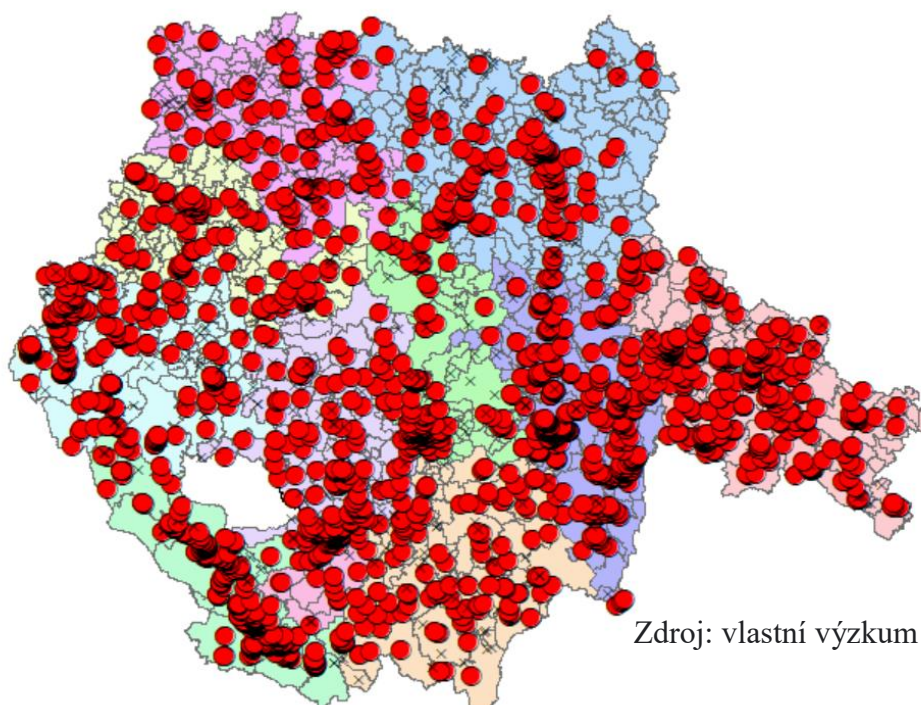
Obrázek 12. Podíl jednotlivých kategorií ubytovací zařízení deklarující parkoviště



Zdroj: vlastní výzkum

Ubytovací zařízení v celém zkoumaném území rovnoměrně nabízejí ke svým produktům služby parkování (obrázek 13).

Obrázek 13. Lokalizace ubytovacích zařízení deklarujících vyhrazené parkování



Zdroj: vlastní výzkum

V dnešní době se jedná o poptávané služby, které přestávají být konkurenční výhodou na trhu, ale spíše nutností.

3.4.3 Deklarace služeb firemního cestovního ruchu

Třetí zkoumaná proměnná se vztahovala k deklaraci možností uspořádat setkání, či jinou aktivitu firemního cestovního ruchu. Tato oblast prošla v posledních letech významným rozvojem. Podíl zařízení poskytujících tyto služby je poměrně významný, kdy tvoří 8,58 % ze všech kategorií zařízení. Z jednotlivých kategorií je nejvýznamnější, dle předpokladů, jak uvádí tabulka 18, kategorie hotelů (49,19 %). Významný je také podíl zařízení v kategorii lázeňský objekt (25 %). Vzhledem k nízkému počtu těchto zařízení ve zkoumaném území, lze usoudit, že se jedná o službu, kterou nabízí nejspíše jen několik lázeňských domů, ale jedná se o zajímavou doplňkovou činnost lázeňských podniků. Stejný podíl byl zaznamenán v kategorii rezort, kde ale nabídka těchto služeb není tak překvapivá. Nízké počty deklarujících jsou zejména v kategoriích ubytování v soukromí. Překvapivé je, že v některých případech nejsou hodnoty nulové (např. objekty pro rekreaci 1,78 % a apartmán pro hosty 2,12 %). Výsledky prokazují, že v jednotkách případů právě i tato zařízení deklarují poskytování služeb firemního cestovního ruchu. Většinou se jedná se o nabídku venkovních prostor s možností posezení většího množství návštěvníků.

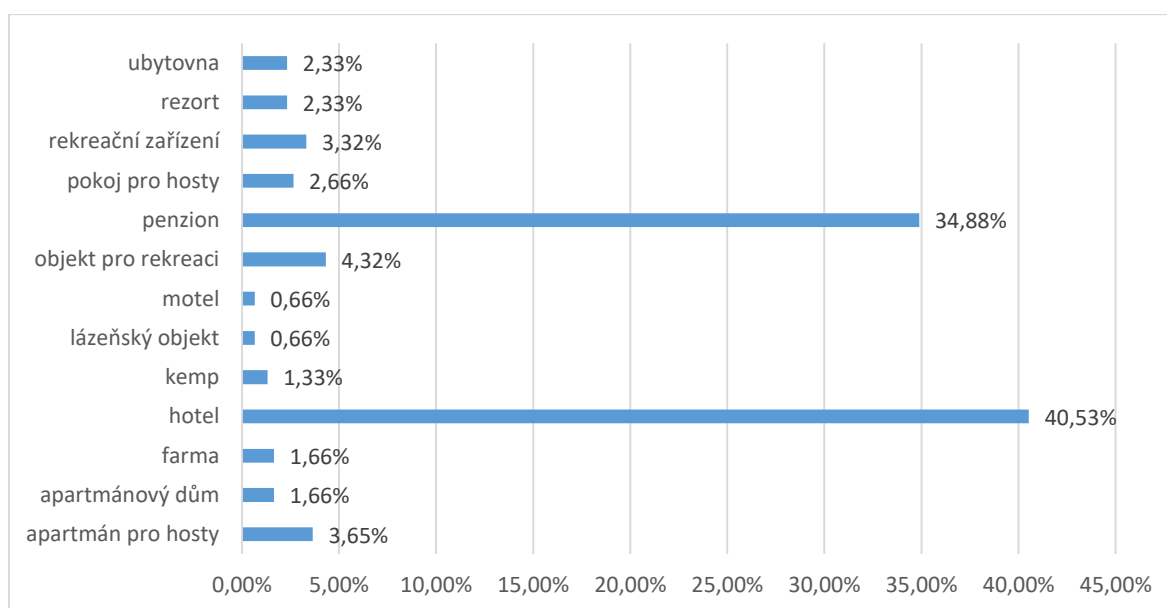
Tabulka 18. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících služby firemního cestovního ruchu v jednotlivých kategoriích ubytovacích zařízení

kategorie zařízení	podíl nedeklarujících zařízení	podíl deklarujících zařízení
apartmán pro hosty	97,88 %	2,12 %
apartmánový dům	96,32 %	3,68 %
farma	89,80 %	10,20 %
hotel	50,81 %	49,19 %
kemp	97,40 %	2,60 %
lázeňský objekt	75,00 %	25,00 %
malý hotel	100,00 %	0,00 %
motel	81,82 %	18,18 %
objekt pro rekreaci	98,22 %	1,78 %
penzion	90,23 %	9,77 %
pokoj pro hosty	97,45 %	2,55 %
rekreační zařízení	89,13 %	10,87 %
rezort	75,00 %	25,00 %
ubytovna	94,57 %	5,43 %
celkový součet	91,42 %	8,58 %

Zdroj: vlastní výzkum

Hotely a penziony představují cca 75 % zařízení (obrázek 14), která nabízí služby firemního cestovního ruchu. Penziony sice jsou nejvíce zastoupenou skupinou zařízení ve zkoumané oblasti. Zajímavá hodnota ve vztahu k celku je dosažena u apartmánů pro hosty (3,65 %). Jak již bylo zmíněno výše, tato hodnota je překvapivá a může naznačovat posun pořádání tohoto typu akcí do nového prostředí s rodinnou atmosférou a menším počtem účastníků.

Obrázek 14. Podíl jednotlivých kategorií ubytovací zařízení deklarujících služby firemního cestovního ruchu



Zdroj: vlastní výzkum

3.4.4 Deklarace služeb pro rodiny s dětmi

Podíl ubytovacích zařízení nabízejících služby pro rodiny s dětmi tvoří pouze cca 14 % z celkového počtu zkoumaných zařízení. Nejvýznamnější zastoupení zařízení nabízejících služby pro rodinu s dětmi je v kategoriích farma (48,95 %), rekreační zařízení (36,96 %) a rezort (35,71 %). U farem je poměr dán častým zaměřením právě na tento segment hostů, což souvisí s fenoménem agroturistiky. Zvířetem typickým pro turistické využití na farmách jsou dle deklarovaných služeb koně. S nimi je pak spojen jezdecký sport. V případě, že farma nedeklaruje služby pro rodiny s dětmi, se v dosti případech objevuje zaměření na chov a porážku speciálních plemen hovězího dobytka. U rekreačních zařízení může být zaměření na rodiny s dětmi podpořeno lokalizací (často mimo města s venkovními hřišti). Podobně lokalizovány jsou též rezorty, které na tuto klientelu rovněž cílí. Rozdíl mezi rezortem a rekreačními zařízeními je především v kvalitě ubytovacích a stravovacích služeb, či větší

nabídkou kulturního vyžití v rezortech. Naopak podíl zařízení nabízejících služby pro rodiny s dětmi je minimální v případě lázeňských objektů a ubytoven, jak ukazuje tabulka 19.

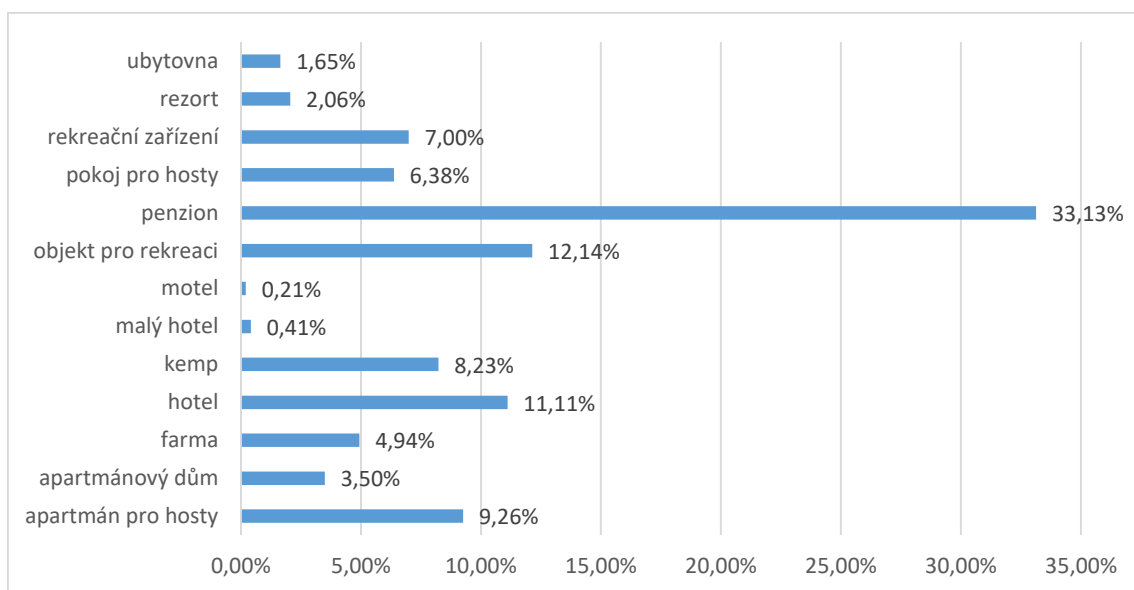
Tabulka 19. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících služby pro rodiny s dětmi v jednotlivých kategoriích

kategorie zařízení	podíl nedeklarujících zařízení	podíl deklarujících zařízení
apartmán pro hosty	91,31 %	8,69 %
apartmánový dům	87,50 %	12,50 %
farma	51,02 %	48,98 %
hotel	78,23 %	21,77 %
kemp	73,86 %	26,14 %
lázeňský objekt	100,00 %	0,00 %
malý hotel	87,50 %	12,50 %
motel	90,91 %	9,09 %
objekt pro rekreaci	91,92 %	8,08 %
penzion	85,00 %	15,00 %
pokoj pro hosty	90,06 %	9,94 %
rekreační zařízení	63,04 %	36,96 %
rezort	64,29 %	35,71 %
ubytovna	93,75 %	6,25 %
celkový součet	86,12 %	13,88 %

Zdroj: vlastní výzkum

Počtem ubytovacích zařízení poskytujících služby pro rodiny s dětmi je nejčastější penzion (33,1 %). Významný je rovněž podíl objektů pro rekreaci (12,14 %) a hotelů (11,11 %). Penziony jako nejčastější typ ubytovacích zařízení mají významný podíl také v této kategorii, nicméně při bližším zkoumání (tabulka 19) je zřejmé, že služby pro rodinu s dětmi nabízí zhruba 15 % zařízení kategorie penzion. Nejčastěji se jedná o dětská hřiště, či možnost zapůjčení dětské postýlky. Sofistikovanější programy pro celé rodiny penziony nabízejí pouze v ojedinělých případech. Podobné výsledky platí také v případě dalších dvou nejčastěji zastoupených kategorií (obrázek 15).

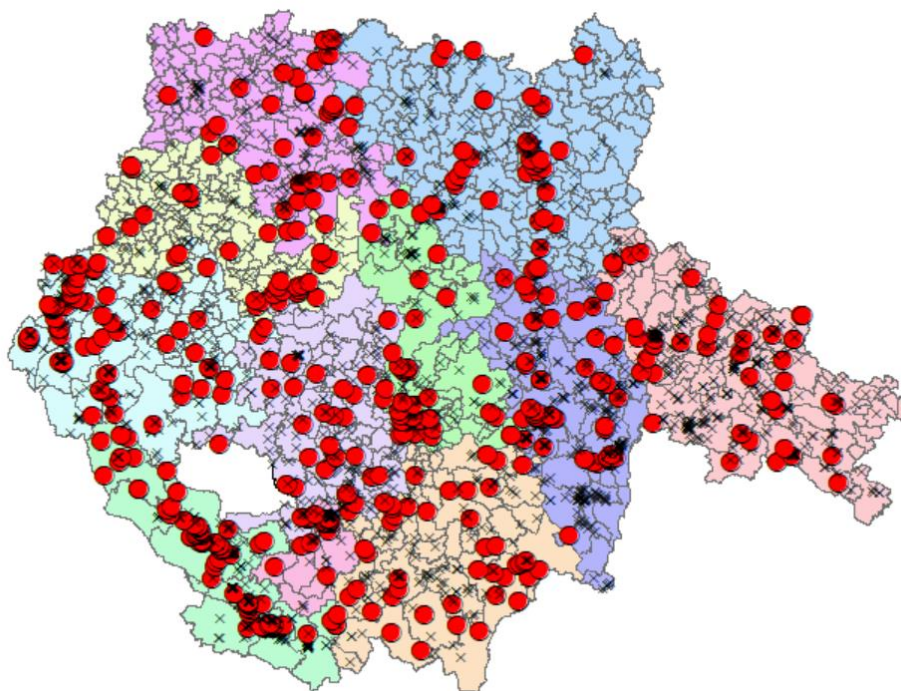
Obrázek 15. Podíl jednotlivých kategorií ubytovacích zařízení deklarujících služby pro rodiny s dětmi



Zdroj: vlastní výzkum

Vysoká koncentrace zařízení deklarujících služby pro rodiny s dětmi je viditelná v Českých Budějovicích, dále ve městě Písek, v oblasti kolem města Prachatic a oblasti horských středisek Šumavy. Segment rodin s dětmi obecně vyžaduje prostředí s vysokou koncentrací atraktivit. Pro provozovatele ubytovacích zařízení to znamená, že mohou těžit z okolí svého podniku, pokud leží atraktivní destinaci. Pokud tomu tak není, je třeba sofistikovaněji přistupovat k produktu ubytovacího zařízení. Z obrázku 16 lze dále interpretovat, že některá místa s vyšší koncentrací ubytovacích zařízení (křížky v mapě) významně nedeklarují produkty pro zmiňovanou skupinu účastníků cestovního ruchu (oblast jihu Třeboňska a České Kanady (Nová Bystřice a Staré Město pod Landštejnem)).

Obrázek 16. Lokalizace ubytovacích zařízení deklarujících služby pro rodiny s dětmi



Zdroj: vlastní výzkum

3.4.5 Deklarace služeb spojených s wellness

Jak uvádí tabulka 20, wellness služby nabízí 8,3 % ubytovacích zařízení všech kategorií ve zkoumané lokalitě. Nejvyšší zastoupení poskytovatelů wellness služeb v jednotlivých kategoriích mají lázeňské objekty (50 %), dále hotely (33,47 %) a rezorty (25 %). V případě kategorie lázně je vysoká hodnota ovlivněna nízkým počtem zařízení v celém regionu. Wellness služby nabízí polovina lázeňských objektů, nicméně u lázní bylo očekáváno ale větší skóre, vzhledem k často interpretované nutnosti rozšiřovat lázeňské služby. Na základě podrobného zkoumání nabídky lázeňských zařízení bylo zjištěno, že nabídka existuje ve všech lázeňských zařízeních. Problémem je tedy špatná komunikace těchto služeb v nabídce zařízení nejen přímo na jejich rezervačních stránkách, ale také v dalších distribučních kanálech, které byly analyzovány. Rezorty nabídku naopak vnímají jako důležitou a náležitě jí na svých stránkách a rezervačních portálech prezentují. Nabídka wellness procedur ze strany rezortů může být dána jejich zaměřením na delší pobyty a v kombinaci s deklarovanými dětskými pobyty se jedná o zajímavou nabídku pro rodiče s dětmi, které se účastní aktivit připravených pro dětskou klientelu. Hotely, zejména městské, jsou místem častého výskytu poskytování těchto služeb, nicméně zhruba 2/3 hotelů žádné prvky wellness

nenabízí. Otázkou je také interpretace slova wellness. Wellness rozhodně nenabízí každý hotel, který má vířivou vanu (Stoewen, 2017). Z rešerše nabídky ale vyplývá, že mnoho podnikatelů filozofii takto chápe. Nicméně wellness je často bráno jako filozofie a snaha o vyrovnanost těla i duše a nástroje k vyvolání pocitu blahobytu nejsou jen vířivky, odpočívárny a posilovny, ale také design, komplexnost služby a poskytování odpočinku nejen fyzického, ale také psychického. (Neužilová, 2013) Tuto filozofii naplňuje dle výzkumu pouze několik zařízení.

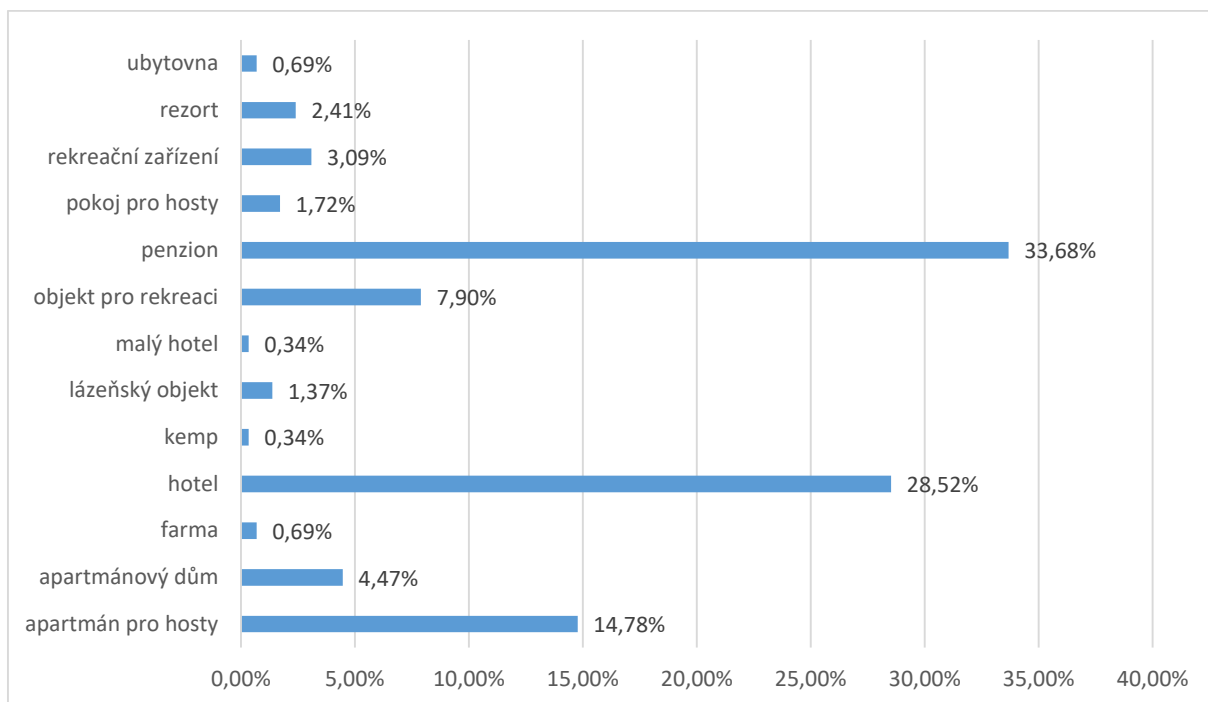
Tabulka 20. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících wellness služby v jednotlivých kategoriích

kategorie zařízení	podíl nedeklarujících zařízení	podíl deklarujících zařízení
apartmán pro hosty	91,70 %	8,30 %
apartmánový dům	90,44 %	9,56 %
farma	95,92 %	4,08 %
hotel	66,53 %	33,47 %
kemp	99,35 %	0,65 %
lázeňský objekt	50,00 %	50,00 %
malý hotel	93,75 %	6,25 %
motel	100,00 %	0,00 %
objekt pro rekreaci	96,85 %	3,15 %
penzion	90,88 %	9,12 %
pokoj pro hosty	98,40 %	1,60 %
rekreační zařízení	90,11 %	9,89 %
rezort	75,00 %	25,00 %
ubytovna	98,44 %	1,56 %
celkový součet	91,70 %	8,30 %

Zdroj: vlastní výzkum

Nejvyšší podíl zařízení deklarujících wellness služby ze všech zkoumaných zařízení nalezneme, dle obrázku 17, v kategorii penzion (33,68 %). Při porovnání tabulky 20 s obrázkem 17 lze interpretovat fakt, že přestože jen 9,12 % penzionů nabízí wellness služby, podílejí se penziony na celkovém počtu poskytovatelů wellness služeb 33,68 %. Druhou nejvýznamnější kategorií je hotel (28,52 %) a třetí kategorií jsou apartmány pro hosty (14,78 %). Podíl hotelů a penzionů není třeba zdůrazňovat. Novinkou posledních let je přesah wellness do všech podob kategorie ubytování v soukromí. Apartmány a objekty pro rekreaci se stávají alternativou k využívání wellness v hromadných ubytovacích zařízeních. Tento trend je zřetelný v posledních měsících, kdy podobných nabídek na internet přibývá a jsou označovány jako novinky v nabídce.

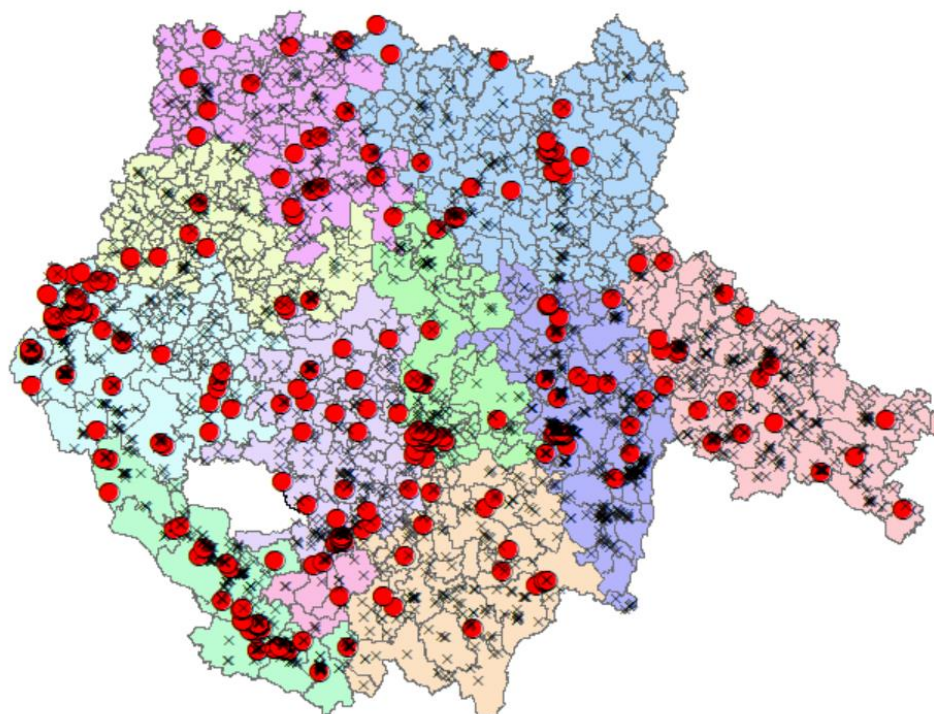
Obrázek 17. Podíl jednotlivých kategorií ubytovacích zařízení deklarujících wellness služby



Zdroj: vlastní výzkum

Oblast péče o tělo je moderní součástí cestovního ruchu a oblíbenou službou poskytovanou v ubytovacích zařízeních. Zároveň se ale jedná o vysoce nákladovou položku (Kumar & Prevost, 2011). Jak je patrné z obrázku 18, zvýšená koncentrace zařízení poskytujících tyto služby je znatelná v Českých Budějovicích, v celé destinaci Lipensko, ve městě Třeboň, oblasti Třeboňských rybníků, města Tábor a horských středisek Šumavy. Pro ubytovací zařízení jsou tato aktivity zajímavým doplňkem služeb a v období mimo sezóny mohou přispět k vyšší návštěvnosti (wellness je více vyhledávané v zimě) (Sigurðardóttir, 2018).

Obrázek 18. Lokalizace ubytovacích zařízení deklarujících wellness služby



Zdroj: vlastní výzkum

3.4.6 Deklarace možnosti ubytování se zvířetem

Ubytování se zvířaty je v posledních letech trendem v požadavcích zákazníků i poskytovatelů služeb. Z výsledků je patrné, že tato služba není poskytována v lázeňských objektech a ubytovnách. U obou kategorií to může být dáno účelem pobytu, kdy u lázeňských objektů je významná také délka pobytu. Vysoký podíl podniků nepovolujících ubytování se zvířaty je překvapivě mezi farmami. Vysvětlení lze hledat v charakteru produktu. Zvířata hostů by mohla obtěžovat chov zvířat na farmě, a proto se často brání návštěvám klientů s vlastními zvířaty. Pokud je na farmách pobyt se zvířetem dovolen, pak za zvíře zákazník často neplatí žádné další poplatky, jak plyne z tabulky 21. Ubytovacími zařízeními s deklarací možnosti ubytování se zvířaty jsou kempy. Dle získaných dat se v případě kempů jedná o pobyty placené, služby se tak stávají dalším zdrojem příjmů ubytovacích zařízení.

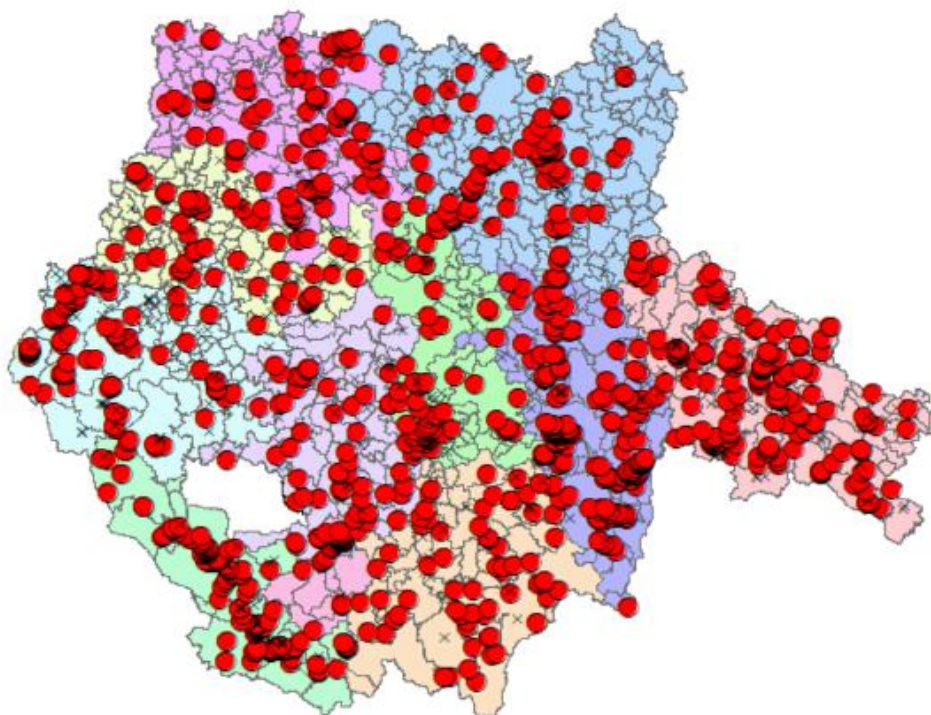
Tabulka 21. Podíl jednotlivých kategorií ubytovacích zařízení deklarujících možnost pobytu se zvířetem

kategorie zařízení	pobyt není možný	pobyt je možný, za zvíře se neplatí	pobyt je možný, za zvíře se platí	neuvedeno
apartmán pro hosty	36,29 %	6,37 %	14,29 %	43,05 %
apartmánový dům	35,29 %	2,21 %	20,59 %	41,91 %
farma	53,06 %	20,41 %	8,16 %	18,37 %
hotel	15,32 %	3,63 %	27,02 %	54,03 %
kemp	4,55 %	18,83 %	55,84 %	20,78 %
lázeňský objekt	100,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %
malý hotel	18,75 %	12,50 %	6,25 %	62,50 %
motel	36,36 %	0,00 %	9,09 %	54,55 %
objekt pro rekreaci	21,61 %	12,86 %	26,95 %	38,58 %
penzion	11,63 %	6,60 %	27,07 %	54,70 %
pokoj pro hosty	13,69 %	4,78 %	14,65 %	66,88 %
rekreační zařízení	15,22 %	19,57 %	40,22 %	25,00 %
rezort	25,00 %	14,29 %	32,14 %	28,57 %
ubytovna	38,76 %	1,55 %	13,18 %	46,51 %
celkový součet	20,49 %	8,26 %	24,45 %	46,79 %

Zdroj: vlastní výzkum

Dle celkového počtu ubytovacích zařízení nabízejících tyto služby se jedná o hojně poskytovanou službu. Tyto služby profitují z módního prvku zvířete v rodině a využívají faktu, že mnohé rodiny zvíře nemají během dovolené kam umístit. Jedná se tedy určitě o marketingovou výhodu, ale také jsou s povolením zvířat v zařízení spojené náklady. Ubytování se zvířaty je rozšířeno po celém Jihočeském kraji, nicméně z mapy (obrázek 19) lze identifikovat místa, kde se objevují i černá pole, tzn. je tam vysoká koncentrace ubytovacích zařízení, ale tyto služby neposkytují. Jedná se o větší města České Budějovice, Třeboň, Jindřichův Hradec a Český Krumlov.

Obrázek 19. Lokalizace ubytovacích zařízení deklarujících možnost pobytu se zvířaty



Zdroj: vlastní výzkum

3.4.7 Deklarace nabídky místních pokrmů

Dalším zkoumaným kritériem byla deklaráce nabídky místních pokrmů. Tuto nabídku celkově deklaruje, dle tabulky 22, necelých 9 % ubytovacích zařízení. Při zkoumání zastoupení v jednotlivých kategoriích lze konstatovat očekávaný údaj, který potvrzuje dominanci farem (44,9 %). Významná je hodnota také u hotelů (28,63 %) a překvapivě také u rezortů (17,86 %). Naopak s regionálními pokrmy nepracují malé hotely (zde se spíše podávají pouze snídaně) a motely.

Tabulka 22. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících nabídku místních pokrmů v jednotlivých kategoriích

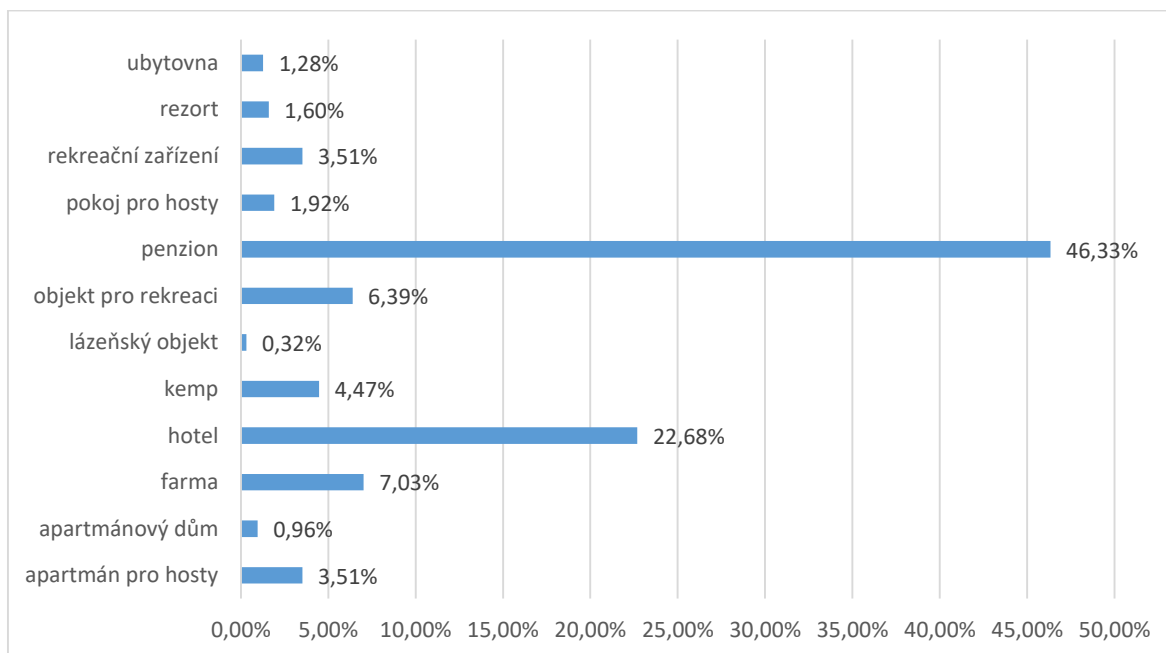
kategorie zařízení	podíl nedeklarujících zařízení	podíl deklarujících zařízení
apartmán pro hosty	97,88 %	2,12 %
apartmánový dům	97,79 %	2,21 %
farma	55,10 %	44,90 %
hotel	71,37 %	28,63 %
kemp	90,91 %	9,09 %
lázeňský objekt	87,50 %	12,50 %
malý hotel	100,00 %	0,00 %
motel	100,00 %	0,00 %
objekt pro rekreaci	97,26 %	2,74 %

kategorie zařízení	podíl nedeklarujících zařízení	podíl deklarujících zařízení
pokoj pro hosty	98,08 %	1,92 %
penzion	86,50 %	13,50 %
rekreační zařízení	88,04 %	11,96 %
rezort	82,14 %	17,86 %
ubytovna	96,88 %	3,13 %
celkový součet	91,07 %	8,93 %

Zdroj: vlastní výzkum

Co do počtu zařízení je nejvýznamnější kategorií penzion (46,33 %) a hotel (22,68 %). Pořadí významněji ovlivnily také farmy (7,03 %). Podíl je patrný z obrázku 20. Při bližším zkoumání počtu farem nabízejících lokální produkci byla zjištěna nabídka zejména v oblasti masné produkce a mléčných výrobků. Významná je také nabídka ovoce. U penzionů a hotelů je nejčastěji nabízeno maso z místních chovů, případně vlastní pivo, limonády a uzenářské výrobky. Nabídka hotelů a penzionů je dle průzkumu nabídky druhově rozmanitější než u farem.

Obrázek 20. Podíl jednotlivých kategorií ubytovacích zařízení deklarujících nabídku místních pokrmů

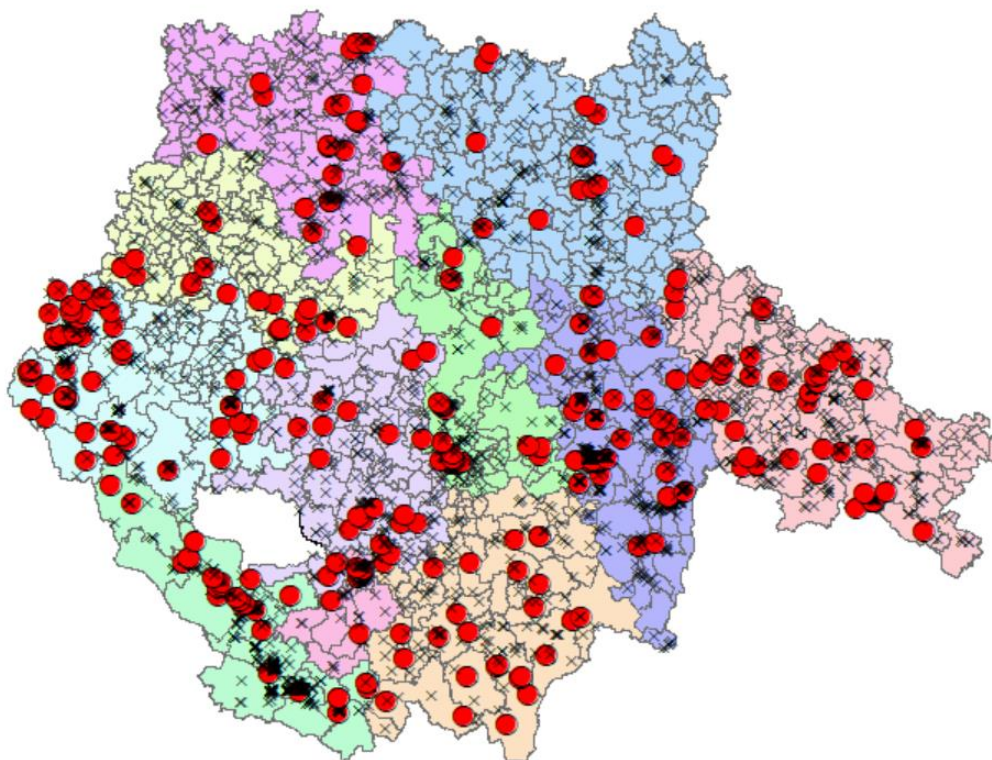


Zdroj: vlastní výzkum

Ubytovací zařízení, která deklarují nabídku místních pokrmů, jsou významněji lokalizována v lokalitách s výskytem farem a výskytem pro-environmentálního ubytování. Mezi „zeleným“ ubytovacím zařízením a deklarací lokálních potravin, tak vznikají zajímavé

prostorové souvislosti, na které by se mohla v budoucnu zaměřit výzkumná studie. Z mapy na obrázku 21 je vidět významnější koncentrace v destinaci Novohradsko-Doudlebsko, Třeboňsko, Česká Kanada a také v oblasti Kletě a hranic destinací Šumavsko a Prácheňsko.

Obrázek 21. Lokalizace ubytovacích zařízení deklarujících nabídku místních pokrmů



Zdroj: vlastní výzkum

3.4.8 Deklarace nabídky stravovacích služeb

Dále byla zkoumána oblast deklarace nabídky pokrmů. Jedna z otázek se zaměřila na deklaraci snídaňové nabídky (tabulka 23) a druhá na deklaraci celodenní nabídky stravování (tabulka 24).

Dle výsledků z tabulky 23 lze vyčíst fakt, že dle jednotlivých kategorií nabízí snídaně celkově cca 41 % ubytovacích zařízení všech kategorií. Dle jednotlivých kategorií poskytuje snídaně 96,77 % zařízení v kategorii hotel, 87,5 % zařízení v kategorii lázeňský objekt, 72,73 % v kategorii motel a 70,58 % zařízení v kategorii penzion. Hodnota je zajímavá především u kategorie hotel, kdy dle českých standardů hotely poskytují stravovací služby⁶.

⁶ Hotel je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených (zejména stravovací). Člení se do pěti tříd. Hotel garni má vybavení jen pro omezený rozsah stravování (nejméně snídaně) a člení se do čtyř tříd (ZDROJ: OFICIÁLNÍ JEDNOTNÁ KLASIFIKACE UBYTOVACÍCH ZARÍZENÍ ČESKÉ REPUBLIKY 2021–2025)

Výjimku má pouze kategorie hotel garni, který může poskytovat pouze snídaně. Naopak nižší podíl zařízení poskytujících stravovací služby dle očekávání lze nalézt v kategorii ve skupině ubytování v soukromí, u kategorie malý hotel a objekt pro rekreaci. V případě objektů pro rekreaci je podíl zařízení poskytujících nad očekávání vysoký. Souviset to může s postupným zlepšováním kvality služeb jako reakce na konkurenční tlaky.

Tabulka 23. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících poskytování snídaní v jednotlivých kategoriích

kategorie zařízení	podíl nedeklarujících zařízení	podíl deklarujících zařízení
apartmán pro hosty	87,07 %	12,93 %
apartmánový dům	75,00 %	25,00 %
farma	42,86 %	57,14 %
hotel	3,23 %	96,77 %
kemp	49,35 %	50,65 %
lázeňský objekt	12,50 %	87,50 %
malý hotel	93,75 %	6,25 %
motel	27,27 %	72,73 %
objekt pro rekreaci	92,61 %	7,39 %
penzion	29,42 %	70,58 %
pokoj pro hosty	86,26 %	13,74 %
rekreační zařízení	38,04 %	61,96 %
rezort	35,71 %	64,29 %
ubytovna	70,31 %	29,69 %
celkový součet	59,18 %	40,82 %

Zdroj: vlastní výzkum

U celodenního stravování, jak uvádí tabulka 24, je deklarován nejvyšší podíl u zařízení v kategorii hotel. Opět oproti očekávání je zřejmé, že všechny zařízení neplní požadavek poskytování stravovacích služeb. Oficiální jednotná klasifikace není v ČR povinná, její pravidla dodržují pouze certifikovaná zařízení. Dále vysoké procento deklarujících nalezneme v kategorii kemp (72,08 %), rekreační zařízení (65,22 %), lázeňský objekt (62,5 %) a rezort (57,14 %). Kategorie kemp vykazuje nesrovnalosti mezi poskytováním snídaní a celodenního stravování. Ve většině případů vykazují zařízení větší podíl deklarujících u snídaní, snídaně tudíž poskytují, ale celodenní stravování nikoliv. U kempů je evidentní jev opačný, kdy méně kempů poskytuje snídaně než celodenní stravování. Tento fakt může být ovlivněn otevírací dobou, kdy pouze některé kempy otevírají své stravovací provozy brzy ráno. Za zmínku jistě také stojí srovnání kategorie penzion, ve které je zaznamenán nízký podíl deklarujících v případě celodenního stravování. Penziony tak dle výsledků nedisponují tak často, jako např. hotely, kempy, či rezorty, celodenním stravováním.

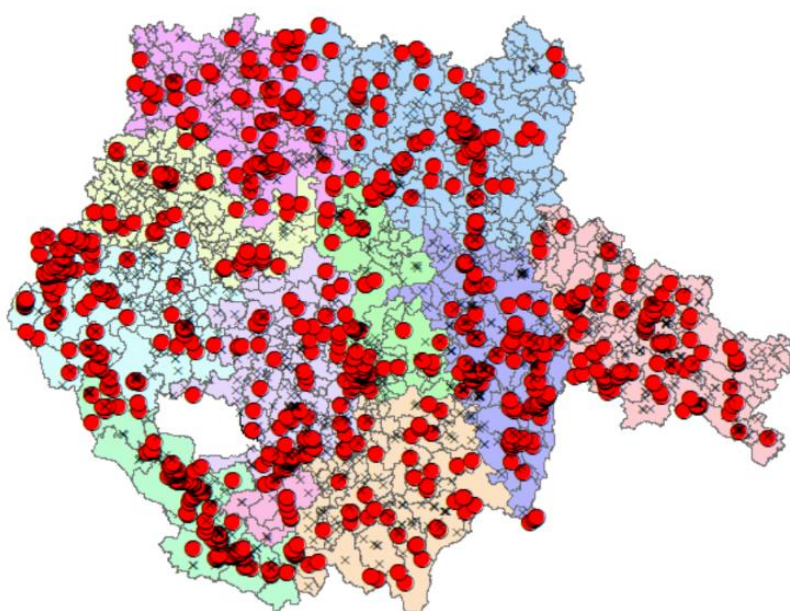
Tabulka 24. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících poskytování celodenního stravování v jednotlivých kategoriích

kategorie zařízení	podíl nedeklarujících zařízení	podíl deklarujících zařízení
apartmán pro hosty	94,59 %	5,41 %
apartmánový dům	85,29 %	14,71 %
farma	77,55 %	22,45 %
hotel	18,55 %	81,45 %
kemp	27,92 %	72,08 %
lázeňský objekt	37,50 %	62,50 %
malý hotel	87,50 %	12,50 %
motel	45,45 %	54,55 %
objekt pro rekreaci	94,39 %	5,61 %
penzion	61,17 %	38,83 %
pokoj pro hosty	92,97 %	7,03 %
rekreační zařízení	34,78 %	65,22 %
rezort	42,86 %	57,14 %
ubytovna	76,56 %	23,44 %
celkový součet	72,30 %	27,70 %

Zdroj: vlastní výzkum

Stravovací služby jsou považovány za nedílnou součást produktu ubytovacího zařízení a tvoří základ již zmiňovaného pojmu „hospitality“. Stravovací služby se v koncentraci ve zkoumaném prostoru zvláště neodlišují a platí zde přibližně rovnoměrné rozmístění, což je patrné z obrázku 22. Vyšší koncentrace je sledována ve větších městech, kde základ ubytovací infrastruktury tvoří hotely a penziony, které stravování standardně nabízí.

Obrázek 22. Lokalizace ubytovacích zařízení deklarujících nabídku stravování



Zdroj: vlastní výzkum

3.4.9 *Využívání elektronických rezervačních systémů*

Dle zjištěných údajů nejvíc ubytovacích zařízení uvádí, že nedisponuje žádným rezervačním systémem (45,48 %). Nejvíce využívaným systémem za všechny kategorie zařízení je Booking.com (25,33 %) a rezervační systémy kategorií ubytování v soukromí (chalupy.cz a chaty.cz – 11,88 %). V kategorii apartmánů pro hosty je nejvyužívanějším systémem Booking.com (48,26 %). Velké množství apartmánů, ale žádné systémy neuvádí a rezervace probíhají pouze klasickou cestou telefonicky, nebo prostřednictvím e-mailu. V případě apartmánových domů je nejvíce uváděn nástroj Booking.com (55,15 %), 6,62 % zařízení nabízí více systémů. Nevyužívání systémů bylo zjištěno u 27,21 % zařízení, tedy méně než v případě apartmánů pro hosty. Tato skutečnost je možná zapříčiněna faktem, že se jedná o moderní provozy zřizované v atraktivních destinacích v posledních letech. V případě farem často žádné systémy nejsou využívány (57,14 %). Pokud farmy využívají systému, potom se jedná o Booking.com, či vlastní rezervační systémy. Hotely rovněž využívají výrazně systém Booking.com, případně vlastní systémy (21,77 %), či rezervační elektronické systémy nevlastní. Zajímavostí je nízké využívání systémů zaměřených přímo na hotely (např. hotel.cz). Naopak specifických elektronických systémů významně využívají kempy (44,81 %) (kemp.cz; dokempu.cz). Lázeňská ubytovací zařízení využívají hlavně vlastní rezervační elektronické systémy, ale polovina zařízení, žádný systém nenabízí. U kategorie motel byla prokázána malá míra zapojení zařízení do jakýchkoliv rezervačních systémů (72,73 % zařízení žádný systém nevyužívá). Majitelé penzionů nejčastěji žádný elektronický rezervační systém nenabízí (53,77 %), pokud nějaký systém užívají, většinou se jedná o Booking.com. Rekreační zařízení a rezorty využívají vlastních elektronických systémů, které jsou v případě rekreačních zařízení často doplňovány o elektronické rezervační systémy kempů. Výsledné hodnoty měření uvádí následující tabulka.

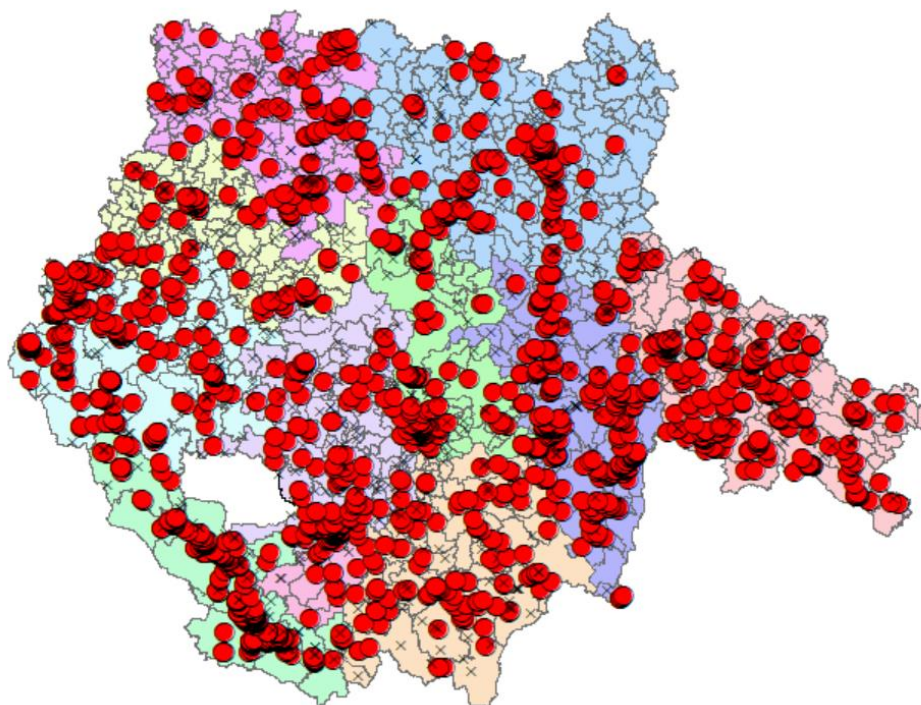
Tabulka 25. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících rezervační systémy v jednotlivých kategoriích

kategorie zařízení	booking	hotely - rezervační stránky	chalupy - rezervační stránky	jiné systémy	kempy - rezervační stránky	nemá	penziony - rezervační stránky	více systémů	vlastní
apartmán pro hosty	48,26%	0,19%	7,14%	1,16%	0,00%	34,94%	1,16%	4,25%	2,90%
apartmánový dům	55,15%	0,00%	4,41%	0,00%	0,00%	27,21%	3,68%	6,62%	2,94%
farma	14,29%	2,04%	6,12%	8,16%	0,00%	57,14%	4,08%	2,04%	6,12%
hotel	40,32%	4,03%	0,00%	2,42%	0,00%	22,18%	1,21%	8,06%	21,77%
kemp	5,19%	0,00%	1,30%	2,60%	44,81%	40,26%	0,65%	0,65%	4,55%
lázeňský objekt	12,50%	0,00%	0,00%	12,50%	0,00%	50,00%	0,00%	0,00%	25,00%
malý hotel	25,00%	0,00%	18,75%	0,00%	0,00%	56,25%	0,00%	0,00%	0,00%
motel	9,09%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	72,73%	18,18%	0,00%	0,00%
objekt pro rekreaci	11,22%	0,00%	42,13%	1,78%	0,27%	35,43%	2,05%	2,87%	4,24%
penzion	27,63%	0,19%	1,77%	2,42%	0,19%	53,77%	6,60%	3,26%	4,19%
pokoj pro hosty	11,15%	0,00%	9,55%	2,55%	0,00%	71,34%	0,96%	2,87%	1,59%
rekreační zařízení	11,96%	1,09%	3,26%	7,61%	17,39%	38,04%	2,17%	3,26%	15,22%
rezort	21,43%	0,00%	3,57%	0,00%	0,00%	46,43%	3,57%	7,14%	17,86%
ubytovna	9,30%	0,00%	3,88%	2,33%	0,00%	79,84%	0,78%	1,55%	2,33%
Celkový součet	25,33%	0,43%	11,88%	2,22%	2,54%	45,48%	3,19%	3,56%	5,36%

Zdroj: vlastní výzkum

Problematika rezervačních systémů je v posledních letech významně skloňována. Na mapě zkoumaného území lze vidět místa s vyšší koncentrací zařízení využívajících tyto systémy (obrázek 23). Z mapy lze vypožorovat jednu zajímavou skutečnost, že místa s vyšší koncentrací nelze připisovat lokalitě, či zaměření zařízení. Místa výskytu jsou větší města a zajímavé destinace cestovního ruchu. Za rozšířením v dané oblasti může být dle osobních zkušeností dobrá obchodní strategie společnosti nabízejících tyto služby a fakt, že pokud je v destinaci na systém napojeno více podnikatelů, vede to, s vidinou ztráty části trhu, k aktivitě i další podnikatele.

Obrázek 23. Lokalizace ubytovacích zařízení využívajících externí rezervační systémy.



Zdroj: vlastní výzkum

3.5 *Shluková analýza ubytovacích zařízení zkoumané oblasti ve vztahu k deklaraci pro-environmentálního chování*

Základní charakteristiky ubytovacích zařízení byly podrobeny shlukové analýze. Použito bylo shlukové analýzy pro nominální data, kdy se součástí analýzy staly všechny proměnné z terénního šetření, mimo proměnné deklarovaného pro-environmentálního chování. Počet shluků byl stanoven na základě grafu siluety (obrázek 24) – jenž identifikoval dva významné shluky. Rozdělení shluků je logické, jak je patrné z polohy všech zařízení ve dvourozměrném prostoru.

Obrázek 24. Výsledky shlukové analýzy



Zdroj: vlastní výzkum

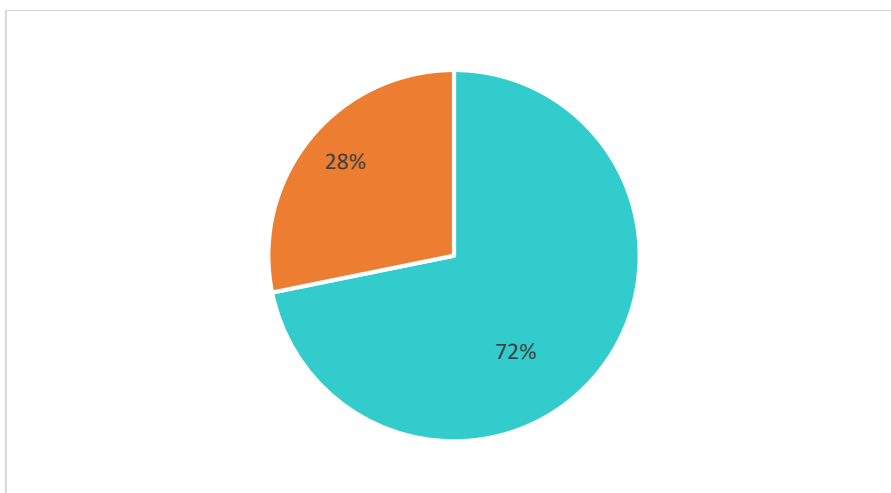
Tabulka 26. Počty zařízení ve shlucích

popisky řádků	shluk 1	shluk 2
počet zařízení	2520	989

Zdroj: vlastní výzkum

Dle výsledků měření patří do první skupiny 989 zařízení a do druhé 2520 zařízení, jak ukazuje tabulka 26. Podíl jednotlivých shluků na celku dokladuje obrázek 25.

Obrázek 25. Podíly jednotlivých shluků na celkovém počtu ubytovacích zařízení



Zdroj: vlastní výzkum

Oba shluky můžeme s jistou dávkou generalizace charakterizovat na základě nejvzdálenějších objektů.

V první skupině jsou častěji zastoupena zařízení využívající oficiální jednotnou klasifikaci ubytovacích zařízení (podle hvězd) a to ve všech kategoriích ubytování. Ubytovací zařízení v této skupině nejčastěji vlastní akciové společnosti, či s.r.o. Častějším jevem, než v prvním shluku, je vlastnictví více zařízení. Dle předpokladu v této skupině nalezneme více zařízení patřících stejnému majiteli. Zařízení častěji poskytují služby pro firemní klientelu a wellness služby, deklarují také privátní možnosti parkování. Deklarovány naopak nejsou služby pro cyklisty a rodiny s dětmi. Významná není ani nabídka ubytování pro zákazníky se zvířaty a deklarace možnosti využití bazénu. Tato skupina zařízení je rovněž aktivnější v případě vlastnictví ekologických certifikátů.

V případě druhé skupiny zařízení dominují fyzické osoby. Ubytovací zařízení z této skupiny nabízejí častěji produkty pro rodiny s dětmi, parkoviště, služby pro cyklisty a letní bazén. Vše jsou služby typické pro menší ubytovací zařízení. Zařízení z druhé skupiny ve většině statisticky nevykazují významnější nabídku stravování, a to ani celodenní, ani snídaní a ani služby wellness. Díky užší nabídce služeb, ale komornějšímu prostředí se plně projevuje charakter těchto zařízení. Tato zařízení vykazují významnější podíl deklarovaných možností ubytování se zvířaty. Tato služba je ve většině případů poskytována za příplatek. Co se týče rezervačního systému, jsou pro tento shluk charakteristické rezervační systémy chat a chalup, případně Booking.com.

Pro vytvořené shluky byl proveden test potenciálního rozdílu zastoupení ubytovacích zařízení ve shlucích, která se prezentují jako ekologicky šetrná. Výsledek je vysoce průkazný a zastoupení ubytovacích zařízení prezentující se jako ekologická se výrazně častěji objevuje ve druhém shluku, jak dokládá tabulka 27 a obrázek 26.

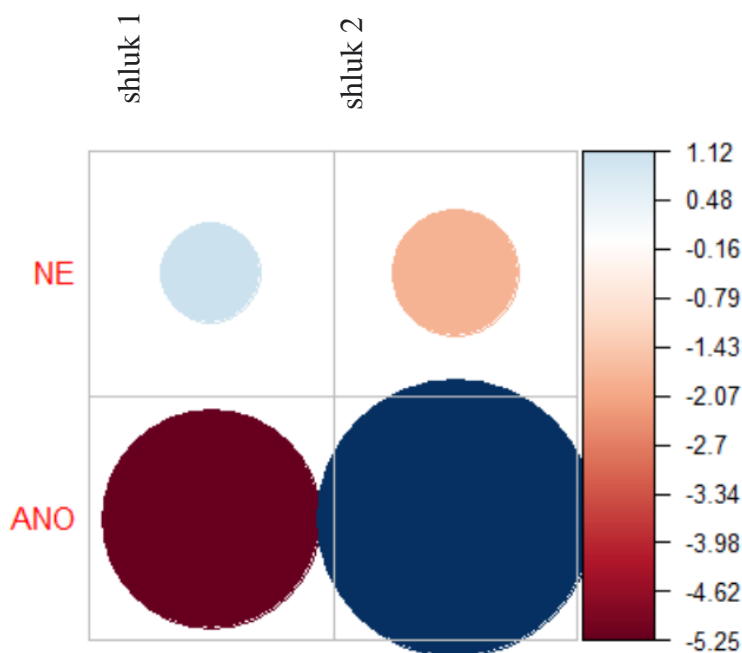
Tabulka 27. Výsledky testu potenciálního rozdílu

popisky řádků	shluk 1	shluk 2
eko-NE	2457	877
eko-ANO	54	97

Zdroj: vlastní výzkum

Obrázek 26. Výsledek testu deklarování ekologického chování v závislosti na existenci prokázaných shluků.

X-squared = 101.35, df = 1, p-value < 2.2e-16



Zdroj: vlastní výzkum

Dle výsledků testu prokazatelně existuje vazba mezi typem ubytovacího zařízení dle sledovaných ukazatelů a pravděpodobností výskytu deklarace ekologického řízení ve zkoumaných ubytovacích zařízeních.

3.6 Rozdíly mezi ubytovacími zařízeními s ekologickou prezentací a bez ekologické prezentace

V této části práce jsou testovány rozdíly mezi ubytovacími zařízeními deklarujícími ekologické chování a těmi, která jej nedeklarují. Ekologicky se prezentujícími zařízeními se ve zkoumaném vzorku vyskytuje 146 z celkového počtu 3509 zařízení (4,34 %)

3.6.1 Kategorie „zelených“ ubytovacích zařízení

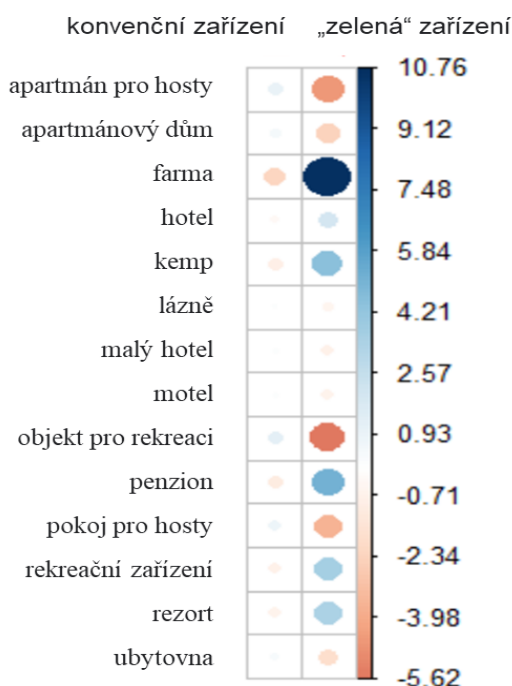
Dle výsledků analýzy v obrázku 27 lze konstatovat, že nejvyšší počet „zelených“ ubytovacích zařízení byl zaznamenán v kategorii penzion (53,6 %), dále potom v kategoriích farem a kempů shodně (12 %) a hotelů (11,25 %).

Penziony jsou dle výsledků měření nejvýznamnější kategorií i v případě konvenčních zařízení, nicméně podíl na celku konvenčních zařízení je přibližně 29,5 %. V případě konvenčních zařízení jsou významné i kategorie apartmán pro hosty, objekt pro rekreaci a pokoj pro hosty. Tyto kategorie však v případě „zelených“ zařízení jsou nevýznamné.

Naopak žádné „zelené“ ubytovací zařízení se nevyskytuje v kategorii objekty k rekreaci, apartmány pro hosty a apartmánové domy. Kategorie objekty k rekreaci představuje především chaty a chalupy pronajímané jako celek jejich majiteli. Apartmány pro hosty jsou velmi podobným typem zařízení, které pronajímá jednotlivé apartmány, ať jsou stavebně oddělené, či tvoří větší skupiny, případně apartmánové domy. Apartmánové domy jsou fenoménem posledních let hlavně v turisticky vyhledávaných lokalitách (Lipensko, Třeboňsko), které vlastní jeden majitel, ale běžná je také situace, kdy apartmány v jednom domě vlastní různí majitelé. V obou případech se jedná o kategorie ubytování v soukromí, kde jsou majiteli především fyzické osoby, které tuto činnost provozují doplňkově a není jejich hlavní ekonomickou činností. Investice do certifikace se často vzhledem k sezónnosti zařízení a počtu lůžek jeví jako neefektivní.

Z výsledku statistického měření plyne, že ekologicky se prezentující zařízení se statisticky významně vyskytují mezi farmami, penziony a kempy. Naopak nejméně „zelených“ zařízení se vyskytuje mezi objekty k rekreaci, či apartmány pro hosty.

Obrázek 27. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování dle kategorií
(X-squared = 280.75, df = NA, p-value = 0.0004998)

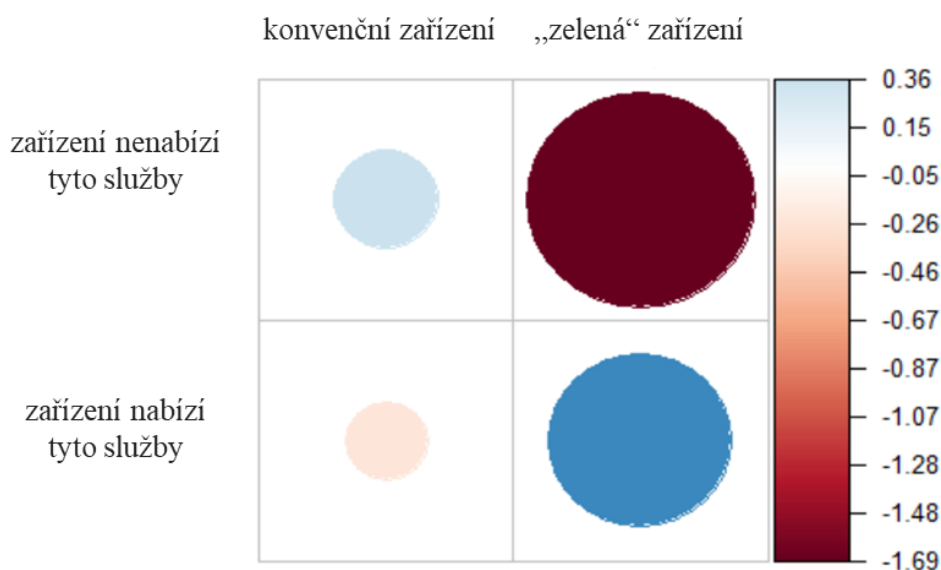


Zdroj: vlastní výzkum

3.6.2 „Zelené“ ubytování ve vztahu k deklaraci parkovacích prostor

Dle výsledků analýzy lze konstatovat, že ve skupině ubytovacích zařízení deklarující vyhrazené parkoviště je zastoupeno přibližně 78 % „zelených“ zařízení.

Obrázek 28. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování dle nabídky parkovacích prostor
(X-squared = 3.8537, df = 1, p-value = 0.04964)



Zdroj: vlastní výzkum

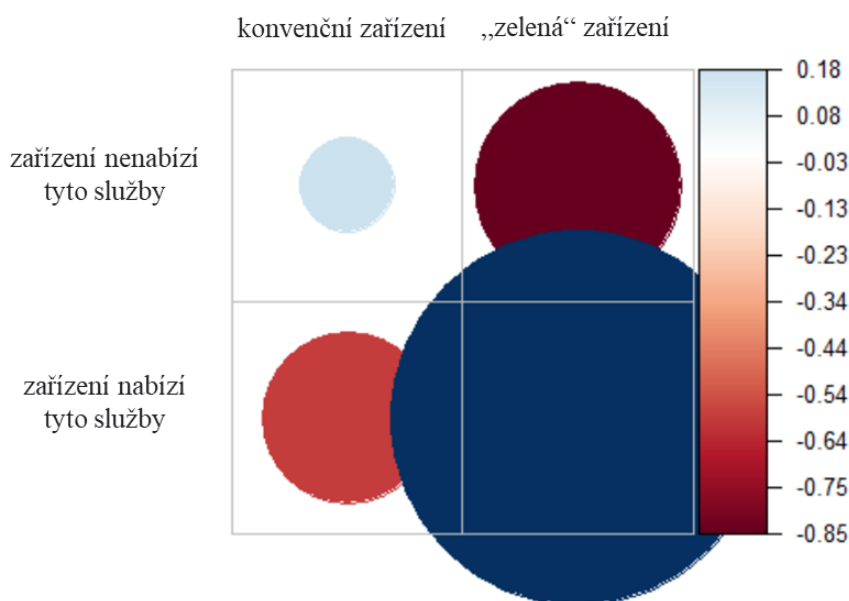
Z obrázku 28 vyplývá, že „zelená zařízení“ mají oproti očekávání statisticky významně častěji vlastní parkoviště.

Tato skutečnost může souviset s faktem, že zařízení se častěji nacházejí mimo města. S tím souvisí větší množství ploch, na kterých lze parkoviště zřídit a jistě také snaha regulovat stání aut hostů mimo zpevněné plochy, na zeleni či v lese. Deklarace ekologického zaměření a poskytování parkovacích ploch se podmiňují. Pokud zařízení nedeklaruje parkoviště, nebývá to důvodem k tomu, aby zákazníci pro dopravu využili veřejnou dopravu, ale naopak důvodem pro parkování aut kdekoliv, kde je to možné, často proti dopravním či jiným předpisům. Tato auta mohou představovat významnou ekologickou zátěž.

3.6.3 „Zelené“ ubytování ve vztahu k deklaraci služeb firemního cestovního ruchu

Další výsledek měření ukazuje, že zkoumané služby nabízí 8,3 % z konvenčních ubytovacích zařízení a 15,2 % ze „zelených“ zařízení. Jednoduchým pohledem na podíly zařízení, která nabízejí služby spojené s firemním cestováním, se nejedná o nikterak významné hodnoty, nicméně za analýzu stojí poměr nabízejících zařízení mezi konvenčními a „zelenými“ zařízeními.

Obrázek 29. Ubytovací zařízení pro firemní klientelu deklarující ekologické chování (X-squared = 7.9435, df = 1, p-value = 0.004826)



Zdroj: vlastní výzkum

Z výše uvedeného obrázku vyplývá, že „zelená“ zařízení nabízejí statisticky významně častěji prostory pro firemní klientelu. Na první pohled zvláštní souvislost může mít příčiny

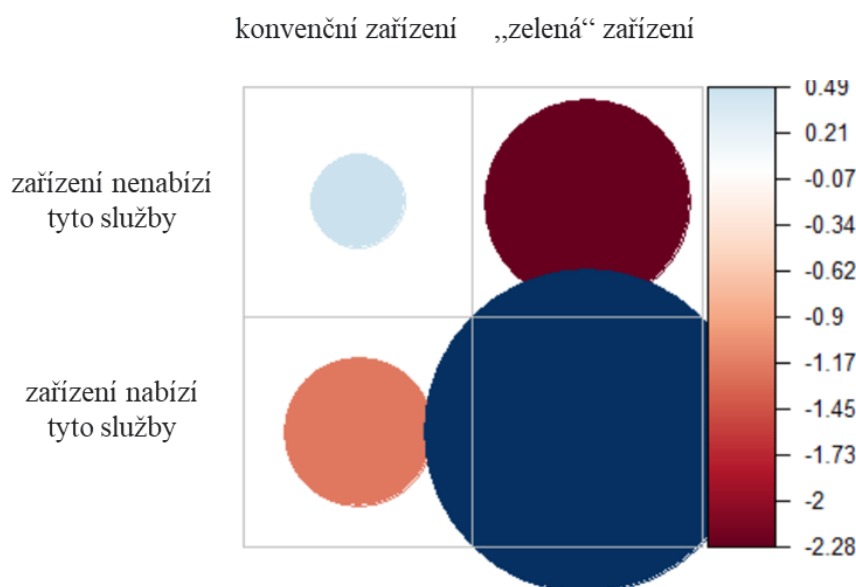
v typech zařízení, kdy ubytovací zařízení typu penzion, rezort, hotel jsou častěji proekologické a zároveň častěji nabízí právě služby pro firemní klientelu více než např. apartmány, či objekty pro rekreaci.

Na první pohled nelogické spojení ekologického chování a pořádání akcí spojených s významnými přesuny účastníků nejčastěji individuální dopravou můžeme interpretovat jako snahu menších zařízení o rozšíření sezóny pro ubytování právě o tyto aktivity konající se často v jarních a podzimních měsících. Dle sledování prezentace těchto zařízení lze doplnit časté pořádání různých aktivit spojených se životním prostředím a pobytem v přírodě, které se v posledních letech stává významným prvkem teambuildingových programů. Jedním z aktuálních trendů těchto programů je právě přesouvání do menších zařízení (Krejčová & Butchi, 2021), což by mohlo vysvětlit takto významný podíl těchto aktivit ve zkoumaných zařízeních.

3.6.4 „Zelené“ ubytování ve vztahu k deklaraci služeb pro rodiny s dětmi

Klientela rodin s dětmi je typická pro menší zařízení, či individuální formy ubytování. V případě konvenčních zařízení se jedná o přibližně 13 % zařízení. U „zelených“ zařízení je podíl významně vyšší (31,1 %). Zjištěný poměr je zajímavý pro jeho bližší analýzu (obrázek 30).

Obrázek 30. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování dle nabídky pro rodiny s dětmi
(X-squared = 37.531, df = 1, p-value = 8.995e-10)



Zdroj: vlastní výzkum

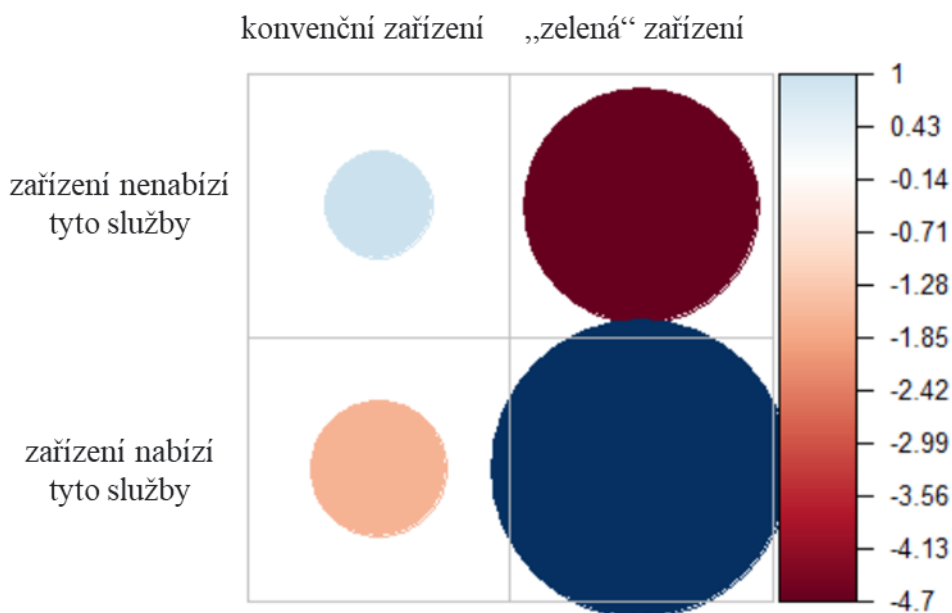
Z obrázku 30 lze říci, že „zelená“ zařízení se statisticky významně častěji prezentují jako vhodná pro rodiny s dětmi. Tato souvislost může být vnímána jako další možnost, jak oslovit tento významný segment cestovního ruchu. Významné zaměření na rodiny s dětmi bylo prokázáno výše uvedeným výzkumem a ukazuje významné propojení tohoto segmentu zařízení s rodinným cestovním ruchem.

Z nabídky ubytovacích zařízení obou typů lze vidět profilaci na tento zajímavý segment účastníků cestovního ruchu. Deklarace služeb má ale rozličné vnímání od obyčejného pískoviště před zařízením až po sofistikované programy pro celé rodiny s dětmi s prvky teambuildingových aktivit pro rodiny. Jedná se bezesporu o zajímavý segment trhu, nicméně je nutné se zamyslet nad koexistencí tohoto segmentu a jiných také jistě zajímavých segmentů, kde není tak významná konkurence.

3.6.5 „Zelené“ ubytování ve vztahu k deklaraci stravování

„Zelená“ ubytovací zařízení deklarují v cca 60 % provozů celodenní stravovací služby. Tento skutečnost může být interpretována častou orientací na komplexní služby „zelených“ zařízení. Konvenční zařízení tuto službu poskytují jen v cca 26 % zařízení.

Obrázek 31. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování ve vztahu k deklaraci celodenního stravování (X-squared = 81.56, df = 1, p-value < 2.2e-16)



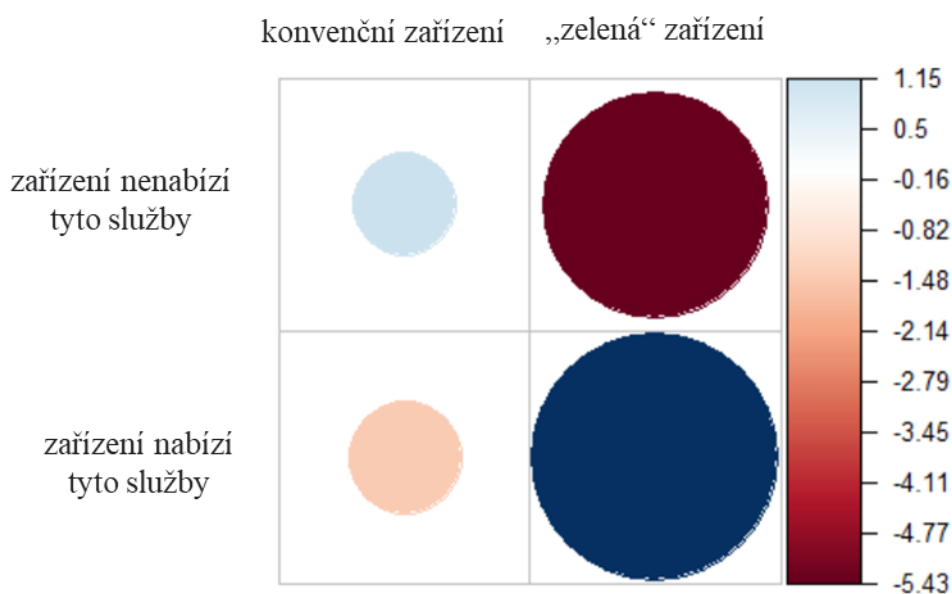
Zdroj: vlastní výzkum

Dle obrázku 31 lze usoudit, že „zelená“ zařízení statisticky významně častěji nabízejí celodenní stravování. Měřené hodnoty jsou podstatně vyšší, než hodnoty očekávané, kdy toto tvrzení lze vyřknout na základě velikosti tmavě modré plochy ve čtvrtém kvadrantu modelu.

Významným faktorem, který ovlivňuje tento výsledek, je již zmiňovaná příslušnost ubytovacích zařízení do kategorií, které běžně stravovací služby nabízí (hotely, penziony, farmy, kempy). Tento závěr potvrzuje výsledek měření, ale také dostupná literatura např. Mody, Courtney a Xinran (2017).

Podobná otázka se zaměřuje na podávání snídaní (obrázek 32). 75 % „zelených“ zařízení nabízí snídaně. Ve srovnání s předchozím zjištěním je poskytujících zařízení více, než v případě celodenního stravování. V případě konvenčních zařízení poskytuje snídaně pouze 39 % zařízení. Poskytování snídaní je významnou součástí služeb „zelených“ ubytovacích zařízení.

Obrázek 32. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování dle nabídky snídaňového servisu (X-squared = 73.786, df = 1, p-value < 2.2e-16)



Zdroj: vlastní výzkum

Ze statistického pohledu porovnáním druhého sloupce v grafu lze zjistit vyrovnanost odpovědí u ekologicky se prezentujících i ostatních zařízení, nicméně modrá plocha ve čtvrtém kvadrantu je větší, pro lze statisticky potvrdit, že „zelená“ zařízení statisticky významně častěji nabízejí snídaně. Výsledek se dá opět vztáhnout ke skutečnosti, že většina

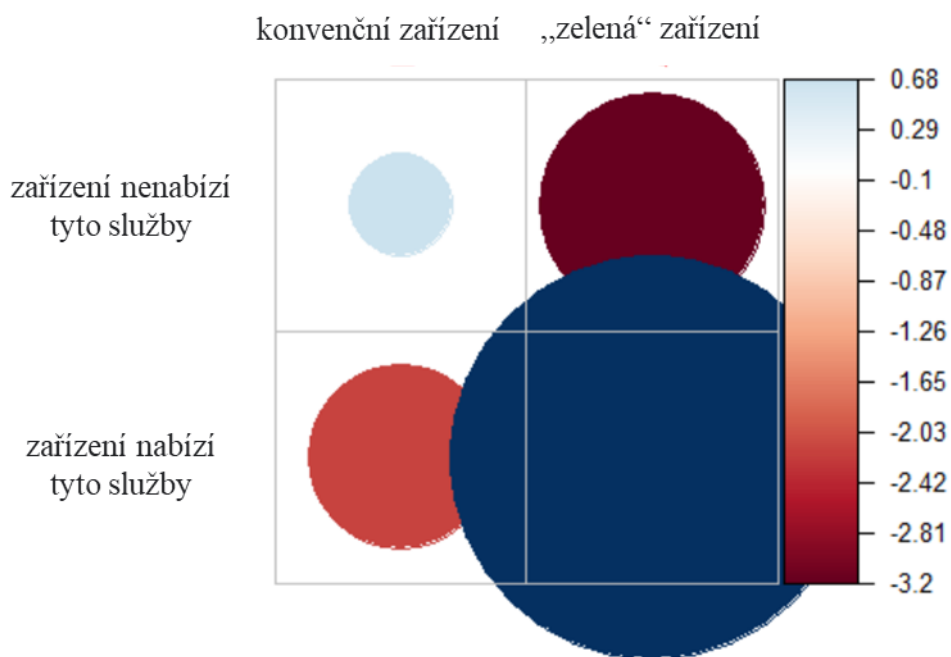
ubytovacích zařízení, která deklarují ekologické chování, spadá do kategorií, které nabízí snídaně jako součást ubytování.

Po porovnání obrázku 31 a 32 lze dodat, že zařízení, která nabízejí pouze snídaně, jsou svým výskytem častější. Tento fakt jistě souvisí se složitostí podnikání ve stravování a jeho větší personální, technické i administrativní náročnosti.

3.6.6 „Zelené“ ubytování ve vztahu k nabídce lokálních potravin a produktů využívaných při přípravě pokrmů

Poslední otázkou spojenou se stravovacími službami byla deklarace nabídky lokálních potravin a produktů využívaných při přípravě pokrmů. Necelých 34 % „zelených“ zařízení tuto nabídku uvádí a deklaruje. V případě konvenčních zařízení je procento podílu výrazně nižší (7,8 %). Z poměrů je vidět převaha „zelených“ zařízení při poskytování lokálních potravin a produktů využívaných při přípravě pokrmů.

Obrázek 33. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování dle nabídky lokálních potravin a produktů využívaných při přípravě pokrmů (X-squared = 116.15, df = 1, p-value < 2.2e-16)



Zdroj: vlastní výzkum

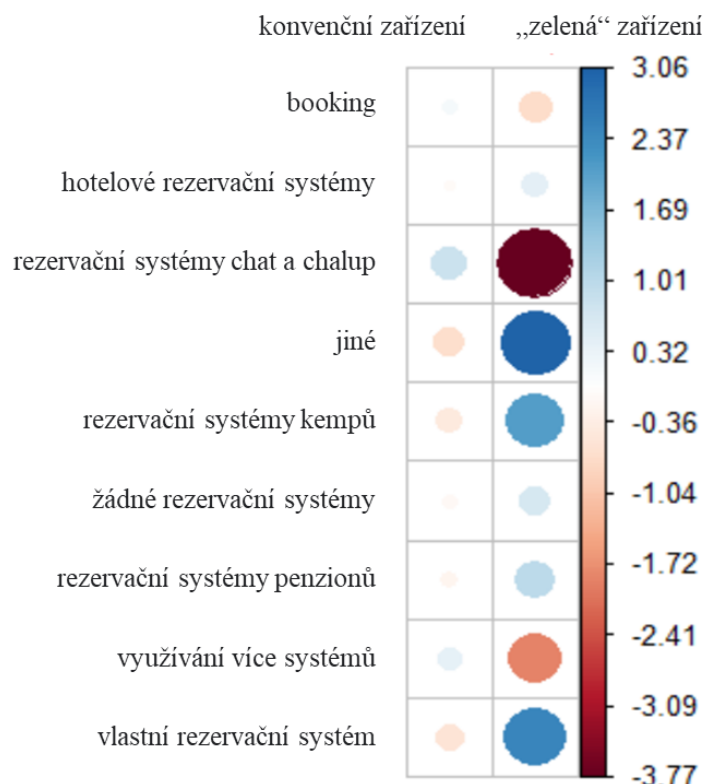
Dle výsledků měření „zelená“ zařízení statisticky významně častěji nabízí lokální potraviny a využívá je při přípravě pokrmů. Dle hodnoty ve čtvrtém kvadrantu grafu a tmavé barvy (obrázek 33) je prokázána významná odlišnost mezi očekávanou hodnotou a hodnotou měřenou. Významný sklon k přípravě pokrmů z lokálních surovin, či přímo jejich prodej v zařízení, je významným statisticky prokázaným doplňkem činnosti „zelených“ zařízení.

Tato zařízení tak nabízí možnosti odbytu produktů pro místní podnikatele. Lokální pokrmy a potraviny dotvářejí vhodně nabídku těchto ubytovacích zařízení, kterými jsou často penziony a farmy. Využívání regionálních surovin a potravin patří mimo jiné do nástrojů edukace a uvědomění si důležitosti vazeb na ochranu životního prostředí.

3.6.7 „Zelené“ ubytování ve vztahu k využívání elektronických rezervačních systémů

Pro základní popis situace byl vyjádřen počet zařízení deklarujících využívání některého z elektronických rezervačních systémů a vyjádřen počet nedeklarujících zařízení. V případě měření skupiny „zelených“ zařízení jsou obě skupiny odpovědí stejně početné. Nelze se tudíž přiklonit k jasné odpovědi na otázku využití elektronických rezervačních systémů. V případě konvenčních zařízení byl výsledek mírně odlišný, kdy využívání některého z elektronických rezervačních systémů deklarovalo 55 % zařízení. Hlubší pohled na tuto problematiku přinesla podrobnější statistika (obrázek 34).

Obrázek 34. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování dle nabídky elektronických rezervačních systémů (X-squared = 41.747, df = NA, p-value = 0.0009995)



Zdroj: vlastní výzkum

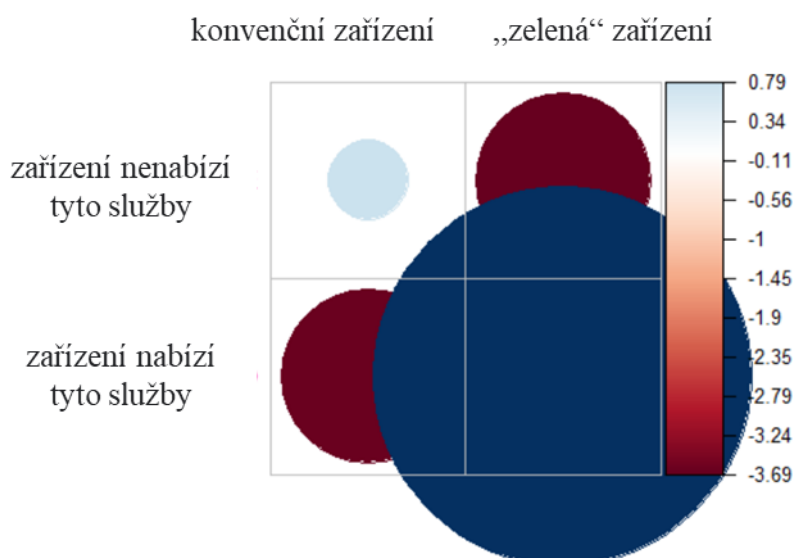
Výsledky Chí-kvadrát testu zaznamenaly významně vyšší hladinu měření oproti očekávané v případě jiných systémů a vlastních rezervačních systémů. Využívání vlastních systémů

může být odůvodněno kapacitou zařízení, kdy za vlastní systém není nutné platit provize z prodejů a pořízení rezervačního kalendáře na stránky zařízení není významně finančně náročné. Za jiné systémy lze považovat rezervační systémy destinačních společností, měst a obcí. „Zelená“ zařízení nevyužívají rezervačních systémů chat a chalup a také nevykazují využívání více systémů. Pro malá zařízení jsou obecně problematické celosvětové (celorepublikové) systémy založené na provizích, jejichž výše je pro mnohé ubytovatele neúměrná tržbám generovaným skrz systém.

3.6.8 „Zelené“ ubytování ve vztahu k certifikátům kvality

„Zelená“ ubytovací zařízení vlastní jeden z certifikátů kvality v přibližně 34 %. Zajímavé je srovnání s poměrem certifikovaných zařízení konvenčních, kde je hodnota výrazně nižší (3 %). Tento významný rozdíl v deklaraci certifikátu kvality je zajímavým prvkem pro mnohé aktivity těchto podniků a konkurenční výhodou pro „zelená“ zařízení.

Obrázek 35. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování ve vztahu k získaným certifikátům (X-squared = 314.82, df = 1, p-value < 2.2e-16)



Zdroj: vlastní výzkum

Jak ukazují výsledky měření na obrázku 35, tato hodnota je významně vyšší než hodnota očekávaná. Dle výzkumu z oblasti Jihočeského kraje platí fakt, že „zelená“ zařízení vlastní výrazně častěji jeden z certifikátů kvality. Jednat se může o certifikaci ekologickou, či certifikaci kvality služeb.

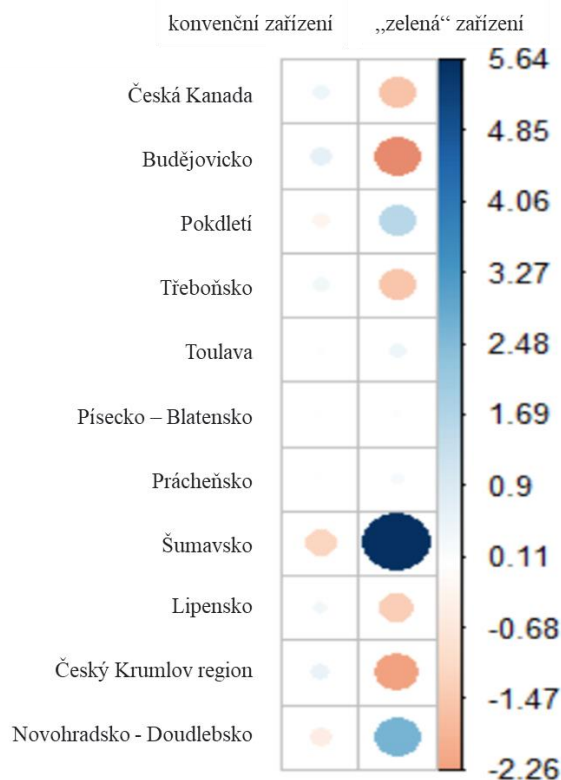
V současné době roste v České republice význam certifikace ubytovacích zařízení. Vzhledem ke stále chybějícímu zákonu o cestovním ruchu a rostoucím požadavcích na kvalitu poskytovaných služeb je pro podnikatele v ubytování možná cesta dobrovolné

certifikace. Díky problematické orientaci zákazníků na trhu, jsou certifikáty významným nástrojem pro získání zákazníků a motivaci personálu pro poskytování kvalitních služeb.

3.7 Rozmístění environmentálně šetrných ubytovacích zařízení v JČK

Zkoumáno bylo rovněž rozmístění jednotlivých ubytovacích zařízení v regionu. Na základě měření lze konstatovat, že rozmístění ubytovacích zařízení prezentujících se jako ekologické není rovnoměrné mezi jednotlivými destinacemi zkoumaného území. Výsledky měření ukazuje obrázek 36.

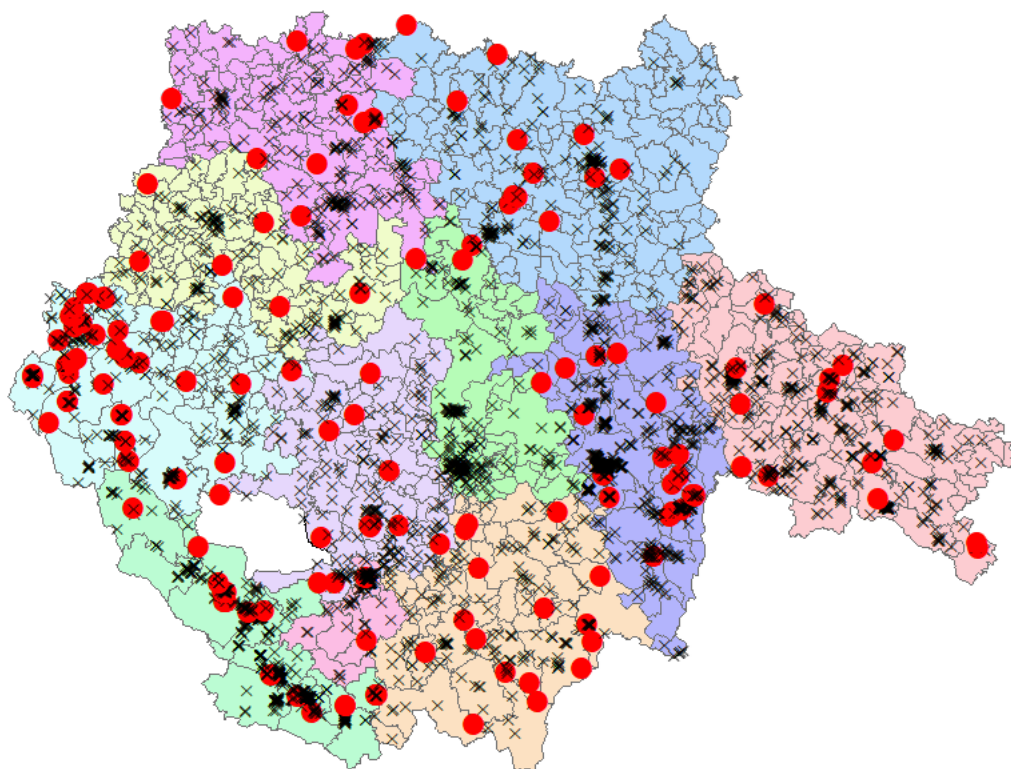
Obrázek 36. Rozmístění ubytovacích zařízení deklarujících ekologické chování dle destinací cestovního ruchu (X-squared = 63.193, df = NA, p-value = 0.0004998)



Zdroj: vlastní výzkum

Statisticky významnější koncentrace „zelených“ zařízení se nachází v okrajových „horských“ oblastech destinací Šumavsko, Novohradsko – Doudlebsko a Podkletí (obrázek 37). V lokalitě Šumavsko je provozováno 40 zařízení, s deklarací ekologického chování tedy téměř 1/3 ze všech a téměř 2,5násobek očekávané hodnoty. Lokalizace v těchto částech regionu, které jsou prezentovány jako venkovské prostory, se zdá být odůvodněná a jasná. Souvislost mezi nízkým výskytem byla zaznamenána na území destinačních organizací s většími městy, jako jsou Budějovicko, Českokrumlovsko a Česká Kanada.

Obrázek 37. Lokalizace „zelených“ ubytovacích zařízení



Zdroj: vlastní výzkum

3.8 Výzkum názorů zákazníků ubytovacích zařízení na environmentální problematiku

Nejprve byly provedeny jednotlivé testy potenciálních rozdílů mezi oběma skupinami respondentů u všech nezávislých proměnných. Naprostá většina sledovaných nezávislých proměnných se mezi oběma skupinami respondentů liší. Jedinou výjimkou jsou proměnné v první skupině nezávislých proměnných (sociodemografický status respondentů), kde nebyly identifikovány rozdíly podle původu respondentů (Pearsonův chí-kvadrát: .001, d.f. = 1, $p = .978$), a u jejich věku a výdajů na dovolenou (tabulka 28). Z první skupiny proměnných byl zjištěn rozdíl pouze u pohlaví. V našem případě je ve skupině volící „zelená“ ubytovací zařízení statisticky významněji zastoupena skupina žen, zatímco muži jsou statisticky významně více zastoupeni ve skupině běžných ubytovacích zařízení (Pearsonův chí-kvadrát: 4,228, d.f. = 1, $p = .040$).

U všech ostatních sledovaných nezávislých proměnných byl zjištěn statisticky významný rozdíl mezi sledovanými skupinami respondentů (p je u všech proměnných menší než 0,001,

jak je shrnuto v tabulce 28). Navíc ve všech případech dosáhli respondenti ubytování v „zelených“ ubytovacích zařízeních vyšších hodnot (obrázek 38).

Tabulka 28. Rozdíly mezi oběma skupinami respondentů podle Man-Whitneyova testu.

proměnné	Z-value	p
věk	-0.50	n.s.
náklady na osobu během prázdnin	-1.65	n.s.
postoj	-6.77	***
osobní norma	-6.55	***
kontrola chování	-4.07	***
každodenní život	-7.66	***
atribut přijetí	-5.17	***
atribut úspory	-7.67	***
atribut místnosti	-7.20	***
venkovní prostory hotelu	-6.58	***

n.s. = nesignifikantní, *** = $p < .001$

Zdroj: vlastní výzkum

V následném kroku byla provedena série analýz (tabulka 29) s cílem porovnat význam jednotlivých skupin prediktorů pro využití služby ubytování v „zeleném“ hotelu.

Model 1 (test společensko-demografického statutu respondentů) identifikoval pohlaví jako statisticky významný předpoklad náležitosti respondenta k testované skupině. Tento model však vysvětluje pouze 5 % variability závislé proměnné.

Model 2 zahrnul navíc k socio-demografickým charakteristikám respondentů ukazatele pro-environmentálního chování. Podle očekávání procento vysvětlené variability významně vzrostlo, a to na více než jednu pětinu vysvětlované variability. Postoj a osobní norma byly shledány významnými u respondentů ve skupině s pro-environmentálním chováním v rámci aktivit cestovního ruchu.

V modelu 3 byla analýza rozšířena o ukazatele pro-environmentálního chování v každodenním životě. Procento vysvětlené variability vzrostlo o dalších 5 % a celková vysvětlená variabilita přesáhla jednu čtvrtinu. Tuto proměnnou identifikoval regresní model jako statisticky významný ukazatel schopný přispět k vysvětlení variability respondentovy příslušnosti ke zkoumané skupině.

Finální model (model 4) zahrnul ještě preference jednotlivých atributů „zelených“ hotelů. Sledovaná variabilita vzrostla na téměř 30 %. Statisticky významnou byla označena proměnná environmentálně šetrných prvků v hotelovém pokoji.

Tabulka 29. Výsledky regresních modelů

proměnná	d.f.	model 1	model 2	model 3	model 4
pohlaví	1	4.885*	1.875	1.048	0.226
věk	6	5.352	1.375	0.884	1.034
vynaložené náklady na osobu v rámci celé cesty/dovolené	5	9.488	15.761**	14.757*	12.714*
státní příslušnost (tuzemec/cizinec)	1	0.012	0.443	1.077	0.693
postoj	1		16.291***	6.671**	10.254**
osobní norma	1		11.168***	6.740**	3.128
sebeřízení a sebeovládání	1		1.438	0.286	0.243
každodenní život	1			16.985***	14.244***
vlastnosti recepce	1				7.828**
úsporná opatření	1				0.002
vlastnosti pokoje	1				3.288
vnější prvky hotelu	1				0.296
Hosmer-Lemeshowův test		8.45 (p=0.39)	13.47 (p=0.10)	15.75 (p=0.05)	12.01 (p=0.15)
Nagelkerke R²		0.052	0.226	0.271	0.296

* = $p < .05$, ** = $p < .01$, *** = $p < .001$

Zdroj: vlastní výzkum

Finální model zahrnul všechny čtyři skupiny proměnných. V otázce skutečného výběru „zeleného“ hotelu byly identifikovány následující proměnné, které nezávisle přispívají k vysvětlení závislé proměnné:

- náklady vynaložené na osobu během cest/dovolených v uplynulých dvou letech a sociodemografické charakteristiky respondenta,
- postoje a normy, pokud jde o plánované pro-environmentálního chování v průběhu cesty/dovolené,
- pro-environmentální chování v každodenním životě,
- služby recepce (resp. prvky ekologické šetrnosti) jako atribut „zeleného“ ubytování.

K ověření našich předpokladů byla dále použita binomická logistická regrese s logitovou funkcí a dopředným výběrem nezávislých proměnných. Do modelu byly zahrnuty proměnné ze všech čtyř skupin proměnných. Pro volbu „zeleného“ ubytovacího zařízení byly identifikovány jako významné následující proměnné (tabulka 30):

- Náklady na osobu za dovolenou v posledních dvou letech.
- Postoje a normy chování v rámci ukazatelů pro-environmentálního chování.
- Míra pro-environmentálního chování v každodenním životě.

- Služby recepce z preferencí vlastností „zelených“ hotelů.

Tabulka 30. Výsledky binomického logitového regresního modelu

(Hosmer Lemeshow = 8,649, p = 0,373; Nagelkerkeho pseudo R² = 0,258)

	Test poměrem věrohodnosti				Test všech efektů		
	d.f.	věrohodnost	Chí- kvadrát	p	d.f.	Waldův test	p
regresní konstanta					1	70.551	0.000
postoj	1	-215.332	10.255	0.001	1	10.029	0.002
osobní norma	1	-212.561	4.712	0.030	1	4.623	0.032
každodenní život	1	-224.422	28.434	0.000	1	25.468	0.000
vynaložené náklady na osobu v rámci celé cesty/dovolené	1	-212.465	4.521	0.033	1	4.418	0.036
atribut příjmu	1	-214.41	8.411	0.004	1	8.225	0.004

Zdroj: vlastní výzkum

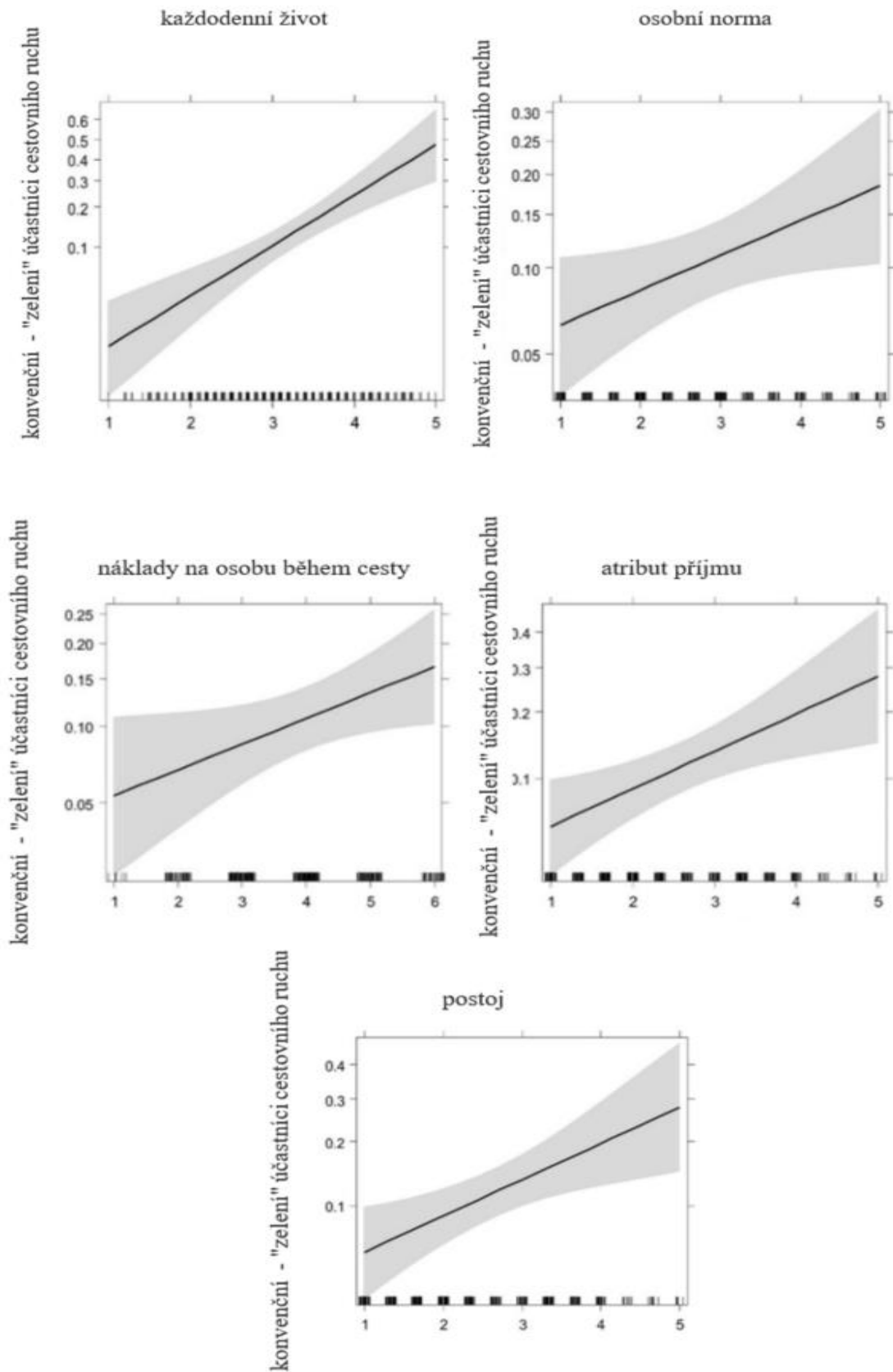
Respondenti ubytovaní v "zeleném" ubytovacím zařízení jsou ti, jejichž životní postoje, normy chování, každodenní pro-environmentální chování i výdaje během dovolené jsou vyšší. Jejich nároky na služby recepce jsou však nižší (tabulka 31, obrázek 30).

Tabulka 31. Testování regresních odhadů pro návštěvníky "zelených" ubytovacích zařízení.

	odhad	95.00% spodní (dolní) CL hranice interval u spolehlivost	95.00% horní CL hranice interval u spolehlivost	Standar dní chyba odhadu	Waldův test	p
regresní konstanta	-9.674	-11.932	-7.418	1.152	70.551	0.000
postoj	0.382	0.146	0.618	0.121	10.029	0.002
osobní norma	0.301	0.027	0.575	0.140	4.624	0.032
každodenní život	1.034	0.633	1.436	0.205	25.468	0.000
vynaložené náklady na osobu v rámci celé cesty/dovolené	0.251	0.017	0.485	0.119	4.418	0.036
atribut příjmu	0.460	0.146	0.774	0.160	8.225	0.004

Zdroj: vlastní výzkum

Obrázek 38. Grafy účinků pro pět statisticky významných nezávislých proměnných s 95 % intervaly spolehlivosti.

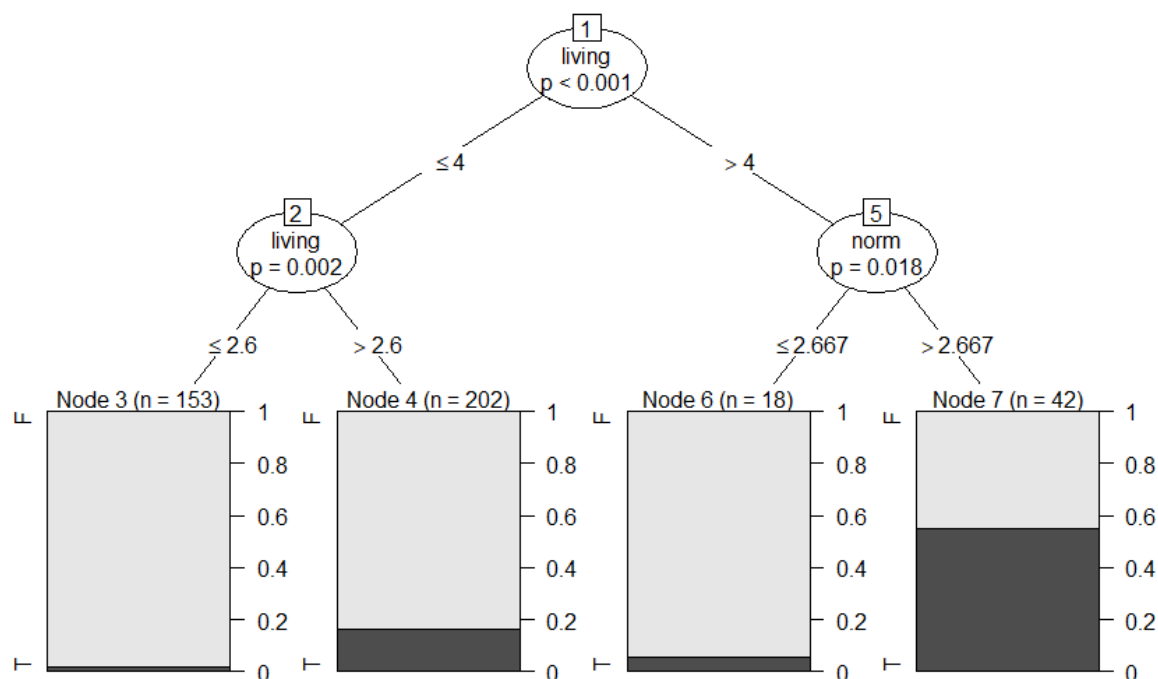


Zdroj: vlastní výzkum

Jelikož bylo regresním modelem vybráno pět nezávislých proměnných (tabulka 31, obrázek 38), bylo zjišťováno, které z těchto pěti faktorů jsou nejdůležitější pro přítomnost respondenta ve skupině respondentů ubytovaných v "zeleném" ubytovacím zařízení. Náš model rozhodovacího stromu odhalil v našich datech významný vzorec. Pro-environmentální chování v každodenním životě se ukázalo jako nejlivnější rozdělovací proměnná. Bylo zjištěno, že normy chování založené na míře pro-environmentálního chování jsou rovněž důležitou rozdělovací proměnnou pro respondenty s velmi vysokým (nad 4) pro-environmentálním chováním v každodenním životě. Respondenti ubytovaní v "zeleném" ubytovacím zařízení jsou zejména respondenti s velmi vysokým (nad 4) pro-environmentálním chováním v každodenním životě (větev 1) a vyššími (nad 2,67) normami chování (větev 5) v terminálním uzlu 7, kde ze 42 respondentů je 55 % těch, kteří jsou ubytováni v "zeleném" ubytovacím zařízení (obrázek 39).

96 % respondentů, označených jako ti, kteří nebyli ubytováni v "zeleném" ubytovacím zařízení v testovacím datovém souboru, bylo úspěšně identifikováno modelem založeným na modelovém datovém souboru jako respondenti, kteří nebyli ubytováni v "zeleném" ubytovacím zařízení. 36 % respondentů označených v testovacím datovém souboru jako ubytovaní v "zeleném" hotelu bylo modelem založeným na trénovacím datovém souboru úspěšně identifikováno jako ubytovaní v "zeleném" ubytovacím zařízení. Můžeme potvrdit platnost našeho modelu na základě tréninkového datového souboru, protože respondenti v testovacím souboru dat byli v 85 % případů úspěšně přiřazeni ke svému skutečnému typu ubytovacího zařízení.

Obrázek 39. Model rozhodovacího stromu vytvořený na základě modelového datového souboru a aplikovaný na testovací datový soubor.



Zdroj: vlastní výzkum

Pozn.: T označuje, že pobyt v "zeleném" ubytovacím zařízení je pravdivý, F označuje, že pobyt v "zeleném" ubytovacím zařízení je nepravdivý (= jedná se o respondenta z běžného hotelu); living = pro-environmentální chování v každodenním životě; norm = normy chování.

Statistická významnost byla ze skupiny sociodemografických proměnných prokázána pouze u pohlaví při porovnání počtu respondentů z běžných a "zelených" ubytovacích zařízení. Vliv pohlaví byl opakovaně prokázán v souvislosti s výběrem "zeleného" ubytovacího zařízení. Ženy byly identifikovány jako více nakloněné volbě "zelené" varianty (Han a kol., 2011; Tsagarakis a kol., 2011), což může souviset s jejich vyšší mírou environmentálního povědomí (Han & Hyun, 2018a). Pohlaví však nebylo regresí vybráno jako důležitý faktor, protože jeho vliv byl skryt v jiných silněji vybraných faktorech. Věk respondenta nemá žádný vliv, což je v souladu s výsledky řady studií (Dimara a kol., 2017; Han a kol., 2011) i s výsledky studií zaměřených na cestovní ruch šetrný k životnímu prostředí ve studovaných oblastech (Navrátil a kol., 2019; Navrátil a kol., 2016). Překvapivě se neprokázal vliv původu respondenta, a to jak v testu mediánu, tak v regresi. Takový dopad se obvykle objevuje ve studiích zkoumajících prediktory "zeleného" cestovního ruchu (Tyrvaainen a kol., 2014). Vliv ekonomického statusu nebyl Mann-Whitneyovým testem odhalen jako statisticky významný, ale v regresním modelu ano. Tento výsledek je v souladu s některými

modely, které zjistily drobné rozdíly ve výsledcích u skupin s různým ekonomickým statutem, ty však nebyly shledány jako statisticky signifikantní (Han a kol., 2011). Manažeři hotelů by si proto měli uvědomit, že při hledání svých cílových zákazníků využívají demografickou segmentaci. V našem regresním modelu byla zjištěna pozitivní souvislost mezi výší výdajů během cestování a volbou "zeleného" ubytovacího zařízení. Žádný ze zvolených sociodemografických faktorů nebyl shledán důležitým ani v analýze *decision tree* modelu.

V rámci měření pro-environmentálního chování v cestovním ruchu, životních postojů a osobních norem byla zjištěna rozhodující klasifikace respondentů při výběru běžného nebo "zeleného" ubytovacího zařízení. To je v souladu s výsledky naprosté většiny předchozích zjištění (Han a kol., 2010). Na rozdíl od předchozích zjištění nebyl neodhalen žádný vliv kontroly chování jako v předchozích studiích Han a kol. (2010) a Chena a Tunga (2014). To mohlo být způsobeno nízkou hodnotou Cronbachova alfa měření (0,59) a zdá se, že stupnici navrženou Hanem a kol. (2010) nelze v kontextu střední a východní Evropy použít.

Jako nejdůležitější a sebepodporující faktor vysvětlující variabilitu v zařazení respondentů do skupin volících konvenční nebo "zelené" ubytovací zařízení bylo identifikováno pro-environmentální chování v každodenním životě. V regresi má největší poměr šancí a bylo vybráno jako nejdůležitější faktor analýzou *decision tree* modelu. Tento výsledek potvrdil výsledek uváděný Hanem a Hyunem (Han & Hyun, 2018c), který poukazuje na důležitost jinak velmi málo studované proměnné v modelech záměru, ubytovat se v "zeleném" ubytovacím zařízení.

Analýza kombinovaných vlastností ubytovacích zařízení odhalila, že hotelová recepce, úspora energie a vody, pokoj a vlastnosti exteriéru jako skupiny odpovídají pěti skupinám vlastností zjištěným v jiných studiích (Balaji a kol., 2019; Trang a kol., 2019). Dále lze v této skupině proměnných poukázat na to, že proměnné spojené se "zeleným" ubytováním jsou důležité pro modelování výběru "zeleného" ubytovacího zařízení. Na druhou stranu je třeba zdůraznit, že tyto vlastnosti se při modelování využívají pouze v omezené míře. Pro manažery, kteří se snaží přesvědčit zákazníky, aby přijeli do jejich ubytovacího zařízení, bude velmi zajímavé přesvědčit se o tom, zda jsou vlastnosti pokojů obecně silněji vnímány v případě „zelených“ hotelů, nebo zda je toto zjištění specifické pouze pro studii. Pro komunikaci se zákazníky a segmentaci zákazníků by mohlo být zajímavé i další zjištění – účastníci cestovního ruchu s vysokou mírou pro-environmentálního chování v každodenním životě a vyššími normami chování si s větší pravděpodobností vyberou „zelený“ hotel. Tento

závěr koresponduje s hypotézou potvrzenou Trangem, Lee a Hanem (2019), že „pro-environmentální postoj pozitivně ovlivňuje záměr navštívit zelený hotel.“

4 Diskuse

4.1 *Vnímání environmentální problematiky manažery ubytovacích zařízení ve středoevropském prostoru*

Hoteloví manažeři začali chápat a uznávat, že jejich hotely by mohly být ekologičtější, již před mnoha lety (viz např. Kirk, 1998; Bohdanowicz, 2005; Pirani & Secondi, 2010). Environmentálně šetrný cestovní ruch začal růst v 80. letech minulého století a na začátku 90. let se vyvinul v nejrychleji rostoucí subsektor cestovního ruchu v západních zemích (Buckley, 1994). Konkrétně se zájem o ekologicky šetrné činnosti mezi jednotlivými evropskými zeměmi obecně liší jak u podnikatelů (Sloan, Legrand, & Chen, 2005; Bohdanowicz, 2006; Petrić & Pranić, 2009), tak u spotřebitelů (Bohdanowicz, 2006; Pirani & Secondi, 2010).

Prokázány byly významné rozdíly mezi středoevropskými a východoevropskými hotely. Z mnoha důvodů platí, že čím východněji se země nachází, tím méně je pravděpodobné, že se bude realizovat pro-environmentální aktivita (Bohdanowicz, Zanki-Alujevic, & Martinac, 2004; Erdogan & Baris, 2007). Jedním z důvodů může být absence silných mezinárodních hotelových řetězců v některých zemích východní Evropy (Chala, & Kinder, 2013). Existují dokonce rozdíly v obecném přístupu k řízení společnosti, protože „východní“ teorie organizace a managementu byly několik desetiletí orientovány jinak než „západní“ teorie (Spender 1992); vliv západních přístupů postupně slábne, čím více dochází k posunu dále na východ. Zjištěno také bylo, že příslušnost k hotelovému řetězci je méně důležitá. Rozdíly jsou také v cestovním ruchu samotném, stejně jako v přístupu k cestovnímu ruchu v rámci zemí střední a východní Evropy. Cestovní ruch ve východní Evropě se značně lišil od cestovního ruchu na západě - přinejmenším do devadesátých let dvacátého století - ve vývoji počtu a národnostním rozložení účastníků cestovního ruchu a organizaci cestovního ruchu, ale také v pohledu na kulturní vzorce chování účastníků z různých zemí (Vuoristo, 1981).

Středoevropské země, jako jsou „visegrádské“ země, jsou z dlouhodobého hlediska vyspělejší a relativně stabilnější než země bývalého Sovětského svazu a země v jihovýchodním koutu Evropy, kde otázky rozvoje cestovního ruchu získaly jiný význam (Hall, 1998). To souvisí s odlišným souborem sociálních a ekonomických faktorů, které se objevují od roku 1989, během přechodného období od centrálně plánované ekonomiky k tržní ekonomice (Navrátil a kol., 2018). Východoevropské země mohou mít také tendenci přitahovat účastníky cestovního ruchu určitou exotikou (Verschaeve & Wadle, 2014), která

by ustoupila přijetím „západních“ vlivů. Zájem o environmentální aktivity evidentně mizí postupně od západu Evropy na východ. Hoteliéři v západoevropských zemích, jako je Velká Británie, Německo a Švédsko, mají obecně pozitivnější přístup k ekologickým nebo pro-environmentálním aktivitám v hotelech (Sloan, Legrand, & Chen, 2005; Bohdanowicz, 2006; Dief & Font, 2010) oproti východním zemím, jako je Chorvatsko nebo Turecko (Erdogan & Baris, 2007; Petrić & Pranić, 2009).

Zjištěny byly dva hlavní problémy implementace „zeleného“ řízení a těmi jsou: podpora vlády a tlak legislativy a problém financování.

Prvním problémem je podpora vlády a tlak legislativy. Vnímání důležitosti veřejné podpory ubytování šetrného k životnímu prostředí je nejvlivnějším faktorem, který určuje rozdělení skupin zemí podle prvního gradientu. Od 80. let 20. století mezinárodní společenství podniká kroky k regulaci cestovního ruchu a významně řeší jeho udržitelnost (Jenkins & Mkono, 2015). Udržitelnost a environmentální management je možné považovat za hierarchii politik a akcí: (1) globální environmentální politiky; (2) národní environmentální politiky; (3) odpovědnost za podnikání; (4) místní aktivity. Podle názoru Kirka (1995) je nutné řešit problémy životního prostředí na všech těchto úrovních. Zmíněný autor zdůrazňuje důležitost globálních a národních politik a jejich podpory. Dief a Font (2010) naopak uvádějí, že vliv vládních politik je diskutabilní, protože se jeví jako neúčinné determinanty.

Existuje několik zásad, které se obecně týkají managementu životního prostředí, nejen těch, které se úzce zaměřují na ubytovací zařízení nebo cestovní ruch. Například Evropská unie, která se otázkami ochrany životního prostředí zabývá nejméně od 70. let minulého století (Bakos, 2017), zavedla velké množství směrnic, které se vztahují k řízení životního prostředí. Mnoho z nich bylo přijato jako národní politika v 90. letech minulého století. Přesti je však legislativa většinou obecná; neobjevila se téměř žádná konkrétní regulace v oblasti provozování ubytovacích zařízení nebo cestovního ruchu (García-Pozo, Sánchez-Ollero & Ons-Cappa, 2016). Členské země přijímají opatření jednotlivě a různými způsoby. Rakousko například začlenilo ISO 14001 (certifikace environmentálního managementu) do národní legislativy (Chan & Wong, 2006). Lisabonská smlouva (podepsaná členskými státy EU 13. prosince 2007 a platná od 1. prosince 2009) uznává politiku cestovního ruchu ve vztahu k podpoře konkurenceschopnosti podporou příznivého prostředí pro rozvoj podniků a podporou spolupráce mezi členskými státy, zejména prostřednictvím výměny osvědčených postupů. Smlouva však vylučuje jakoukoli harmonizaci zákonů a nařízení členských států

(Estol & Font, 2016). Evropská unie ovšem poskytuje finanční podporu subjektům z členských zemí, jako je Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova, s cílem stimulovat rozvoj udržitelného cestovního ruchu.

V celé Evropské unii navíc vznikla řada neziskových organizací, které podporují udržitelný a ekologický cestovní ruch, včetně evropské sítě ECEAT (Evropské centrum pro eko agro turistiku) - přední evropské organizace v oblasti malých podniků. Tato síť spojuje stovky malých ubytovacích zařízení a služeb cestovního ruchu po celé Evropě, nabízí udržitelnou kvalitu služeb a schvaluje jejich příspěvky místním komunitám a na ochranu životního prostředí. Je patrná vůle východoevropských zemí spojit se s Evropskou unií a umožnit vládám mimo jiné zavést nebo posílit podporu environmentálních opatření v ubytovacích zařízeních (Danilova, Zablotovska & Pashaniuk, 2017).

Druhým podstatným problémem je vnímání finančních aspektů zavádění ekologicky šetrných aktivit a „zelených“ prvků v hotelových produktech. Vedle veřejné podpory je to druhým důležitým diferenciacním faktorem. Proekologické aktivity jsou obecně spojeny s vyššími fixními náklady a nízkou návratností investic. Tento problém je typický pro celé odvětví cestovního ruchu, nicméně ekologické aktivity tento problém řeší ještě výrazněji (Faulk, 2000). Nízká návratnost investic by mohla být silnější bariérou v těch zemích, kde ubytovací zařízení čelí vyšší cenové citlivosti a obecně nižší cenové hladině ubytování. V tomto případě mnoho ubytovacích zařízení není ochotno se podílet na vstupu do mezinárodního systému environmentálního managementu (EMS) pravděpodobně kvůli nedostatku zdrojů a znalostí (Chan & Ho, 2006).

Od západu k jihovýchodu střední a východní Evropy jsou udržitelné postupy a opatření v oblasti životního prostředí v ubytovacích zařízeních stále více považována za příliš nákladná (Ivanov, Ivanova & Iankova, 2014) a manažeři jsou citlivější na ziskovost takových opatření (Erdogan & Baris, 2007; Dief & Font, 2010). Tento jev je spojen s ekonomickou silou zemí. Cenová hladina v pohostinství v Evropě se pohybuje od 43 % do 186 % průměru EU a všechny země střední a východní Evropy jsou pod tímto průměrem.

Z těchto zemí je nejvýše v pořadí Slovinsko. Zároveň pouze Slovinsko patří k lídrům Eco-I v indexu ekologických inovací v EU (Evropská komise, 2018). Ochrana životního prostředí se stala nejvyšší prioritou pro národní vlády členských zemí EU ze střední a východní Evropy od jejich vstupu, proto jsou v nich více propagovány pro-environmentální aktivity (Przychodzen & Przychodzen, 2015). Síla propagace těchto aktivit se liší dle států.

4.2 Nabídka environmentálně šetrného ubytování v turistické destinaci Jižní Čechy

Území Jihočeského kraje je z hlediska cestovního ruchu vymezeno územím destinačních společností. Jejich úkolem je přenést řízení cestovního ruchu na nižší úroveň a řídit jej v souladu s okolní krajinou a cíli určenými nejen destinacemi, ale také lokálním představiteli cestovního ruchu (starostové, podnikatelé, neziskový sektor). Metelková (2005) uvádí, že „ve výzkumu provedeném mezi subjekty cestovního ruchu vyplynulo, že jednou z hlavních podmínek spolupráce v cestovním ruchu je existence jasně daného subjektu, který aktivity zastřešuje.“ Holešinská (2012) uvádí, že „základem pro teoretická východiska jsou četné poznatky ze zahraničních regionů především alpských zemí, které jsou současně odrazovým můstkem pro kvalitativní výzkum zaměřený na analýzu destinačních institucí“. V Jihočeském kraji byl tento systém založen, nicméně celá řada výstupů Českého statistického úřadu na úroveň jednotlivých destinací nesahá, což může být problémem, zejména pokud se vychází ze statistik za okresy. Neexistence statistik na úrovni destinací způsobuje zkreslené vstupní informace do výzkumů, které mohou mít za následek nepravdivé, či nevěrohodné výstupy. Z výzkumu a mapy je zřejmé nerovnoměrné rozmístění ubytovacích zařízení ve zkoumané oblasti. Podobně nerovnoměrné rozmístění je zřetelné také z mapy ekologicky se deklarujících zařízení. Pokud jde o environmentální cíle v cestovním ruchu destinace, tento subjekt, tedy organizace destinačního managementu by měl hrát významnou roli v prosazování environmentálně šetrných opatření (např. Mezei, 2009; Bosnić, Tubić & Stanišić, 2014; Arabska & Terziev, 2015). Společně s lokálními autoritami by pak měl spolupracovat s poskytovateli služeb cestovního ruchu na směřování k udržitelnému cestovnímu ruchu (Welford & Ytterhus, 2004). Účastníky cestovního ruchu, jejichž rozhodování je ovlivněno motivy šetrnosti k životnímu prostředí, pak zcela jistě ovlivní vědomí udržitelně řízené oblasti/destinace cestovního ruchu (Tyllianakis a kol., 2019). Zkoumané území je často představováno jako rekreační, relaxační a zemědělské. Zemědělská a venkovská krajina je často spojována s tzv. „zeleným“ cestovním ruchem (např. Jones, 1987), který vykazuje mnoho znaků šetrného či udržitelného cestovního ruchu (Gryshchenko, Kostornova & Mykolaienko, 2019). Struktura území odpovídá struktura ubytovacích zařízení, ve které dominují kategorie ubytování v soukromí, farmy, kempy a penziony. Kempy se potom nachází u rybníků a říčních toků. Výskyt jednotlivých kategorií zařízení se výrazně neproměnil a lze tedy říci, že se jedná o poměrně v čase konzistentní rozložení. Oproti předcházejícímu zjišťování došlo v databázi k nárůstu počtu zařízení. Uzavření zařízení a jeho další neprovozování bylo zjištěno pouze v jednotkách případů.

Zásadním rozporem je počet zařízení zjištěných studií a počet zařízení deklarovaných ČSÚ. ČSÚ ve stejném období pracuje s počtem 1320 hromadných ubytovacích zařízení (ČSÚ, 2021). Dle výsledků výzkumu bylo na území kraje určeno 1692 zařízení stejné kategorie. Zbytek připadá na individuální zařízení, celkem bylo zjištěno 3509 zařízení. Rozpor je jistě ve sběru dat, kdy ČSÚ vychází z oficiálních statistik, které se připravují na základě počtu živností a dle plátců místních poplatků (Studnička, 2016). Z výzkumu tedy plyne, že webová stránka s nabídkou ubytování má více zařízení, než skutečně zahrnují statistiky. Jejich provozováním může docházet k ekonomickým únikům a k růstu šedé ekonomiky, jak uvádí např. (Badariah, Muzafar, Baharom & Saari, 2016). Šedou ekonomiku definuje také Žukauskas (2018). Vysvětlení lze najít – faktem je, že ČSÚ sbírá data pouze za hromadná ubytovací zařízení a vylučuje tak kategorie tzv. ubytování v soukromí, které je ve zkoumaném regionu početně zastoupeno. Pokud jsou však srovnány hodnoty pouze za hromadná ubytovací zařízení, výsledkem je též rozdílné číslo. Výzkumem bylo tedy prokázáno množství chybějících ubytovacích zařízení v oficiálních statistikách. Získávání přesnějších a úplných informací přitom prokazatelně pomáhá firmám, destinačním organizacím, ale také místní samosprávě, či státní správě. Pro nápravu by ale bylo nutné připravit výrazné změny v oblasti evidence zařízení a jejich návštěvníků, což mohl řešit mnoho let slibovaný zákon o cestovním ruchu, který stále v České republice chybí, přestože okolní státy, např. Slovensko, ho mají.

Výzkumem bylo prokázáno, že většina podniků v ubytování jsou malé, příp. střední společnosti, v souladu s definicí malého podnikatele agentury Czechinvest (Czechinvest 2021). Malé a střední podnikání považuje mnoho autorů za základ současného tržního prostředí (Morrison, Carlsen & Weber & Calsen, 2010, Janíšková & Piteková, 2017). Význam a naprostou závislost sektoru cestovního ruchu a ubytování dokládá článek v profesním časopise TTG z roku 2018. Pochopit přínosy malého a středního podnikání se pokouší např. Koens a Thomas (2015), či Komppula (2013). Vzhledem k velkému množství autorů, kteří svá bádání vztahují k malým a středním podnikům se dá považovat cestovní ruch a ubytování za zajímavé odvětví, kterému je nutné se věnovat jak v teoretické i praktické rovině. Díky významu malého a středního podnikání je připravena celá řada programů na podporu tohoto typů podniků.

Významným faktorem ovlivňujícím provoz ubytovacích zařízení a nabídku ubytování v destinaci je sezónnost. Nejvyšší počet ubytovacích zařízení je dle očekávání v kategoriích kemp, rekreační zařízení a objekty pro rekreaci. Problematice sezónnosti se věnuje velké

množství kvalifikačních prací, lze z toho vyvodit, že jde o poměrně často skloňovanou problematiku nejen z hlediska manažerského, ale hlavně ekonomického. Problémem sezónních zařízení jsou hlavně fixní náklady a vytíženost pracovníků v době mimo sezónu. Možností, jak pracovat s fenoménem sezónnosti je mnoho, základem je ale diverzifikace nabídky a rozšiřování segmentu hostů o skupiny, které jezdí i mimo hlavní sezónu. V tomto případě je to určitě segment seniorů. Podobně se vyjadřují Alfonso, Rodriguez a Mella (2021). Z výzkumu lze vidět deklaraci nabídky pro rodiny s dětmi, nabídka pro seniory je obsažena pouze u několika málo podniků. Podniky, které deklarují služby pro seniory, naopak nenabízejí služby pro rodiny s dětmi. Nesourodost těchto dvou segmentů je zřejmá. Oblast nabízených služeb musí vhodně doplňovat roční období tak, aby se jednalo o vyváženou kombinaci služeb realizovaných ve vnitřním a vnějším prostředí.

Druhá část subkapitoly zkoumala deklarování jednotlivých služeb ubytovacími zařízeními ve zkoumané oblasti. Problémy s parkováním hostů jsou známé z celého světa. Problematice se věnují např. Pilepic, Sigurnjak a Cucukovic (2019). Parkování není jen problémem ve městech, ale také v novém způsobu dopravy klientů z letišť do center velkých měst, při které dopravci způsobují celou řadu problémů (Muller, 2016). Parkování bývá označováno jako problematické i v mnoha studiích spokojenosti klientů cestovního ruchu např. Ryglová, Machalová a Vajčnerová (2010). Moderní cestovní ruch je v České republice postaven na dopravě autem, jak uvádí např. Švec, Martišková a Koubková (2018), či Jeřábek a Šefčík (2017). Zmíněné výzkumy zároveň ukazují na problematické parkování ve střediscích cestovního ruchu. Velmi často se lze setkat s odstavením vozidla po příjezdu do ubytovacího zařízení. Během pobytu účastníci využívají veřejnou dopravu (často zmiňovaný je problém neuzpůsobení jízdního řádu pro cestovní ruch, či neexistence bezpečných cyklotras v místech s vysokou koncentrací cyklistů). Tato problematika spadá spíše do oblasti řízení destinace, nicméně pokud ubytovací zařízení nabízejí parkovací plochy, představuje to konkurenční výhodu a možnost pomoci destinaci s problematikou omezených parkovacích možností. Faktor parkovacích možností potom může významně ovlivnit i výběr navštívené destinace.

Rodiny s dětmi jsou segmentem klientů, na který se, dle výzkumu, ubytovací zařízení zaměřují velmi často. Problematika produktů pro rodiny s dětmi je předmětem kvalifikačních prací, např. Švábenská (2008), Mišutová (2014), ale také článků, např. Švec, Martišková a Koubková (2018), či Lindnerová a Hrdinová (2018). Zaměření na tento segment ale přináší zvýšené investice do vybavení pro děti (kratší životnost zařízení a jejich

rychlejší morální zastarávání). Dnešním významným tématem v těchto zařízeních je bezpečnost dětí, která je velkým tématem samotných vlastníků ubytovacích zařízení, např. Clarion congress hotel. Ubytovací zařízení se snaží připravovat množství zajímavých služeb pro rodiny s dětmi, o nichž se zmiňují např. Mazúchová a Gálová (2018). Služby zařízení ve zkoumaném regionu, ovšem často neodpovídají současným trendům a často je jako zařízení pro děti prezentováno zařízení s dětským hřištěm v podobě laviček a houpačky. To neodpovídá současným požadavkům rodin s dětmi a může se to projevit nejen v hodnocení image destinace, ale také v ochotě návratu klientů do těchto zařízení.

Lokální produkce a lokální stravování je významnou součástí moderního řízení podniků poskytujících ubytovací a stravovací služby. Lokální produkce je moderní součástí nabídky potravinářského sortimentu. Pro určitý segment hostů je specifická znalost regionální značek potravinářských produktů (Chalupová, Prokop & Rojík, 2013). Regionální gastronomie je považována za jeden z produktů moderního cestovního ruchu (Karásková, 2013). O to více je překvapivé, jak málo zařízení jí využívá (dle výsledků cca 9 %). Co do počtu zařízení je nejvýznamnější kategorií penzion (46,33 %) a hotel (22,68 %). Pořadí významněji ovlivnily také farmy (7,03 %). V případě zařízení, která zároveň deklarují ekologické chování, jsou nejčastěji uváděny penziony a farmy. Tyto podniky jsou vyhledávány pro nabídku zejména v oblasti masné produkce, uzenářských výrobků a mléčných výrobků. Významná je také nabídka ovoce, vlastního piva a limonád. Regionální potraviny často prezentují „svou“ oblast také v cestovním ruchu a jejich konzumace se stává zážitkem, který si návštěvník spojuje s regionem. Využívání regionálních surovin a regionálních potravin je významnou součástí pro tzv. gurmánský cestovní ruch (Gačnik, 2012), který je dnes významným marketingovým nástrojem pro destinace i podniky cestovního ruchu. Využívání místní produkce má pochopitelně význam i pro navazující obory a přispívá k multiplikačnímu efektu cestovního ruchu, o kterém se zmiňuje např. Rusu (2011). Produkce lokálních pokrmů souvisí také s otázkou poskytování stravovacích služeb ubytovacími zařízeními. Celodenní stravování poskytuje cca 41 % zařízení. Tento počet je jistě dán kategorií, kdy např. apartmány, nebo objekty pro rekreaci stravování z podstaty své funkce neposkytují. Dalším důvodem je také složitost procesu kolaudace a dodržování veškerých nařízení (Burešová & Janštová, 2016) a procesu HACCP (Casolani a Del Signore, 2016). Ze zkušeností autora lze říci, že složitost podnikání v tomto oboru a náročnost na vybavení, skladování surovin a znalosti personálu zabraňují majitelům zařízení v rozšiřování služeb spojených se stravováním. Limitující je též otázka vymezení živnosti a nutnost mít adekvátní vzdělání.

Významným zjištěním je rovněž deklarace certifikátů kvality. Dle tabulky 32 označení hvězdičkami využívá podle deklarace na internetových stránkách 271 zařízení. Srovnáním se stránkami Asociace hotelů a restaurací, která zabezpečuje klasifikaci v České republice, kde se nachází 102 certifikovaných zařízení, lze tvrdit, že 169 zařízení sice deklaruje určitý počet hvězdiček, případně jej deklarují nejrůznější rezervační systémy a stránky, ale pouze 102 zařízení má skutečnou certifikaci. Toto jednání může vycházet ze snahy majitelů zlepšit si image, nebo případně neznalosti, že hvězdičky jsou oficiálním českým systémem značení. Turisté, kteří neznají systém oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení a jeho označování certifikovaných zařízení, tak mohou být uvedeni v omyl. Asociace hotelů a restaurací jako certifikační orgán by se tímto měla zabývat na celorepublikové úrovni. Některé státy mají certifikaci povinnou, či podmiňuje získání živnostenského oprávnění. Pokud tato povinnost v České republice nebude zavedena, bude nutná marketingová podpora systému klasifikace, aby se host lépe orientoval. U ostatních certifikátů nebyl významný rozpor mezi jejich deklarovaním na internetových stránkách a databázemi certifikačních orgánů. Orientace hvězdičkami je významná především u zahraniční klientely, které není zřejmý náš systém kategorizace ubytovacích zařízení, proto je nutné tyto záležitosti přenastavit.

Tabulka 32. Zařízení ve zkoumané oblasti dle počtu hvězdiček

Počet hvězdiček	Počet zařízení
1	4
2	14
3	171
4	75
5	7
nemá	3238
Celkový součet	3509

Zdroj: vlastní výzkum

4.3 Názory zákazníků ubytovacích zařízení na environmentální problematiku

Předchozí studie se převážně zaměřovaly na otázku loajality účastníků cestovního ruchu vůči "zeleným" ubytovacím zařízením a testovaly prediktory záměru uskutečnit pobyt v takovém zařízení a pozitivní ústně předávané reference (Nimri a kol., 2020). Tato subkapitola práce modeluje rozdíly v chování a názorech zákazníků odlišných skupin. První skupinou jsou zákazníci, kteří v období dvou let před průzkumem pravidelně navštěvovali "zelené" ubytovací zařízení a druhou ti zákazníci, kteří navštěvovali konvenční zařízení. Všechny vybrané faktory, identifikované v předchozích modelech, byly považovány za

významné pro "zelená" ubytovací zařízení. Modelování prediktorů pro realizovaný pobyt v ubytovacím zařízení odpovídá modelování záměru pobytu.

Z výsledků plynou tři hlavní zjištění pro rozvoj „zeleného“ ubytování. Prvním je velmi nízký podíl účastníků cestovního ruchu ubytovaných v "zelených" ubytovacích zařízeních. Z 944 respondentů nemá 506 (tj. 53 %) vůbec žádnou zkušenost s pobytem v "zelených" ubytovacích zařízeních. To je poměr, který téměř přesně koresponduje se zjištěními Han et al. (2011). 47 % těch, kteří mají zkušenost s pobytem v „zeleném“ hotelu, je na první pohled poměrně velké procento. Je však třeba vzít v úvahu, že se ve většině případů jedná o návštěvníky, kteří si "zelené" ubytovací zařízení vybrali spíše výjimečně než pravidelně. Těch, kteří strávili alespoň polovinu své dovolené v "zeleném" ubytovacím zařízení, bylo pouze 93, tedy 9,8 % respondentů. Navíc respondentů, kteří strávili dovolenou výhradně v "zeleném" ubytovacím zařízení, bylo pouze 21 (2,2 % všech respondentů). Podíl pobytů v "zeleném" ubytovacím zařízení je tedy extrémně nízký. To může být problémem obecného environmentálního povědomí v postkomunistických společnostech (Chaisty & Whitefield, 2015) jak v postojích a motivacích účastníků cestovního ruchu (Falk & Hagsten, 2019; Leonidou a kol., 2015), tak manažerů ubytovacích zařízení (Mester a kol., 2016; Novacká a kol., 2019).

Druhé zjištění má význam pro tvůrce národních politik a destinační manažery koordinující spolupráci v rámci regionů. Ekologicky smýšlející turisté mají větší zájem o ekologické ubytování. Na druhou stranu by marketingová komunikace pravděpodobně selhala při snaze ovlivnit vnímané chování potenciálních hostů. To je překvapivé zjištění, které je v rozporu například s tvrzením Sukiho (Suki, 2015). Tuto odhalenou skutečnost je třeba dále zkoumat. Mělo by být zjištěno, zda se jedná pouze o specifickou záležitost zkoumaného vzorku (a pokud ano, z čeho pramení), nebo o geografickou záležitost. Je třeba vzít v úvahu, že zatímco ekonomické přínosy ekologických postupů jsou z dlouhodobého hlediska obvykle výhodné pro všechny strany (Bohdanowicz, 2006; Manganari a kol., 2016), majitelé ubytovacích zařízení musí být opatrní, protože jejich obavy jsou oprávněné (Becken, 2013; Novacká a kol., 2019). Výsledky studie jsou zajímavé i z hlediska identifikace skupiny turistů ubytovaných v „zelených“ ubytovacích zařízeních ve srovnání se skupinou turistů v běžných zařízeních, neboť tyto předchozí podíly byly získány od respondentů v ubytovacích zařízeních a testovány primárně jako jejich záměr pobytu, nikoliv jako reálný pobyt v "zelených" ubytovacích zařízeních.

Ze třetího zjištění vyplývá doporučení, že marketingoví specialisté musí při segmentaci poptávky zohlednit různá kritéria, protože se ukázalo, že vliv na výběr "zeleného" ubytování významně ovlivňuje sociodemografický status respondentů, míra pro-environmentálního chování v cestovním ruchu, míra pro-environmentálního chování v každodenním životě turistů a také jejich preference jednotlivých vlastností "zeleného" ubytovacího zařízení. Kromě toho by měla být pro proces segmentace pečlivě vybrána konkrétní sociodemografická kritéria.

5 Závěry

Cílem práce bylo posoudit aktuální stav rozvoje a možností dalšího rozvoje „zelených“ aktivit v oblasti ubytování jako významné služby cestovního ruchu. Obecně lze konstatovat, že úroveň rozvoje aktivit šetrných k životnímu prostředí v oblasti ubytovacích služeb je odlišná v jednotlivých zemích a obdobně je odlišný potenciál pro další rozvoj. Situace se odvíjí od celkového vztahu společnosti v jednotlivých zemích k omezování negativního dopadu na životní prostředí a podpory environmentálně šetrných aktivit. Tato situace je dána širokou škálou vzájemně provázaných aspektů. Celá práce je významná díky komplexnosti a rozsáhlosti analýz. Komplexní pohled na problematiku „zeleného“ ubytování dávají tři navzájem se doplňující části výzkumné části práce, které se vážou na tři stanovené dílčí cíle.

Prvním dílčím cílem bylo zjistit názory hotelových manažerů v zemích střední a východní Evropy na otázky environmentálního přístupu k řízení ubytovacích zařízení a identifikovat základní překážky při přechodu na „zelenější“ způsoby provozování ubytovacích zařízení. Rozdílům ve vnímání environmentálních přístupů manažery ubytovacích zařízení je věnována první subkapitola výzkumné části. Mezinárodní průzkum se uskutečnil v zemích střední a východní Evropy. V první části výzkumu byly technikou mnohorozměrné analýzy většího množství potenciálních faktorů zjišťovány rozdíly ve vnímání implementace různých environmentálních postupů v zemích střední a východní Evropy. Potvrdil se vliv hodnocení kvality poskytovaných služeb a příslušnosti k hotelovému řetězci při vnímání různých aspektů přijímání postupů šetrných k životnímu prostředí v oblasti hotelnictví a gastronomie. Na dílčí otázku V1.1 lze odpovědět, že za nejdůležitější faktor přístupu k environmentální problematice byla označena geografická poloha zařízení ve střední a východní Evropě. Environmentální aktivity jsou zjevně méně veřejně podporovány v zemích východní Evropy než ve střeoevropských zemích. Reakce na trend poptávky po ekologičtějším ubytování je v západních zemích silnější. V ubytovacích zařízeních směrem na východ Evropy je větší pravděpodobnost, že jako pobídka k přijetí pro-environmentálních opatření v podnikání v oblasti hotelnictví a gastronomie zapůsobí legislativní požadavky a veřejná podpora aktivit, případně finanční podpora. Pokud jde o dílčí otázku V1.2, významnými překážkami jsou obecně objem dostupných finančních zdrojů potřebných na zavádění odpovídajících opatření a nízká návratnost investic vynaložených na tato opatření. Dalším problémem je výše nákladů na provádění či zachování zavedených opatření.

Druhým dílčím cílem bylo vymezit nabídku ubytovacích zařízení na modelovém území Jihočeského kraje, zjistit současný stav deklarování environmentálně šetrných postojů ubytovacího zařízení jako nástroje marketingové komunikace ubytovacích zařízení a dále identifikovat základní rozdíly mezi charakteristikami a chováním „zelených“ a konvenčních ubytovacích zařízení a posoudit, zda existují lokality typické pro výskyt „zelených“ ubytovacích zařízení. Pro druhou část výzkumu proto byla vytvořena databáze ubytovacích zařízení na základě primárního výzkumu. Zjišťovány byly nejen základní charakteristiky zařízení, ale také jejich deklarované produkty (služby). Na základě výzkumu lze shrnout následující fakta. Zkoumané území nabízí 3 509 ubytovacích zařízení v kategoriích hromadné ubytovací zařízení i ubytování v soukromí. Nejvýznamnější kategorií zařízení jsou ve zkoumaném území penziony a objekty pro rekreaci. Významně rostoucím segmentem zařízení jsou apartmánové domy. Zařízení, která deklarují „zelený“ přístup, není ani 5 %. Odpověď na výzkumnou otázku V2.1 zní, že významně vyšší podíl „zelených“ zařízení je v okrajových oblastech zkoumaného území a částečně zároveň i v příhraničí České republiky. Tato zařízení se většinou řadí do kategorií malých a středních zařízení, kdy jejich vlastníky jsou nejčastěji fyzické osoby. Následně byly komparovány deklarované služby a další prvky konvenčních a „zelených“ zařízení. K výzkumné otázce V2.2 lze konstatovat, že „zelená“ ubytovací zařízení vlastní významně častěji (v jedné třetině případů) jeden z certifikátů kvality. Tyto pro-environmentálně laděné subjekty se častěji prezentují jako vhodné pro rodiny s dětmi. V „zelených“ zařízeních mají hosté větší šanci využít služeb stravování, přičemž tato zařízení statisticky významně častěji nabízí lokální potraviny. „Zelená“ zařízení také nabízejí statisticky významně častěji prostory pro firemní klientelu. Některé tyto rozdíly mohou souviset s tím, že častější pro-environmentální zaměření vykazují či deklarují (vedle farem a kempů) typy ubytovacích zařízení, jako je penzion, rezort, či hotel, přičemž některé prvky environmentálně šetrných opatření či služeb jsou obtížně aplikovatelné v ubytovacích zařízeních typu apartmán, či objekt pro rekreaci.

Třetím dílčím cílem bylo zjistit a posoudit postoje a vnímání zákazníků ubytovacích zařízení, pokud jde o aplikaci pro-environmentálních opatření v ubytovacích zařízeních, jejichž služby zákazníci poptávají. Třetí část výzkumu se tudíž věnovala názorům a postojům účastníků cestovního ruchu na „zelené“ ubytování. Šetření probíhalo v různých částech České republiky mezi českými i zahraničními turisty. Za „zelené“ bylo považováno jakékoliv zařízení, které mělo alespoň některou z pro-environmentálních charakteristik. S tímto pojetím environmentálně šetrného ubytování byli respondenti seznámeni předem.

Zkoumány byly čtyři skupiny nezávislých proměnných – socio-demografické charakteristiky respondentů, pro-environmentální chování v cestovním ruchu, pro-environmentální chování v každodenním životě a preference pro vlastnosti „zelených“ ubytovacích zařízení. Pokud jde o výzkumnou otázku V3.1, demografické charakteristiky se s ohledem na dřívější výzkumy překvapivě neukázaly příliš významné ve srovnání s jinými zkoumanými vlastnostmi poptávajících. Zájem o environmentálně šetrné ubytovací služby vyhledávají hosté, kteří se zajímají o dopady cestovního ruchu na životní prostředí a také obecněji o dopady jakýchkoli aktivit na životní prostředí. To znamená, že tyto hosté vyhledávají prvky šetrnosti v rámci celé své spotřeby. Charakter konkrétních environmentálně šetrných opatření v ubytovacích zařízeních, jehož se týká dílčí výzkumná otázka V3.2, má vliv na preferenci „zeleného“ ubytování. Hosté si přímo v hotelu, případně na základě dostupných informací, významně všímají opatření na úsporu vody či energií, venkovních prostor hotelu a celkového designu recepcí.

5.1 Teoretické přínosy a závěry

Teoretickým přínosem práce je studium netradičních „faktorů“ pro-environmentální orientace v sektoru ubytovacích služeb. Výzkum a jeho výsledky průzkumu byly soustředěny na fenomén „geografického“ gradientu ve struktuře podpory aspektů a překážek rozvoje environmentálních postupů v ubytovacích zařízeních ve střední a východní Evropě. Zjištěno bylo, že „geografický“ gradient existuje a je statisticky významný. Dalším přínosem je konstatování, že pro-environmentální orientace ve střední Evropě je silnější než ve východní Evropě. Byl také prokázán rozdíl ve struktuře mnoha aspektů pro-environmentální orientace, včetně motivace, bariér a dalších. Toto zjištění je důležité pro další studie, zabývající se různými aspekty pro-environmentální orientace ubytovacích zařízení, protože obecná míra orientace na zmírňování dopadů provozu ubytovacího zařízení na životní prostředí je silně ovlivněna gradientem východ-západ. Každý aspekt pro-environmentální orientace v různých zemích má tedy mezi ostatními aspekty své zvláštní postavení. Tento gradient je veden zejména problémy financování pro-environmentálních opatření, které by mohly být způsobeny rozdíly v ekonomické síle studovaných zemí.

Významným teoretickým přínosem práce je studium vlivu čtyř faktorů na výběr "zeleného" nebo konvenčního ubytovacího zařízení. Všechny čtyři použité faktory a jejich soubory nezávislých proměnných jsou důležité samostatně i v celku ostatních faktorů pro vysvětlení

příslušnosti respondentů k oběma zkoumaným skupinám. Zásadním zjištěním tedy je, že pro klasifikaci účastníků cestovního ruchu s ohledem na „zelené“ ubytování, nemůže být žádný z těchto faktorů opominut, jak se ale ovčšem běžně v literatuře děje. Dotazování v atraktivitách cestovního ruchu pak vedlo k diverzifikovaným informacím od respondentů a má prediktivní schopnost spojit „zelené“ ubytování s jejich návštěvou destinací masového cestovního ruchu. Intenzita záměru k chování, subjektivní normy a vnímaná kontrola chování jako jednotlivé složky konečného plánovaného chování mohou být ovlivněny národním kontextem. Výsledky jsou přínosné také z hlediska identifikace podílu účastníků ubytovaných v „zelených“ a konvenčních ubytovacích zařízeních.

5.2 Praktické přínosy a závěry

Závěry první prezentované studie mají význam pro přizpůsobení postupů šetrných k životnímu prostředí v sektoru ubytování a spočívají především v identifikaci konkrétních aspektů, které se řídí geografickými rozdíly mezi studovanými zeměmi. Těmito aspekty jsou iniciativa a podpora ze strany vlády a místních vlád, které působí proti dojmu, že chybí finanční zdroje a pomalá návratnost investic. Na základě údajů, které zahrnovaly informace z různých typů ubytovacích zařízení ze sedmi zemí střední a východní Evropy, byly jako hlavní rozlišující proměnné identifikovány činnosti vnitrostátních a místních orgánů. Podporu ekologického podnikání oceňují hoteloví manažeři ze střední Evropy. Na druhou stranu manažeři ubytovacích zařízení z východní Evropy necítí žádnou významnou podporu ze strany národních ani jiných veřejných institucí. Druhým faktorem diferenciacce je vnímání nedostatku finančních prostředků, který pocítují manažeři z východní Evropy. Soudržnost obou těchto faktorů je ve výsledcích zřejmá, protože ukazují stejný směr, ale opačnou orientaci. Pokud jde o potenciální specifické strategie nebo taktiky, nejúčinnější podporou přijetí ekologicky šetrných opatření se zdá být veřejné financování i podpora nevládních organizací, jako je strategický rámec veřejné podpory cestovního ruchu spolu se specifickým financováním, financováním a podporou místní vlády, nebo podpora regionálních iniciativ, jako jsou místní akční skupiny, což představuje efekt zdola nahoru na rozvoj ekologického cestovního ruchu. Taková podpora existuje například v České republice a na Slovensku. Tato podpora by měla být řádně komunikována majitelům hotelů a hotelovým manažerům, kteří se zdají ne vždy dostatečně informováni. Typicky například v Turecku je již poměrně dlouhodobě významně vnímána nutnost rozvíjet integrovaný systém politiky a praxe ochrany životního prostředí, přičemž environmentální standardy existují již dlouhou dobu

a první národní iniciativa pro ekoznačku začala již v roce 1992. Zdá se však, že manažeři si takových iniciativ nejsou vědomi. Určitá finanční podpora ze strany vlády existuje, kdy cíle udržitelného rozvoje byly zakotveny např. v národním rozvojovém plánu Turecka.

Praktickým přínosem je rovněž zmapování současné situace na trhu ubytovacích zařízení a detailní analýza nabídky. Dalším přínosem je zjištění podílu „zelených“ ubytovacích zařízení na trhu zkoumané oblasti. Průzkumem je vymezena současná nabídka, kdy analýza může pomoci současným i budoucím podnikatelům. Doporučení může být významné také pro destinační managementy a orientaci destinací. Praktické výstupy mohou využít i organizace mimo cestovní ruch, pro rozšiřování nabídky např. regionálních potravin, či ukazují možnosti, jak postupovat v různých certifikacích.

Za další praktický výstup lze považovat tři hlavní zjištění významná pro ekologizaci ubytovacího sektoru. Prvním zjištěním je extrémně nízký podíl účastníků cestovního ruchu ubytovaných v "zelených" ubytovacích zařízeních. Do budoucna by se např. nejrůznější iniciativy mohly věnovat právě komunikaci produktů „zeleného“ ubytování. Podobné cíle by mohly mít i nejrůznější projekty, které souvisejí s udržitelným rozvojem nejen v sektoru ubytování a cestovního ruchu. Výsledky průzkumu přinášejí dále zřejmé závěry také pro tvůrce národních politik a destinační manažery koordinující spolupráci v rámci regionů. Ekologicky smýšlející turisté mají větší zájem o ekologické ubytování. Na druhou stranu by marketingová komunikace pravděpodobně selhala při snaze ovlivnit vnímané chování potenciálních hostů. Třetím důsledkem je, že marketingoví specialisté musí při segmentaci poptávky zohlednit různá kritéria, protože se ukázalo, že vliv na výběr "zeleného" ubytování významně ovlivňuje sociodemografický status respondentů, míra pro-environmentálního chování v cestovním ruchu, míra pro-environmentálního chování v každodenním životě turistů a také jejich preference jednotlivých vlastností "zeleného" ubytovacího zařízení.

5.3 Orientace dalšího výzkumu

Další výzkumy mohou být orientovány i na základě konstatovaných omezení této práce. První průzkum byl limitován hlavně výběrem ubytovacích zařízení v jednotlivých zemích a také ochotou manažerů odpovídat na dotazníky. Do budoucna by bylo přínosné připravit rozsáhlejší výzkum, např. napříč všemi evropskými zeměmi, což samozřejmě bude významně časově náročné. Vyloučila by se tak však jednoznačně pochybnost, že data mohla

být zkreslena odlišnými pohledy manažerů konkrétních „východních“ a „západních“ ubytovacích zařízení.

Významným omezením druhého výzkumu je relativně malé modelové území. Jeho rozšíření, především za hranice České republiky, by umožnilo propojení těchto výsledků na výsledky prvního výzkumu.

Taktéž třetí průzkum je omezen v hodnocení pouze jednoho kulturního prostředí, kterým je cestovní ruch v České republice. Z předchozích studií je již známo, že výzkum kontextu podnikání v "zeleném" ubytování má významný kulturní rozměr a výsledky šířeji pojatých studií mají vyšší potenciál být zobecněny. Jednou z možností je hledání souvislostí mezi variabilitou struktury, kterou "zelená" ubytovací zařízení nabízejí, a variabilitou proměnných stojících za volbou "zeleného" ubytovacího zařízení v různých kulturních kontextech.

6 Seznam literatury

- Aguilo, E., Alegre, J. & Sard, M. (2005). The persistence of the sun and sand tourism model. *Tourism management*, 26(2), 219-231.
- Ahn, Y. H., & Pearce, A. R. (2013). Green luxury: A case study of two green hotels. *Journal of Green Building*, 8(1), 90-119.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice. *Journal of Leisure Research*, 24(3), 207-224.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations - Theoretical-analysis and review of empirical-research. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888-918.
- Alfonso, RA; Rodriguez, MDF & Mella, RPS (2021). The innovation management, competitive advantages source for senior hotels in Manta tourism destination, Ecuador. *Revista San Gregorio* (45), 17-31.
- AL-Hazmi, N. (2020). The impact of market targeting strategies on tourism services. *Management Science Letters*, 10(12), 2799-2804.
- Aliagaoglu, A. & Ugur, A. (2008). Hotels as a model of regional life: The Erzurum sample. *European Planning Studies*, 16(10), 1405–1422.
- Allen, P., FitzSimmons, M., Goodman, M. & Warner, K. (2003). Shifting plates in the agrifood landscape: the tectonics of alternative agrifood initiatives in California. *Journal of rural studies*, 19(1), 61-75.
- Alvarez, M. D., & Korzay, M. (2008). Influence of politics and media in the perceptions of Turkey as a tourism destination. *Tourism Review*, 63(2), 38-46.
- Al-Zahawi, M. I., Bilal, A. T., & Al-Daloy, S. E. (2019). Activating and managing camping tourism and its role in increasing tourist's expenditure. *Journal of University of Human Development*, 5(1), 44-60.
- Amerta, I. M. S., Sara, I. M., & Bagiada, K. (2018). Sustainable tourism development. *International research journal of management, IT and social sciences*, 5(2), 248-254.

- Andereck, K. L. (2009). Tourists' perceptions of environmentally responsible innovations at tourism businesses. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(4), 489-499.
- Angus, I. (2013). The Myth of 'Environmental Catastrophism'. *Monthly Review*, 65(4), 15.
- Anuar, A. N. A., Ahmed, H., Jusoh, H., & Hussain, M. Y. (2012). Understanding the role of stakeholder in the formation of tourist friendly destination concept. *J. Mgmt. & Sustainability* 69(2).
- Arabska, E., & Terziev, V. (2015). Opportunities of establishment of destination management and marketing organizations in Bulgaria. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 4(2).
- Arbel, A., & Pizam, A. (1977). Some determinants of urban hotel location: The tourists' inclinations. *Journal of Travel Research*, 15(3), 18–22.
- Archer, B. (1995). Importance of tourism for the economy of Bermuda. *Annals of tourism research*, 22(4), 918-930.
- Ariffin, A. A. M., & Maghzi, A. (2012). A preliminary study on customer expectations of hotel hospitality: Influences of personal and hotel factors. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 191-198.
- Asociace hotelů a restaurací České republiky (2020). Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení české republiky 2021–2025 METODIKA. [online]. [cit. 2021-11-02]. Získáno z <https://www.hotelstars.cz/resources/files/1826-metodika-2021-2025-duben-2021.pdf>
- Assaf, A. G., & Barros, C. P. (2013). A global benchmarking of the hotel industry. *Tourism Economics*, 19(4), 811-821.
- Assaf, A., & Knežević Cvelbar, L (2011). Privatization, market competition, international attractiveness, management tenure and hotel performance: Evidence from Slovenia. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 391-397.
- Ayuso, S. (2007). Comparing voluntary policy instruments for sustainable tourism: The experience of the Spanish hotel sector. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 144-159.
- Badariah H. Din, Muzafar S. H., Baharom, A.H., & Saari, M.D. (2016). Are Shadow Economy and Tourism Related? *Procedia Economics and Finance*, 35, 173-178,

- Bader, E., & Lababedi, A. (2007). Hotel management contracts in Europe. *Journal of retail & leisure property*, 6(2), 171-179.
- Bakos, I. (2017). Local food systems supported by communities nationally and internationally. *Deturope*, 9(1), 59-79
- Balaji, M. S., Jiang, Y. Y., & Jha, S. (2019). Green hotel adoption: a personal choice or social pressure? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(8), 3287-3305.
- Balaz, V., & Mitsutake, M. (1998). Japanese tourists in transition countries of Central Europe: present behaviour and future trends. *Tourism Management*, 19(5), 433-443.
- Barbu, C., & Stănilă, A. (2016). Economic impact of accommodation structures on the local territorial system. *Annals of Valahia University of Targoviste, Geographical Series*, 16, 102-107.
- Bastakis C, Buhalis D., & Butler R. (2004). The Perception of Small and Medium Sized Tourism Accommodation Providers on the Impacts of the Tour Operators Power in Eastern Mediterranean. *Tourism Management*, 25(2), 151- 170.
- Beccali, M., La Gennusa, M., Coco, L. L., & Rizzo, G. (2009). An empirical approach for ranking environmental and energy saving measures in the hotel sector. *Renewable Energy*, 34(1), 82-90.
- Becken, S. (2013). Operators' perceptions of energy use and actual saving opportunities for tourism accommodation. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(1-2), 72-91.
- Becken, S., & Simmons, D. (2008). Using the concept of yield to assess the sustainability of different tourist types. *Ecological Economics*, 67(3), 420-429.
- Beerli, A., Meneses, G. D., & Gil, S. M. (2007). Self-congruity and destination choice. *Annals of Tourism Research*, 34(3), 571-587.
- Bégin, S. (2000). The geography of a tourist business: hotel distribution and urban development in Xiamen, China. *Tourism Geographies*, 2(4), 448-471.
- Blackman, A. & Guerrero, S. (2012). What drives voluntary eco-certification in Mexico? *Journal of Comparative Economics*, 40(2), 256-268.
- Blashfield, Roger K (1976) Mixture model tests of cluster analysis: Accuracy of four agglomerative hierarchical methods. *Psychological Bulletin*, 83, 377-388.

- Blešić, I., Tešanović, D., & Psodorov, Đ. (2011). Consumer satisfaction and quality management in the hospitality industry in south-east Europe. *African Journal of Business and Management*, 5(4), 1388-1396.
- Boella, M. J. *Human resource management in the hospitality industry*. Chenttenham: Nelson Thornes, 2003. 349 s.
- Bohata, M., & Mladek, J. (1999). The development of the Czech SME sector. *Journal of Business Venturing*, 14(5-6), 461-473.
- Bohdanowicz, P. (2005). European hoteliers' environmental attitudes: Greening the business. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 46(2), 188-204.
- Bohdanowicz, P. (2006). Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries – survey results. *International Journal of Hospitality Management*, 25(4), 662-682.
- Bohdanowicz, P., & Martinac, I. (2007). Determinants and benchmarking of resource consumption in hotels—Case study of Hilton International and Scandic in Europe. *Energy and Buildings*, 39(1), 82-95.
- Bohdanowicz, P., Zanki-Alujevic, V., & Martinac, I. (2004). Attitudes towards environmental responsibility among Swedish, Polish and Croatian hoteliers. In *BEST Sustainable Tourism Think Tank IV*.
- Bonilla Priego, M. J., Najera, J. J., & Font, X. (2011). Environmental management decision-making in certified hotels. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 361-381.
- Bosnić, I., Tubić, D., & Stanišić, J. (2014). Role of destination management in strengthening the competitiveness of Croatian tourism. *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, 27(1), 153-170.
- Bradić, M., Kosar, L., Djeri, L., Vukosav, S., & Garača, V. (2017). Eco-labelling of accommodation facilities and its perception by rural tourists: case study of Vojvodina. *Economics of Agriculture*, 64(1), 205-219.
- Bramwell, B. (1990). Green tourism in the countryside. *Tourism Management*, 11(4), 358-360.
- Brebbia, C. A., & Pineda, F.D. (2004). *Sustainable Tourism*. Boston: WIT Press.

- Brida, J. G., Disegna, M., & Vachkova, T. (2013). Visitor satisfaction at the museum: Italian versus foreign visitors. *Tourism*, 61(2), 167-186.
- Brochado, A., & Pereira, C. (2017). Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in Glamping. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 77-83.
- Bronner, F., & de Hoog, R. (2012). Economizing strategies during an economic crisis. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1048-1069.
- Bronzan, L., (2003). *Kako obogatiti turistički proizvod privatnog smještaja u Hrvatskoj*, Turizam, 1, Institute for Tourism, Zagreb, 81-90
- Brundtland Commission (1987). Our Common Future. The World Commission on Environment and Development. OSN. . [online]. [cit. 2021-08-20]. Získáno z: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Bruns-Smith, A., Choy, V., Chong, H. & Verma, R. (2015). Environmental sustainability in the hospitality industry: Best practices, guest participation, and customer satisfaction, *Cornell Hospitality Report*, 15(3), 6-16.
- Buckley, R. (1994). A framework for ecotourism. *Annals of tourism research*, 21(3), 661-665.
- Buckley, R. (2011). Tourism and environment. *Annual Review of Environment and Resources*, 36, 397-416.
- Bučeková, I. (2007). Vývoj priestorovej štruktúry siete hotelov na území Bratislavy. *Geografický časopis*, 59(1), 65–81.
- Budeanu, A. (2007). Sustainable tourist behaviour—a discussion of opportunities for change. *International Journal of Consumer Studies*, 31(5), 499-508.
- Buhovac, A. R., & Groff, M. Z. (2012). Contemporary performance measurement systems in Central and Eastern Europe: a synthesis of the empirical literature. *Journal for East European Management Studies*, 68-103.
- Bultena, G. L., & Klessig, L. L. (1969). Satisfaction in camping: A conceptualization and guide to social research. *Journal of Leisure Research*, 1(4), 348-354.
- Bunghez, C. L. (2016). The importance of tourism to a destination's economy. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*, 2016, 1-9.

- Burešová, P., & Janštová, B. (2016). *Analýza kvality služeb ve vybraných gastronomických provozovnách*. Nové trendy v gastronomii, hotelnictví a cestovním ruchu, 8 - 13.
- Buunk, E., & van der Werf, E. (2019). Adopters versus Non-Adopters of the Green Key Ecolabel in the Dutch Accommodation Sector. *Sustainability*, 11(13), 3563
- Caber, M., & Albayrak, T. (2014). Does the importance of hotel attributes differ for senior tourists? A comparison of three markets. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(4), 610-628.
- Camilleri, M. A. (2018). The tourism industry: An overview. *Travel marketing, tourism economics and the airline product*, 3-27.
- Card, J. A., & Vogelsong, M. J. (1981). Ecotourism as a mechanism for economic enhancement in developing countries. *General Technical Report INT.*, 57-60.
- Cardona, J. R., Cunill, O. M., Román, A. P., & Serra-Cantallops, A. (2021). Is there a problem with tourist use housing?. *European Research on Management and Business Economics*, 27(2).
- Casolani, N., & Del Signore, A. (2016). Managers' opinions of factors influencing HACCP applications in Italian hotel/restaurant/café (HoReCa) sector. *British Food Journal*, 118, 1195-1207.
- Cave, J., Thyne, M., & Ryan, C. (2007). Perceptions of backpacker accommodation facilities: A comparative study of Scotland and New Zealand. *Backpacker Tourism*, 215-246.
- Cejpová, I. (2020). Hele, luffáci přijeli... *Soudobé dějiny*, 27(3-4), 722-727.
- CENIA (n.d.). Dobrovolné nástroje ochrany životního prostředí. *Ekoznačka.cz*. . [online]. [cit. 2021-09-15]. Získáno z: <https://ekoznačka.cz/>
- Cerović, Z., Smolic Jurdana, D. & Milohnic, I. (2009). Restructuring and repositioning of private accommodation in Primorsko-goranska county: Problems and solutions. *Tourism and Hospitality Management*, 16 (1), 85-99
- Ciriković, E. (2014). Marketing mix in tourism. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(2), 111-111.
- Clark, R. N., Hendee, J. C., & Campbell, F. L. (2009). Values, behavior, and conflict in modern camping culture. *Journal of Leisure Research*, 41(3), 377-393.

- Cohen, E. (1987). "Alternative tourism"—A critique. *Tourism Recreation Research*, 12(2), 13-18.
- Cole, D. N., Foti, P., & Brown, M. (2008). Twenty years of change on campsites in the backcountry of Grand Canyon National Park. *Environmental Management*, 41(6), 959-970.
- Collin P.H. (1994). *Dictionary of Hotels, Tourism and Catering Management*. Teddington, Peter Collin
- Cooley, R. R. (2005). The effectiveness of signage in the reduction of litter in backcountry and frontcountry campsites. University of Manitoba, 123 p.
- Coppes, J., & Braunisch, V. (2013). Managing visitors in nature areas: where do they leave the trails? A spatial model. *Wildlife Biology*, 19(1), 1-11.
- CzechInvest (2021). Definice malého a středního podnikatele. [online]. [cit. 2021-10-01]. Získáno z. <https://www.czechinvest.org/cz/Sluzby-pro-male-a-stredni-podnikatele/Chcete-dotace/OPPI/Radce/Definice-maleho-a-stredniho-podnikatele>
- ČSÚ (2021). Hromadná ubytovací zařízení. . [online]. [cit. 2021-10-10]. Získáno z: <https://www.czso.cz/documents/11260/25798621/Lexikon14k09.pdf/f9a67f63-2545-49bf-b731-52be08416e4b?version=1.1>
- Dalton, G. J., Lockington, D. A., & Baldock, T. E. (2008). Feasibility analysis of stand-alone renewable energy supply options for a large hotel. *Renewable Energy*, 33(7), 1475-1490.
- Dalton, G. J., Lockington, D. A., & Baldock, T. E. (2009). Case study feasibility analysis of renewable energy supply options for small to medium-sized tourist accommodations. *Renewable Energy*, 34(4), 1134-1144.
- Danilova, O., Zablotska, N., & Pashaniuk, I. (2017). Eco-marketing tendencies of hotel industry development—component of the European integration process in Ukraine. *The USV Annals of Economics and Public Administration*, 17(1), 72-78.
- Danz, W. (1985). Sanfter Tourismus: Eine Chance für ökologisch empfindliche Erholungsgebiete mit Beispielen aus Deutschland. *Jahrbuch, des Verein zum Schutz der Bergwelt e.V. Munich*, 50, 95-105. [online]. [cit. 2021-10-08]. Získáno z https://www.zobodat.at/pdf/Jb-Verein-Schutz-Bergwelt_50_1985_0095-0105.pdf.

- De Grosbois, D. (2012). Corporate social responsibility reporting by the global hotel industry: Commitment, initiatives and performance. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 896-905.
- Del Moretto, D., Colla, V. & Branca, T. A. (2017). Sustainable mobility for campsites: The case of Macchia Lucchese. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 68, 1063-1075.
- Della Volpi, Y., & Paulino, S. R. (2018). The sustainability of services: Considerations on the materiality of accommodation services from the concept of life cycle thinking. *Journal of Cleaner Production*, 192, 327-334.
- Delmas, M., & Toffel, M. W. (2004). Stakeholders and environmental management practices: an institutional framework. *Business strategy and the Environment*, 13(4), 209-222.
- Dernoi, L. A. (1981). Alternative tourism. *International Journal of Tourism Management*, 2(4), 253–264.
- Derom, I., & Ramshaw, G. (2016). Leveraging sport heritage to promote tourism destinations: The case of the Tour of Flanders Cyclo event. *Journal of Sport & Tourism*, 20(3-4), 263-283.
- Didier, D. (1983). A new destination: green tourism. *Economie et Finances Agricoles*, (June-July), 22-27.
- Dief, M. E., & Font, X. (2010). The determinants of hotels' marketing managers' green marketing behaviour. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 157-174.
- Dimara, E., Manganari, E., & Skuras, D. (2017). Don't change my towels please: Factors influencing participation in towel reuse programs. *Tourism Management*, 59, 425-437.
- Dincer, F. I., Akova, O., Ertugral, S. M., & Cifci, M. A. (2017). Green Innovation Practices in Hotel Enterprises. *Social Sciences*, 1, 58-73.
- Dion, P., Javalgi, R., & Dilorenzo-Aiss, J. (1998). An empirical assessment of the Zeithaml, Berry and Parasuraman service expectations model. *Service Industries Journal*, 18(4), 66-86.
- Dolnicar, S. (2006). Nature-conserving tourists: The need for a broader perspective. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 17(2), 235–255.

- Dragan, A. A., Toader, V., & Petrescu, D. C. (2014). Development Potential of Ecotourism in Romania and Europe: Links Between a Macroeconomic Perspective and Consumer Profile. In *Proceedings of the International Conference Entrepreneurship in the Hospitality Industry*, 135-145.
- Dubois, G., & Ceron, J. P. (2006). Tourism and climate change: Proposals for a research agenda. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(4), 399-415.
- Eells, E. (1986). *History of Organized Camping: The First 100 Years*. American Camping Association, Bradford Woods,
- Ekinil, G., Provotorina, V., Petrenko, A., & Gorgadze, L. (2020). Innovative aspects of ensuring the environmental safety of hotel enterprises in the Rostov region. In *E3S Web of Conferences*, 217, s.
- Elmont, S. (1995). Tourism and food service: Two sides of the same coin. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(1), 57-63.
- Emerick, R.E., & Emerick, C. (1994). Profiling American Bed and Breakfast Accommodations, *Journal of Travel Research*, 32, 20-25.
- Epler Wood, M. (2002) *Ecotourism: Principles, practices and policies for sustainability*. Nairobi: UNEP.
- Erdly, M., Townes, L. (2010). Experience rules: a scenario for the hospitality and leisure industry circa envisions transformation. *Strategy a Leadership*, 31(3), 12 – 18.
- Erdoğan, N. (2009). Testing the new ecological paradigm scale: Turkish case. *African Journal of Agricultural Research*, 4(10), 1023-1031.
- Erdogan, N., & Baris, E. (2007). Environmental protection programs and conservation practices of hotels in Ankara, Turkey. *Tourism Management*, 28(2), 604-614.
- Estol, J., & Font, X. (2016). European tourism policy: Its evolution and structure. *Tourism Management*, 52, 230-241.
- European Commission (2018). The Eco-Innovation Scoreboard and the Eco-Innovation Index. Získáno z: https://ec.europa.eu/environment/ecoap/indicators/index_en
- Evans, N. J., & Ilbery, B. W. (1992). Farm-based accommodation and the restructuring of agriculture: evidence from three English counties. *Journal of Rural Studies*, 8(1), 85-96.

- Falk, M., & Hagsten, E. (2019). Ways of the green tourist in Europe. *Journal of Cleaner Production*, 225, 1033-1043.
- Faulk, E. S. (2000). A survey of environmental management by hotels and related tourism businesses. *OIKOS PhD Summer Academy*, 1-22.
- Feagan, R. (2007). The place of food: mapping out the 'local' in local food systems. *Progress in human geography*, 31(1), 23-42.
- Fernandes, S., Ferreira, D., Alves, T., & de Sousa, B. M. B. (2021). *Glamping and the Development of Sustainable Tourism: A Portuguese Case Study*. In Handbook of Sustainable Development and Leisure Services (201-222).
- Feser, E.J., & Bergman, E.M. (2000). National industry cluster templates: A framework for applied regional cluster analysis. *Regional Studies* 34(1), 1-19.
- Fialová, D. (2012). *Druhé bydlení v zázemí Prahy*. In Ouředníček, M., Temelová, J., Sociální proměny pražských čtvrtí. Praha, Academia, 229-249.
- Fialová, D., & Vágner, J. (2005). Druhé bydlení v periferních oblastech. *Problémy periferních oblastí*. Praha, KSGRR PŘF UK, 74-80.
- Floričić, T., & Pavia, N. (2018). Integrated Hotel or Private accommodation?-Tourists' responses to innovative Hospitality. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 6(3), 271-285.
- Font, X. (2002). Environmental certification in tourism and hospitality: progress, process and prospects. *Tourism management*, 23(3), 197-205.
- Font, X., & Tribe, J. (2001). Promoting green tourism: The future of environmental awards. *International Journal of Tourism Research*, 3(1), 9-21.
- Forsyth, T. (1995). Business attitudes to sustainable tourism: Self-regulation in the UK outgoing tourism industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(4), 210-231.
- Fox, J., Weisberg, S., Price, B., Friendly, M., Hong, J., Andersen, R., Firth, D., & Taylor, S. (2020). *Package 'effects'*. [online]. [cit. 2021-09-03]. Získáno z: <https://cran.r-project.org/web/packages/effects/effects.pdf>
- Fox, J. (2000). Approaching managerial ethical standards in Croatia's hotel industry. *International journal of contemporary hospitality management*, 12(1), 70-74.

- Furqan, A., Som, A. P. M., & Hussin, R. (2010). Promoting green tourism for future sustainability. *Theoretical and empirical researches in urban management*, 58(17), 64-74.
- Gačnik, A. (2012). Gastronomy heritage as a source of development for gastronomy tourism and as a means of increasing Slovenia's tourism visibility. *Academia Turistica*, 5(2), 39-60.
- Gallent, N., & Tewdwr-Jones, M. (2020). *Rural second homes in Europe: examining housing supply and planning control*. Routledge.
- Gao, Y. X., Mattila, A. S., & Lee, S. (2016). A meta-analysis of behavioral intentions for environment-friendly initiatives in hospitality research [Article]. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 107-115.
- García-Pozo, A., Sánchez-Ollero, J. L., & Ons-Cappa, M. (2016). ECO-innovation and economic crisis: a comparative analysis of environmental good practices and labour productivity in the Spanish hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 138, 131-138.
- Gardavsky, V. (1983). K problematice geografie druhého bydlení. *Prace i Studia Geograficzne*, 4.
- Geerts, W. (2014). Environmental certification schemes: Hotel managers' views and perceptions. *International Journal of Hospitality Management*, 39, 87-96.
- Getz, D., & Carlsen, J. (2000). Characteristics and goals of family and owner-operated business in the rural tourism and hospitality sectors. *Tourism Management*, 21, 547-560
- Gibb, A. A. (1993). Small business development in Central and Eastern Europe—Opportunity for a rethink?. *Journal of Business Venturing*, 8(6), 461-486.
- Gibson, A., Dodds, R., Joppe, M., & Jamieson, B. (2003). Ecotourism in the city? Toronto's green tourism association. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(6), 324-327.
- Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York: Wiley, 624 s.
- Good, P. (2013). *Permutation tests: a practical guide to resampling methods for testing hypotheses*. Springer Science & Business Media.
- Goodwin, H., & Francis, J. (2003). Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 271-284.

- Gössling, S. & Lane, B. (2015). Rural tourism and the development of Internet-based accommodation booking platforms: a study in the advantages, dangers and implications of innovation. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1386-1403.
- Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global environmental change*, 12(4), 283-302.
- Gössling, S. (2015). New performance indicators for water management in tourism. *Tourism Management*, 46, 233-244.
- Gössling, S., Hall, C. M., & Weaver, D. B. (2009). Sustainable tourism futures perspectives on systems, restructuring, and innovations. Routledge.
- Graci, S. (2009). Examining the factors that impede sustainability in China's tourism accommodation industry: A case study of Sanya, Hainan, China. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(1), 38-55.
- Graci, S., & Dodds, R. (2008). Why go green? The business case for environmental commitment in the Canadian hotel industry. *Anatolia*, 19(2), 251-270.
- Granberg, M., & Elander, I. (2007). Local governance and climate change: reflections on the Swedish experience. *Local environment*, 12(5), 537-548.
- Greenberg, D., & Rogerson, J. M. (2015). The serviced apartment industry of South Africa: A new phenomenon in urban tourism. *Urban Forum*, 26(4), 467-482.
- Grönroos, C. (1994). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18, 36-44.
- Gryshchenko, O., Kostornova, S., & Mykolaienko, M. (2019). Analysis of the Current State and Trends of the Tourist Services Market in Ukraine. *International Marketing and Management of Innovations*, 4, 12-22.
- Gu, N. (2020). Korean apartment complexes and social relationships of the residents. *Housing Studies*, 35(8), 1362-1389.
- Gúčik, M., & Patuš, P. (2005). Management ubytovacej prevádzky hotela. Banská Bystrica: Slovensko-švajčiarské združenie pre rozvoj cestovného ruchu, 125 s.
- Güleç, S. (1994). Green tourism: A case study. *Annals of Tourism Research*, 21(2), 413-415.
- Guo, X., & He, L. (2012). Tourism supply-chain coordination: The cooperation between tourism hotel and tour operator. *Tourism Economics*, 18(6), 1361-1376.

- Gustavo N. (2013). Marketing Management Trends in Tourism and Hospitality Industry: Facing the 21st Century Environment International. *Journal of Marketing Studies*, 5(3), 13-25.
- Guttentag, D. (2015). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.
- Hall, C. M., & Müller, D. K. (Eds.). (2004). *Tourism, mobility, and second homes: Between elite landscape and common ground*. Channel View Publications.
- Hall, C. M., Dayal, N., Majstorovic, D., Mills, H., Paul-Andrews, L., Wallace, C., & Truong, V. D. (2016). Accommodation consumers and providers' attitudes, behaviours and practices for sustainability: A systematic review. *Sustainability*, 8(7), Article 625.
- Hall, D. (2000) Sustainable Tourism Development and Transformation in Central and Eastern Europe. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(6), 441-457.
- Hall, D. R. (1998). Tourism development and sustainability issues in Central and South-eastern Europe. *Tourism Management*, 19(5), 423-431.
- Hall, D., & Kinnaird, V. (1994). Ecotourism in Eastern Europe. In Cater, E., Lowman, G. et al. *Ecotourism: a sustainable option?* 111-136.
- Haller, A. P. (2016). Tourism industry development in the emerging economies of Central and Eastern Europe (Hungary, Bulgaria, Romania). *Sea-Practical Application of Science*, 4(11), 181-187.
- Han, H., & Hyun, S. S. (2018a). College youth travelers' eco-purchase behavior and recycling activity while traveling: an examination of gender difference. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(6), 740-754.
- Han, H., & Hyun, S. S. (2018b). Eliciting customer green decisions related to water saving at hotels: impact of customer characteristics. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(8), 1437-1452.
- Han, H., & Hyun, S. S. (2018c). What influences water conservation and towel reuse practices of hotel guests? *Tourism Management*, 64, 87-97.
- Han, H., & Yoon, H. J. (2015). Hotel customers' environmentally responsible behavioral intention: Impact of key constructs on decision in green consumerism. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 22-33.

- Han, H., Hsu, L. T., & Lee, J. S. (2009). Empirical investigation of the roles of attitudes toward green behaviors, overall image, gender, and age in hotel customers' eco-friendly decision-making process. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 519-528.
- Han, H., Hsu, L. T., & Sheu, C. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31(3), 325-334.
- Han, H., Hsu, L.-T. J., Lee, J.-S., & Sheu, C. (2011). Are lodging customers ready to go green? An examination of attitudes, demographics, and eco-friendly intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 345-355.
- Han, H., Yu, J., & Kim, W. (2019). Investigating airline customers' decision-making process for emerging environmentally-responsible electric airplanes: Influence of gender and age. *Tourism Management Perspectives*, 31, 85-94.
- Head, K., Ries, J., Swenson, D. (1995). Agglomeration benefits and location choice: Evidence from Japanese manufacturing investments in the United States. *Journal of International Economics*, 38(3-4), 223-247.
- Hebák, P., Hustopecký, J. & Malá, I. (2007). *Vícerozměrné statistické metody 2. doplň. vyd.* Praha: Informatorium.
- Heung, V. C., & Lam, T. (2003). Customer complaint behaviour towards hotel restaurant services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Hillary, R. (2004). Environmental management systems and the smaller enterprise. *Journal of Cleaner Production*, 12(6), 561-569.
- Hinrichs, C. C. (2003). The practice and politics of food system localization. *Journal of rural studies*, 19(1), 33-45.
- Hobson J.S.P. (1994). Feng Shui: Its Impacts on the Asian Hospitality Industry, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 6(6), 21-26.
- Holešinská, A. (2012). *Destinační management jako nástroj podpory regionálního rozvoje*. Vysoká škola ekonomická v Praze 6(1), 2-13.
- Hothorn, T., Hornik, K., Strobl, C., & Zeileis, A. (2019). *Package 'party'*. [online]. [cit. 2020-05-10]. Získáno z: <https://cran.r-project.org/web/packages/party/party.pdf>

- Hsieh, Y. C. (2012). Hotel companies environmental policies and practices: A content analysis of their web pages. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(1), 97-121.
- Hu, W., Batte, M. T., Woods, T., & Ernst, S. (2012). Consumer preferences for local production and other value-added label claims for a processed food product. *European Review of Agricultural Economics*, 39(3), 489-510.
- Hurikán, B. (1990). *Dějiny trampingu*. 2. upravené vyd. Praha: Novinář, 253 s.
- Chaisty, P., & Whitefield, S. (2015). Attitudes towards the environment: are post-Communist societies (still) different? *Environmental Politics*, 24(4), 598-616.
- Chala, K., & Kinder, V. (2013). *The Development of Hotel Business in Ukraine*. Summary of a doctoral dissertation. Získáno z: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11080/1/hotelbusiness.pdf>
- Chalupa, P., & Janoušková, E. (2014). Ekonomický vývoj, specifika cestovního ruchu v české republice/economic development, specifics of tourism in the Czech Republic. *Folia Geographica*, 56(1), 5.
- Chalupová, M., Prokop, M., & Rojík, S. (2013). Znalost regionálních značek potravin v Kraji Vysočina. Business trends: vědecký časopis Fakulty ekonomické ZČU v Plzni. 3, s. 72-82.
- Chan, E. S. (2008). Barriers to EMS in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), 187-196.
- Chan, E. S. (2011). Implementing environmental management systems in small-and medium-sized hotels: Obstacles. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 35(1), 3-23.
- Chan, E. S., & Wong, S. C. (2006). Motivations for ISO 14001 in the hotel industry. *Tourism Management*, 27(3), 481-492.
- Chan, E. S., Hon, A. H., Okumus, F., & Chan, W. (2017). An empirical study of environmental practices and employee ecological behavior in the hotel industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(5), 585-608.
- Chan, W. W., & Ho, K. (2006). Hotels' environmental management systems (ISO 14001): creative financing strategy. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(4), 302-316.

- Chen, C. F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. *Tourism management*, 28(4), 1115-1122.
- Chen, M. F., & Tung, P. J. (2014). Developing an extended Theory of Planned Behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 221-230.
- Chin, C. H., Law, F. Y., Lo, M. C., & Ramayah, T. (2018). The impact of accessibility quality and accommodation quality on tourists' satisfaction and revisit intention to rural tourism destination in sarawak: the moderating role of local communities' attitude. *Global Business and Management Research*, 10(2), 115-127.
- Choi, G., Parsa, H. G., Sigala, M. & Putrevu, S. (2009). Consumers' environmental concerns and behaviors in the lodging industry: A comparison between Greece and the United States. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 10(2), 93-112.
- Chromá, M. (2013). *Legal translation and the dictionary*. Max Niemeyer Verlag.
- Chung, W., & Kalnins, A. (2001). Agglomeration effects and performance: A test of the Texas lodging industry. *Strategic Management Journal*, 22(10), 962–988.
- Inman, R.P. (1985). *Managing the service economy: Prospects and Problems*. Cambridge University Press, 337 s.
- Ionel, M. (2021). Accommodation Service and its Importance in the Hospitality Sector. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, 21(1), 319-323.
- Iraldo, F., & Barberio, M. (2017). Drivers, barriers and benefits of the EU Ecolabel in European companies' perception. *Sustainability*, 9(5), 751.
- Ivanov, S. (2006). Management of overbookings in the hotel industry-basic concepts and practical challenges. *Tourism Today*, 6, 19-32
- Ivanov, S. (2014). *Hotel revenue management: From theory to practice*. Zangador.
- Ivanov, S., Ivanova, M., & Iankova, K. (2014). Sustainable tourism practices of accommodation establishments in Bulgaria: an exploratory study.
- Ivanova, M., & Ivanov, S. (2014). Hotel chains' entry mode in Bulgaria. *Anatolia*, 25(1), 131-135.

- Iwanowski, K., & Rushmore, C. (1994). Introducing the Eco-Friendly Hotel: There are lots of reasons to pay attention to eco-tourism and, let's face it, the main ones have to do with money. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 35(1), 34-38.
- Janickova, J., & Pitekova, J. (2017). Tthe Current Challenges for small Businesses in Tourism International Scientific Conference on Hospitality, Torism and Education, 62-70
- Janiskee, R. L. (1990). Resort camping in America. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 385-407.
- Javor, A. & Kalčić, I. (2001). Private accommodation in tourism statistics in the Republic of Croatia. *Tourism statistics: international perspectives and current issues*, 92-104.
- JCCR (2021). Mapa Jihočeského kraje. [online]. [cit. 2021-09-04]. Získáno z <https://www.jccr.cz/jizni-cechy>
- Jenkins, J. M., & Mkono, M. (2015). Sustainable tourism legislation and regulation. In *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability* (252-263).
- Jeřábek, T., & Šefčík, V. (2017). Mikroekonomické determinanty poptávky cestovního ruchu jako základ pro strategické plánování. *Nové trendy v gastronomii, hotelnictví a cestovním ruchu*, (71).
- Jin, L., He, Y., & Song, H. (2012). Service customization: To upgrade or to downgrade? An investigation of how option framing affects tourists' choice of package-tour services. *Tourism Management*, 33(2), 266-275.
- Johansson, B., & Quigley, J. M. (2004). Agglomeration and networks in spatial economies. *Papers in Regional Science*, 83.
- Johnson, M. (1997). Hungary's hotel industry in transition, 1960–1996. *Tourism Management*, 18(7), 441-452.
- Johnson, R. A., & Wichern, D. W. (2007). Applied multivariate statistical analysis. Sixth edition, Pearson education, New Jersey.
- Jones, A. (1987). Green tourism. *Tourism management*, 8(4), 354-356.
- Jones, C. (2010). Exploring new ways of assessing the effect of regulation on environmental management. *Journal of Cleaner Production*, 18(13), 1229-1250.
- Jordan, A. (2012). Environmental policy in the European Union: actors, institutions, and processes. Earthscan.

- Josiassen, A., Assaf, A. G., & Knežević Cvelbar, L. (2014). CRM and the bottom line: Do all CRM dimensions affect firm performance? *International Journal of Hospitality Management*, 36, 130-136.
- Kalnins, A., & Chung, W. (2004). Resource-seeking agglomeration: A study of market entry in the lodging industry. *Strategic Management Journal*, 25(7), 689–699.
- Kang, K. H., Stein, L., Heo, C. Y., & Lee, S. (2012). Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 564-572.
- Karagiorgas, M., Tsoutsos, T., Drosou, V. Pouffary, S., Pagano, T., Lara, G., & Mendes, J. (2006), HOTRES: Renewable energies in the hotels. An extensive technical tool for the hotel industry. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*. 10(3), 198-224.
- Karamanis, K., & Triarchi, E. (2017). Public utilities privatizations in open economy: A literature review.
- Karášková, T. (2013). Regionální gastronomie jako nástroj cestovního ruchu. *Acta academica karviniensia*, 13(2), 24-32.
- Kariel, H. G. (1989). Tourism and development: perplexity or panacea? *Journal of Travel Research*, 28(1), 2-6.
- Karlsson, L., & Dolnicar, S. (2016). Does eco certification sell tourism services? Evidence from a quasi-experimental observation study in Iceland. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(5), 694-714.
- Kasim, A. (2007). Towards a wider adoption of environmental responsibility in the hotel sector. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 8(2), 25-49.
- Kasim, A., Gursoy, D., Okumus, F., & Wong, A. (2014). The importance of water management in hotels: a framework for sustainability through innovation. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(7), 1090-1107.
- Kaya, O. (2018). Exploring the satisfaction and dissatisfaction factors derived from food and beverage services of thermal hotels. *Deturope-the Central European Journal of Regional Development and Tourism*, 10(3), 143-161.
- Kearns, R., Collins, D., & Bates, L. (2017). “It’s freedom!”: examining the motivations and experiences of coastal freedom campers in New Zealand. *Leisure Studies*, 36(3), 395-408.

- Kejzlarová, S. (2006). Objekty individuální rekreace v urbánní a rurální krajině In. URBAN, I. *Venkovská krajina*, ZO ČSOP Veronica
- Kijek, T. (2015). Modelling of eco-innovation diffusion: The EU eco-label. *Comparative Economic Research*, 18(1), 65-79.
- Kim, A. K. (2012). Determinants of tourist behaviour in coastal environmental protection. *Tourism Geographies*, 14(1), 26-49.
- Kim, M. J., Lee, C. K., Kim, W. G., & Kim, J. M. (2013). Relationships between lifestyle of health and sustainability and healthy food choices for seniors. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(4), 558-576.
- Kim, S. H., Lee, K., & Fairhurst, A. (2017). The review of "green" research in hospitality, 2000-2014 Current trends and future research directions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 226-247.
- Kim, Y., & Han, H. (2010). Intention to pay conventional-hotel prices at a green hotel - a modification of the theory of planned behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(8), 997-1014.
- Kirk, D. (1995). Environmental management in hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7(6), 3-8.
- Kirk, D. (1998). Attitudes to environmental management held by a group of hotel managers in Edinburgh. *International Journal of Hospitality Management*, 17(1), 33-47.
- Klimova, T. B., Vishnevskaya, E. V., Bogomazova, I. V., & Stenyushkina, S. G. (2015). Characteristics of hotel premises in Belgorod city. Научный результат. Сер. Технологии бизнеса и сервиса. 1(1), 26-32.
- Klug, K., & Niemand, T. (2021). The lifestyle of sustainability: Testing a behavioral measure of precycling. *Journal of Cleaner Production*, 297.
- Knežević Cvelbar, L., & Dwyer, L. (2013). An importance–performance analysis of sustainability factors for long-term strategy planning in Slovenian hotels. *Journal of sustainable tourism*, 21(3), 487-504.
- Koens, K., & Thomas, R (2015). Is small beautiful? Understanding the ontribution of small businesses in township tourism to economic development. *Development Southern Africa* 32(3), 20-332

- Komppula, R. (2013). Success and growth in rural tourism micro-businesses in Finland: financial or life-style objectives?. In *Small firms in tourism*, 125-148.
- Konecnik, M. (2002). The image as a possible source of competitive advantage of the destination—The case of Slovenia. *Tourism Review*, 57(1/2), 6-12.
- Koráb, M., Peterka, J., Řezňáková, M. (2007). Podnikatelský plán. Brno: *Computer Press*.
- Kosmaczewska, J. (2008). The relationship between development of agritourism in Poland and local community potential. *Studies in Physical Culture & Tourism*, 15(2).
- Kostakis, I., & Sardianou, E. (2012). Which factors affect the willingness of tourists to pay for renewable energy? [Article]. *Renewable Energy*, 38(1), 169-172.
- Krejčová, V. (2021). Veronika & Butchi: Zkoukněte teambuildingové trendy a pojd'te zahradničit. [online]. [cit. 2021-10-13]. Získáno z <https://magazin.lmc.eu/veronika-and-butchi-zkouknete-teambuildin-gove-trendy-a-pojdte-zahradnicit>
- Kreuzigerová, P. (2009). Profitable 'silver' generation. *Ekonom*, 22, 48-51.
- Křížek, F. & Neufus, J. (2011). *Moderní hotelový management*. Praha: Grada
- Kučerová, J. (2012). Environmental management and accommodation facilities in Slovakia. In Leslie, D. (Ed.). *Tourism enterprises and the sustainability agenda across Europe*. Farnham UK: Ashgate Publishing, 121-128.
- Kumar, S. (2005). Resource use and waste management in Vietnam hotel industry. *Journal of cleaner production*, 13(2), 109-116.
- Kumar, S., & Prevost, J. K. (2011). An ounce of prevention: Revenue and cost economics of partnering with health and wellness services. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 10(5), 401-423
- Kummitha, H. R. (2020). Eco-entrepreneurs organizational attitude towards sustainable community ecotourism development. *Deturope-the Central European Journal of Regional Development and Tourism*, 12(1), 85-101.
- Kupatadze, I. (2014). Ethics vs. aesthetics in sustainable architecture. *WIT Transactions on The Built Environment*, 142, 553-562.
- Kysilková, B., & Pavlíčková, H. (2006). Metodické přístupy k analýze udržitelného regionálního rozvoje se zaměřením na agroturistiku. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 54(3), 159-166.

- Lach, J., Perramon, J., del Mar Alonso-Almeida, M., & Bagur-Femenías, L. (2013). Joint impact of quality and environmental practices on firm performance in small service businesses: An empirical study of restaurants. *Journal of Cleaner Production*, *44*, 96-104.
- Larder, N., Lyons, K., & Woolcock, G. (2014). Enacting food sovereignty: values and meanings in the act of domestic food production in urban Australia. *Local Environment*, *19*(1), 56-76.
- Lashley, C. (2016). Business ethics and sustainability. *Research in Hospitality Management*, *6*(1), 1-7.
- Le, Y., Hollenhorst, S., Harris, C., McLaughlin, W., & Shook, S. (2006). Environmental management: A study of Vietnamese hotels. *Annals of Tourism Research*, *33*(2), 545-567.
- Lea, J. P. (1993). Tourism development ethics in the Third World. *Annals of Tourism Research*, *20*(4), 701-715.
- Lee, J. S., Hsu, L. T., Han, H., & Kim, Y. (2010). Understanding how consumers view green hotels: how a hotel's green image can influence behavioural intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, *18*(7), 901-914.
- Lee, M., Han, H., & Willson, G. (2011). The role of expected outcomes in the formation of behavioral intentions in the green-hotel industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *28*(8), 840-855.
- Lee, W. H., & Cheng, C. C. (2018). Less is more: A new insight for measuring service quality of green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, *68*, 32-40.
- Leonidou, L. C., Coudounaris, D. N., Kvasova, O., & Christodoulides, P. (2015). Drivers and Outcomes of Green Tourist Attitudes and Behavior: Sociodemographic Moderating Effects. *Psychology & Marketing*, *32*(6), 635-650.
- Lepš, J., & Šmilauer, P. (2003). *Multivariate analysis of ecological data using CANOCO*. Cambridge university press.
- Leslie, D. (2012). The responsible tourism debate. In Leslie, D. (Ed.), *Responsible tourism: Concepts, theory and practice*. Wallingford: CABI. s. 17-42.
- Levy, S. E., & Park, S. Y. (2011). An analysis of CSR activities in the lodging industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *18*(1), 147-154.

- Liang, Z. (2008). Campsites and Camping Tourism Product Development [J]. *Journal of the Graduates Sun Yat-Sen University (Natural Sciences, Medicine)*, 2.
- Liberato, P., Coelho, J., & Liberato, D. (2020). *Price Versus Service Assessment in Glamping*. In *Cultural and Tourism Innovation in the Digital Era* (s. 629-638). Springer, Cham.
- Librová, H. (1975). *Dva typy druhého bydlení v ČSR*. Sborník prací Filozofické fakulty brněnské univerzity 24 (G19), 53-64
- Lindnerová, I. & Hrdinová, A. (2018). Rodinný cestovní ruch–případová studie města Telč. *Studia turistica*, 18, (41 – 54).
- Lipsey, G. & Nakamura, A. (2006). *Services industrie and the knowledge-based economy*. Canada: Canada Industry.
- Liu, D. Q., Upchurch, R. S., Curtis, C., & Lusby, C. (2016). Chinese domestic tourist perceptions of wind farms experiences. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(11), 1569-1583.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.
- Lobry, J. (1985). Green tourism-a tourism of freedom: contribution on behalf of TER (tourism in rural areas).
- Lóke, Z., Kovács, E., Bacsí, Z. (2018). Assessment Of Service Quality And Consumer Satisfaction In A Hungarian Spa. *Deturope*, 10(2).
- Lorde, T., Francis, B., & Drakes, L. (2011). Tourism services exports and economic growth in Barbados. *The International Trade Journal*, 25(2), 205-232.
- Loureiro, C. & Kastenholtz, S. M. (2011). Corporate reputation, satisfaction, delight, and loyalty towards rural lodging units. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 575–583.
- Lucas, R., Marinova, M., Kucerova, J., & Vetrokova, M. (2004). HRM practice in emerging economies: a long way to go in the Slovak hotel industry?. *The international journal of human resource management*, 15(7), 1262-1279.
- Madin, E. M. P., & Fenton, D. M. (2004). Environmental interpretation in the Great Barrier Reef Marine Park: An assessment of programme effectiveness. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(2), 121-137.

- Magombo, A., Rogerson, C. M., & Rogerson, J. M. (2017). Accommodation services for competitive tourism in sub-Saharan Africa: Historical evidence from Malawi. *Bulletin of Geography. Socio-economic series*, 38(38), 73-92.
- Mallikage, S. T., Perera, P., Newsome, D., Bandara, R., & Simpson, G. (2021). Effects of recreational camping on the environmental values of national parks in Sri Lanka. *Tropical Life Sciences Research*, 32(3), 119-145.
- Manaktola, K., & Jauhari, v. (2007). Exploring consumer attitude and behaviour towards green practices in the lodging industry in India. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5), 364-377.
- Manganari, E. E., Dimara, E., & Theotokis, A. (2016). Greening the lodging industry: Current status, trends and perspectives for green value. *Current Issues in Tourism*, 19(3), 223-242.
- March, J. G., Gual, M., & Orozco, F. (2004). Experiences on greywater re-use for toilet flushing in a hotel (Mallorca Island, Spain). *Desalination*, 64(3), 241-247.
- Marianovská, V., Němec, M., (2018). Fenomén Airbnb a jeho dopady v kontextu hl. m. Prahy. Praha: Institut plánování a rozvoje hlavního města Prahy. [online]. [cit. 2021-10-12.]. Získáno z: http://www.iprpraha.cz/uploads/assets/dokumenty/ssp/analyzy/bydleni_realitni_trh/fenomen_airbnb_a_jeho_dopady_v_kontextu_hl.m.prahy.pdf .
- Mariot, P. (1983). Geografia cestovného ruchu. Bratislava: Akadémia, 252 s.
- Martin, W. H., & Mason, S. (1987). Social trends and tourism futures. *Tourism Management*, 8(2), 112-114.
- Massoud, M. A., Fayad, R., El-Fadel, M., & Kamleh, R. (2010). Drivers, barriers and incentives to implementing environmental management systems in the food industry: A case of Lebanon. *Journal of Cleaner Production*, 18(3), 200-209.
- Mazaraki, A., & Voronova, E. (1993). Prospects for tourism in Ukraine. *Tourism Management*, 14(4), 316-317.
- Mazúchová, Ľ., & Gálová, N. (2018). Ponuka služieb pre rodiny s deťmi vo vybraných hoteloch na slovensku. *Studia Turistica*, 18, 54-66.

- Mazzi, A., Toniolo, S., Mason, M., Aguiari, F., & Scipioni, A. (2016). What are the benefits and difficulties in adopting an environmental management system? The opinion of Italian organizations. *Journal of Cleaner Production*, 139, 873-885.
- McIntosh, A. J., Linch, P. & Sweeney, M. (2011). „My Home Is My Castle“: Defiance of the Commercial Homestay Host in Tourism, *Journal of Travel Research*, 50(5), 509-519.
- McLennan, J. F. (2004). The philosophy of sustainable design: The future of architecture. Ecotone Publishing.
- Meloun, M. & Militký, J. (2012). *Interaktivní statistická analýza dat*. Karolinum, 960 s.
- Meloun, M., Militký, J. & Hill, M. (2005). Počítačová analýza vícerozměrných dat v příkladech. Academia, Praha.
- Mensah, I. (2006). Environmental management practices among hotels in the greater Accra region. *International Journal of Hospitality Management*, 25(3), 414-431.
- Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A., & Ali, F. (2019). Why should hotels go green? Insights from guests experience in green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 169-179.
- Mester, I., Badulescu, D., Badulescu, A., Bac, D. P., Simut, R., & Sehleanu, M. (2016). Attitudes and practices concerning sustainability. A research case on romanian tourism ventures. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 17(2), 687-695.
- Metelková, P. (2005). Destinační management v České republice. Masarykova univerzita v Brně. [online]. [cit. 2021-10-15]. Získáno z https://is.muni.cz/do/1456/soubory/katedry/kres/3910085/MSMT_MCR.pdf
- Meyer, D. (2006). Caribbean tourism, local sourcing and enterprise development: Review of the literature.
- Mezei, K. A. (2009). Tourist destination management. *Revista de turism-studii si cercetari in turism*, (8), 52-58.
- Mihalič, T., Žabkar, V., & Knežević Cvelbar, L. (2012). A hotel sustainability business model: evidence from Slovenia. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(5), 701-719.
- Michopoulos, A., Ziogou, I., Kerimis, M., & Zachariadis, T. (2017). A study on hot-water production of hotels in Cyprus: Energy and environmental considerations [Article]. *Energy and Buildings*, 150, 1-12.

- Millar, M., & Baloglu, S. (2011). Hotel guests' preferences for green guest room attributes. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(3), 302-311.
- Miškolci, S. (2005). Hodnocení přímého ekonomického vlivu vybraných forem venkovské turistiky. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 53(6), 101-108.
- Mišutová, P. (2014). *Profil tržního segmentu ubytovacích a stravovacích zařízení-rodiny s dětmi* (Doctoral dissertation, Vysoká škola hotelová v Praze).
- Mody, M., Courtney, S. & Xinran, L. (2017). The Accommodation Experiencescape: A Comparative Assessment of Hotels and Airbnb. International. *Journal of Contemporary Hospitality Management* 29(9), 2377 – 2404.
- Molina-Azorín, J. F., Claver-Cortés, E., Pereira-Moliner, J., & Tarí, J. J. (2009). Environmental practices and firm performance: an empirical analysis in the Spanish hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 17(5), 516-524.
- Molina-Azorín, J. F., Tarí, J. J., Pereira-Moliner, J., Lopez-Gamero, M. D., & Pertusa-Ortega, E. M. (2015). The effects of quality and environmental management on competitive advantage: A mixed methods study in the hotel industry. *Tourism Management*, 50, 41-54.
- Morley, C.A. (1992). Microeconomic theory of international tourism demand. *Annals of Tourism Research* 19, 250-267.
- Morrison, A. M., Pearce, P. L., Moscardo, G., Nadkarni, N., & O'Leary, J. T. (1996). Specialist accommodation: Definition, markets served, and roles in tourism development. *Journal of travel research*, 35(1), 18-26.
- Morrison, A., Carlsen, J., Weber, P. (2010) Small Tourism Business Research Change and Evolution. *International journal of tourism research* 12(6)739 - 749
- Mueller, E. J. (2010). Old apartments and new plans: Reconciling planning and housing goals in two Texas cities. *Community Development*, 41(1), 121-140.
- Müller, H. (1994). The thorny path to sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(3), 131-136.
- Muller, PJ (2016). Airport Parking Shuttle Comparison: Bus vs. Personal Rapid Transit. 15th International Conference on Automated People Movers and Automated Transit Systems: Innovation in a rapidly urbanizing world, pp. 63-73

- Mura, L., & Ključnikov, A. (2018). Small businesses in rural tourism and agro tourism: Study from Slovakia. *Economics & Sociology*, 11(3), 286-300.
- MŽP (2006). Pravidla Ministerstva životního prostředí o realizaci Národního programu označování ekologicky šetrných výrobků a služeb. [online]. [cit. 2021-10-05]. Získáno z: https://www.ekoznacka.cz/sites/default/files/public-pages-content/Pravidla_M%C5%BDP_o_realizaci_NP_E%C5%A0V.pdf
- Nash, R. (1963). The American wilderness in historical perspective. *Forest History*, 6(4), 2-13.
- Navrátil, J., Knotek, J., Pícha, K. & Fialová, J. (2014). Šetrný cestovní ruch ve velkoplošně chráněných územích přírody: Jižní Čechy a Šumava. České Budějovice, Nakladatelství JIH. 143 s.
- Navratil, J., Krejci, T., Martinat, S., Pasqualetti, M. J., Klusacek, P., Frantal, B., & Tochackova, K. (2018). Brownfields do not “only live twice”: The possibilities for heritage preservation and the enlargement of leisure time activities in Brno, the Czech Republic. *Cities*, 74, 52-63.
- Navrátil, J., Pícha, K., & White Baravalle Gilliam, V. L. (2016). The interest of visitors to protected natural areas in 'green' accommodation. *Tourism*, 64(2), 159-174.
- Navrátil, J., Pícha, K., Buchecker, M., Martinát, S., Švec, R., Březinová, M., & Knotek, J. (2019). Visitors' preferences of renewable energy options in "green" hotels. *Renewable Energy*, 138, 1065-1077.
- NĚMEC, J., (2018). Airbnb přichází o původní ideu, je z něj tvrdý byznys. V některých částech Prahy má větší kapacity než hotely. *Economia*. [online]. [cit. 2021-09-08]. Získáno z: <https://ekonom.ihned.cz/c1-66330900-airbnb-v-praze-dohani-hotely-blizi-se-regulace>.
- Neužilová (2013). Jan Hejma: Wellness je správný směr. [online]. [cit. 2021-14-09]. Získáno z <https://www.ttg.cz/jan-hejma-wellness-je-spravny-smer/>
- Nguyen, T. T. H., Yang, Z., Nguyen, N., Johnson, L. W., & Cao, T. K. (2019). Greenwash and Green Purchase Intention: The Mediating Role of Green Skepticism. *Sustainability*, 11(9), 2653.
- Nicula, V., & Spânu, S. (2018). An Analysis of Tourism Competitiveness in Romania. In Nicolescu, O., Oprean, C., Titu, M. A. (Eds). *The Best Romanian Management Studies 2015-2016*. 83-99

- Niewiadomski, P. (2016). The globalisation of the hotel industry and the variety of emerging capitalisms in Central and Eastern Europe. *European Urban and Regional Studies*, 23(3), 267-288.
- Nicholls, S., & Kang, S. (2012). Green initiatives in the lodging sector: Are properties putting their principles into practice? *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 609-611.
- Nimri, R., Patiar, A., Kensbock, S., & Jin, X. (2020). Consumers' Intention to Stay in Green Hotels in Australia: Theorization and Implications. *Journal of Hospitality & Tourism Research*,
- Novacka, L., Picha, K., Navratil, J., Topaloglu, C., & Svec, R. (2019). Adopting environmentally friendly mechanisms in the hotel industry A perspective of hotel managers in Central and Eastern European countries. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2488-2508.
- Novotná, M., & Hasoňová, K. (2020). *Airbnb jako katalyzátor neudržitelné přeměny měst – případová studie Praha*. XXIII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách, 328.
- Obadic, A., & Tijanic, L (2014). Multivariate analysis of the Croatian clusters. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 27(1),120-133
- Ohmae, K. (1989). Globalization makes alliances an essential toll for serving customers. *Harvard Business Review*, March-April, 143-154.
- Oldham, G., Creemers, G., & Rebeck, T. (2000). An economic evaluation of tourism: A case study of accommodation facilities in southern Maputaland. *Development Southern Africa*, 17(2), 175-188.
- Olimovich, D. I., & Khudoynazarovich, S. A. (2020). The cost-effectiveness of improving the quality of
- Omerzel, D. G. (2006). Competitiveness of Slovenia as a tourist destination. *Managing global transitions*, 4(2), 167-189.
- Önüt, S., & Soner, S. (2006). Energy efficiency assessment for the Antalya Region hotels in
- Ouředníček, M., Bičík, I., & Vágner, J. (2007). Suburbanizace v zázemí Prahy. *Životné prostredie*, 41, 303-306.

- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (2002). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of retailing*, 67(4), 114.
- Park, J., & Kim, H. J. (2014). Environmental proactivity of hotel operations: Antecedents and the moderating effect of ownership type. *International Journal of Hospitality Management*, 37, 1-10.
- Park, J., Jeong Kim, H., & McCleary, K. W. (2014). The impact of top management's environmental attitudes on hotel companies' environmental management. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(1), 95-115.
- Parks, S.C., & Haemoon O.H. (1997). Customer satisfaction and service quality: a critical review of the literature and research implications for the hospitality industry. *Hospitality Research Journal* 20(3), 35-64.
- Pavia, N., Stipanovic, C., & Floricic, T.(2013). Sustainable development in increasing competitiveness of hotel offer - Case study Istra County, Proceedings of the 2nd International Scientific Conference Tourism in Southern and Eastern Europe, Opatija, Hrvatska, 279-294
- Pavlič, I., & Portolan, A. (2014). The role and importance of private accommodation components: evidence from urban Mediterranean Tourism destination. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(13), 531.
- Payne, J. E., & Mervar, A. (2010). Research note: The tourism–growth nexus in Croatia. *Tourism Economics*, 16(4), 1089-1094.
- Pena, M. M., Silva, E. M. S. D., Tronchin, D. M. R., & Melleiro, M. M. (2013). The use of the quality model of Parasuraman, *Revista da Escola de Enfermagem da U S* 47(5),1227-1232
- Perramon, J., Alonso-Almeida, M. D., Llach, J., & Bagur-Femenias, L. (2014). Green practices in restaurants: Impact on firm performance. *Operations Management Research*, 7(1-2), 2-12.
- Peršič, M., Janković, S., & Vlašić, D. (2005). Eco hotels: Philosophy of the 21st century. In *Proceedings of the 6th International Conference: "Managing the process of globalisation in new upcoming EU members"* Koper: Faculty of Management Koper, University of Primorska, Slovenia. 447-461.

- Petric L & Mimica J. (2011). Guidelines for the Development of Private Accommodation Offered in the Republic of Croatia. *Acta Turistica Nova*, 5(1), 1227-1232
- Petrić, L., & Pranić, L. (2009). Croatian hoteliers' attitudes toward environmental management. In *8th International Conference: Challenges of Europe-Financial Crisis and Climate Change*.
- Petric, J. F., (2004). The roles of quality, perceived value and satisfaction in predicting cruise passengers' behavioral intentions. *Journal of Travel Research*, 42(4), 397–407.
- Petric, J. F., Morais, D. D., & Norman, W. C. (2001). An examination of the determinants of entertainment vacationers' intentions to revisit. *Journal of Travel Research*, 40(1), 41-48.
- Pigou, A. C. (1917). The value of money. *The Quarterly Journal of Economics*, 32(1), 38-65.
- Pigram, J. J. (1990). Sustainable tourism-policy considerations. *Journal of Tourism Studies*, 1(2), 2-9.
- Pícha, K., & Navrátil, J. (2019). The factors of Lifestyle of Health and Sustainability influencing pro-environmental buying behaviour [Article]. *Journal of Cleaner Production*, 234, 233-241.
- Pilepic, D; Sigurnjak, J & Cucukovic, A (2019). **Parking** Problem in the Centre of the City of Krk **with** Suggestions of Variant Solutions. *Zbornik Veleucilista u Rijeci – Journal of the Polytechnics od Rijeka* 7(1), 359-373
- Pina, I. P. A., & Delfa, M. T. D. (2005). Rural tourism demand by type of accommodation. *Tourism management*, 26(6), 951-959.
- Pinke, G., Karacsony, P., Czucz, B., & Botta-Dukat, Z. (2011). Environmental and land-use variables determining the abundance of *Ambrosia artemisiifolia* in arable fields in Hungary. *Preslia*, 83(2), 219-235.
- Pinto, A., Afonso, A. S., Santos, A. S., Pimentel-Rodrigues, C., & Rodrigues, F. (2017). Nexus water energy for hotel sector efficiency. *8th International Conference on Sustainability in Energy and Buildings, Seb-16, 111*, 225-235.
- Pirani, E., & Secondi, L. (2010). Eco-friendly attitudes: What European citizens say and what they do. *International Journal of Environmental Research*, 5(1), 67-84.

- Pirani, S. I., & Arafat, H. A. (2014). Solid waste management in the hospitality industry: A review. *Journal of Environmental Management*, 146, 320-336.
- Počuča, M., Tepavac, R., Cvijic, J., & Mitrović, A. (2017). Potential Sources for Financing Environmental Protection Projects—Focusing on Energy Efficiency. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 20(75), 57-66.
- Poldrugovac, K., Janković, S., & Peršić, M. (2019). The significance of competitive pricing and revenue management in the camping industry. *International Journal of Revenue Management*, 11(1-2), 76-88.
- Poon, A. (1994). The 'new tourism' revolution. *Tourism management*, 15(2), 91-92.
- PORTER, M. E. (2000). *Locations, clusters, and company strategy*. In: CLARK, G. L., FELDMAN, M. P., GERTLER, M. S.: *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford: Oxford University Press, s. 253–274.
- Portolan, A. (2013). The impacts of private accommodation attributes on tourism demand. In DIEM: Dubrovnik International Economic Meeting 1(1) Sveučilište u Dubrovniku.
- Post, J. E., & Altma, B. W. (1994). Managing the environmental change process: barriers and opportunities. *Journal of Organizational Change Management*, 7(4), 64-81.
- Potter, R. B. (1983). Tourism and development: the case of Barbados, West Indies. *Geography*, 68(1),
- PricewaterhouseCoopers Česká republika (2019). Strategický plán rozvoje Smart Regionu Jihočeského kraje. [online]. [cit. 2021-10-23]. Získáno z https://www.kraj-jihocesky.cz/sites/default/files/inlinefiles/SRJK_finalni%20verze%20dokumentu_pro%20zverejneni.pdf
- Provotorina, V., Kazmina, L., Petrenko, A., & Ekinil, G. (2020). Organization and functioning of accommodation facilities as a component of rural tourism infrastructure in the Rostov Region. In E3S Web of Conferences, 175, p. 10002.
- Prud'homme, B., & Raymond, L. (2016). Implementation of sustainable development practices in the hospitality industry: A case study of five Canadian hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(3), 609-639.

- Przychodzen, J., & Przychodzen, W. (2015). Relationships between eco-innovation and financial performance—evidence from publicly traded companies in Poland and Hungary. *Journal of Cleaner Production*, 90, 253-263.
- Quazi, H. A., Khoo, Y. K., Tan, C. M., & Wong, P. S. (2001). Motivation for ISO 14000 certification: development of a predictive model. *Omega*, 29(6), 525-542.
- Queen, J. P., Quinn, G. P., & Keough, M. J. (2002). *Experimental design and data analysis for biologists*. Cambridge university press.
- Radojevic, T., Stanisic, N., Stanic, N., & Davidson, R. (2018). The effects of traveling for business on customer satisfaction with hotel services. *Tourism Management*, 67, 326-341.
- Ransley, J., & Ingram, H. (2012). *Developing hospitality properties and facilities*. Routledge, 352 s.
- Rantala, O., & Varley, P. (2019). Wild camping and the weight of tourism. *Tourist Studies*, 19(3), 295-312.
- Redakce G&H (2018). Ekoznačky Gastro&Hotel, [online]. [cit. 2020-03-10]. Získáno z <https://gastroahotel.cz/ekoznacky-pro-hotely/>
- Redakce Nazeleno.cz (2013). Ekologické hotely v Česku? Žádný boom se zatím nekoná. *Nazeleno.cz* [online]. [cit. 2021-10-09]. Získáno z <https://www.nazeleno.cz/bio/ekologicke-hotely-v-cesku-zadny-boom-se-zatim-nekona.aspx>
- Rennings, K. (2000). Redefining innovation—eco-innovation research and the contribution from ecological economics. *Ecological economics*, 32(2), 319-332.
- Risy.cz (2021). Jihočeský kraj. [online]. [cit. 2021-09-09]. Získáno z <https://www.risy.cz/cs/krajske-ris/jihocesky-kraj/regionalni-informace/o-kraji>
- Ritchie, J. R. B. & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon: CABI Publishing, 272 s.
- Rivera, J. (2004). Institutional pressures and voluntary environmental behavior in developing countries: Evidence from the Costa Rican hotel industry. *Society and Natural Resources*, 17(9), 779-797.
- Robinson, E. C., Valstar, M., Hammers, A., Ericsson, A., Edwards, A. D., & Rueckert, D. (2008). Multivariate statistical analysis of whole brain structural networks obtained using

probabilistic tractography. In *International Conference on Medical Image Computing and Computer-Assisted Intervention* (pp. 486-493).

Rogerson, C. M. & Rogerson, J. M. (2019). Tourism and accommodation services in South Africa: A spatial perspective. In *The Geography of South Africa* (pp. 213-220). Springer, Cham.

Rothenberger, S. (2006). Measuring the relative importance of service dimensions in the formation of price satisfaction and service: A case study in the Hospitality and Hotel Industry. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 6, 179.

Rozhodnutí Komise (EU) 2017/175 ze dne 25. ledna 2017 o stanovení kritérií pro ekoznačku EU pro turistické ubytování. [online]. [cit. 2021-10-12]. Získáno z [https://esipa.cz/sbirka/sbsrv.dll/sb?DR=SB&CP=32017D0175R\(02\)](https://esipa.cz/sbirka/sbsrv.dll/sb?DR=SB&CP=32017D0175R(02))

Rushton, A. M. & Carson, D. J. (1989). The marketing of services: managing the intangibles. *European Journal of Marketing*, 23(8), 23-44.

Russell, R., Thomas, P. & Fredline, E. (2004). 6. Mountain Resorts in Summer: Defining the Image. In *Nature-Based Tourism in Peripheral Areas* (pp. 75-90). Channel View Publications.

Rusu, S. (2011). Tourism multiplier effect. *Journal of Economics and Business Research*, 17(1), 70-76.

Ryglová, K., Machalová, J. & Vajčnerová, I. (2010). Specifikace spokojenosti zákazníka v oblasti cestovního ruchu s využitím nástrojů geografických informačních technologií. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 58(6).

Saenz-de-Miera, O., & Rosselló, J. (2014). Modeling tourism impacts on air pollution: The case study of PM10 in Mallorca. *Tourism Management*, 40, 273-281.

Saleh, F. (1991). Analysing service quality in the hospitality industry using the SERVQUAL model. *Service Industries Journal*. 11, 324-345.

Saleh, F., & Ryan, C. (1991). Analysing service quality in the hospitality industry using the SERVQUAL model. *Service Industries Journal*, 11(3), 324-345.

Salerno, N. (2010). Hotel Marketing Coach. [online]. [cit. 2021-11-03]. Získáno z <http://www.hotelmarketingcoach.com/20Management.htm>

- Saló, A., Garriga, A., Rigall-I-Torrent, R., Vila, M. & Fluvià, M. (2014). Do implicit prices for hotels and second homes show differences in tourists' valuation for public attributes for each type of accommodation facility? *International Journal of Hospitality Management*, 36, 120-129.
- Sarkis, J., Gonzalez-Torre, P., & Adenso-Diaz, B. (2010). Stakeholder pressure and the adoption of environmental practices: The mediating effect of training. *Journal of Operations Management*, 28(2), 163-176.
- Saura, J. R., Reyes-Menendez, A., & Alvarez-Alonso, C. (2018). Do Online Comments Affect Environmental Management? Identifying Factors Related to Environmental Management and Sustainability of Hotels. *Sustainability*, 10(9).
- Scott, E. M. (1990). Growth of Tourism: Can the Environment Cope?. In *Horwath Book of Tourism* (240-246). Palgrave Macmillan, London.
- Sedai, R. C. (2011). Tourist accommodation facilities in the major tourist areas of Nepal. *Nepal Tourism and Development Review*, 1(1), 102-123.
- Segarra-Oña, M. D. V., Peiró-Signes, Á., Verma, R., & Miret-Pastor, L. (2012). Does environmental certification help the economic performance of hotels? Evidence from the Spanish hotel industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 53(3), 242-256.
- Seuring, S., & Müller, M. (2008). Core issues in sustainable supply chain management—a Delphi study. *Business strategy and the environment*, 17(8), 455-466.
- Sharpley, R. (2017). From holiday camps to the all-inclusive: The “Butlinization” of tourism. *Mass Tourism in a Small World*, Wallingford: CABI, 95-104.
- Shoval, N. & Cohen-Hattab, K. (2001). Urban hotel development patterns in the face of political shifts. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 908–925.
- Shoval, N., McKercher, B., Ng, E. & Birenboim, A. (2011). Hotel location and tourist activity in cities. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1594–1612.
- Scholz, P., & Linderová, I. (2016). Green management v ubytovacích zařízeních jako faktor regionálního rozvoje v kraji Vysočina. *XIX. Mezinárodní kolokvium o regionálních vědách*, 1095-1101.
- Sigurðardóttir, I. (2018). Wellness and equestrian tourism—new kind of adventure?. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(4), 377-392.

- Silva, L., & Delicado A. (2017). Wind farms and rural tourism: A Portuguese case study
- Simpson, F. (1999). Tourist impact in the historic centre of Prague: Resident and visitor perceptions of the historic built environment. *Geographical Journal*, 173-183.
- Sinitsina, I., & Chudakova, N. (2005). Fundamental Reforms: Poland's Experience. *Russian Politics & Law*, 43(5), 6-27.
- Slee, B., Farr, H., & Snowdon, P. (1997). The economic impact of alternative types of rural tourism. *Journal of Agricultural Economics*, 48(1-3), 179-192.
- Sloan, P., Legrand, W., & Chen, J. S. (2005). Factors influencing German hoteliers' attitudes toward environmental management. In *Advances in hospitality and leisure*, 1, 179-188.
- Smith, M. K., Egedy, T., Csizmady, A., Jancsik, A., Olt, G., & Michalkó, G. (2018). Non-planning and tourism consumption in Budapest's inner city. *Tourism Geographies*, 20(3), 524-548.
- Smith, S. L. (1994). The tourism product. *Annals of tourism research*, 21(3), 582-595.
- Spender, J. C. (1992). Limits to learning from the West: How Western management advice may prove limited in Eastern Europe. *Thunderbird International Business Review*, 34(5), 389-413.
- Steger, U. (2000). Environmental management systems: empirical evidence and further perspectives. *European Management Journal*, 18(1), 23-37.
- Stepaniuk, K. (2017). Quality of Accommodation Services–The Memetic Approach. *Procedia Engineering*, 182, 673-678.
- STÍBALOVÁ B. (1979) Postavení a úloha nevýrobní sféry v socialistické ekonomice. Praha: Academia.
- Stoewen, D. (2017). Dimensions of wellness: Change your habits, change your life. *The Canadian Veterinary Journal*, 58(8), 861–862.
- Stors, N., & Kagermeier, A. (2015). Share Economy in Metropolitan Tourism. The role of authenticity-seeking. *Workshop, Budapest*, 28, 30th.
- Stors, N., & Kagermeier, A. (2018). The sharing economy and its role in metropolitan tourism. In *Tourism and Gentrification in contemporary metropolises* (181-206). Routledge.

- Studnička, P. (2016). Legislativní úprava místního poplatku za lázeňský nebo rekreační pobyt a místního poplatku z ubytovací kapacity v české republice. *Acta Universitatis Carolinae Iuridica*, 62(3).
- Styles, D., Schönberger, H., & Galvez Martos, J. L. (2013). *JRC scientific and policy report on best environmental management practice in the tourism sector*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Suchánek, P., & Špalek, J. (2012). Quality and performance of the company in the Czech Republic. *Acta universitatis agriculturae et silviculturae Mendeliana Brunensis*, 60(4), 351-362.
- Suki, N. M. (2015). Consumers' environmental behaviour towards staying at a green hotel Moderation of green hotel knowledge. *Management of Environmental Quality*, 26(1), 103-117.
- Suryawardani, I. G. A. O. (2015). *Tourism leakage of accommodation in Bali* (Doctoral dissertation, Université Panthéon-Sorbonne-Paris I).
- Švábenská, M. (2008). Analýza vybraného segmentu trhu cestovního ruchu—rodiny s dětmi. Masarykova univerzita Ekonomicko-správní fakulta. Bakalářská práce. [online]. [cit. 2021-06-19]. Získáno z: https://is.muni.cz/th/yzp43/BP_analyza_trhu_CR_rodiny_s_detmi.pdf
- Švec, R. & Martišková, P., & Koubková, M. (2018). Preference rodin s dětmi při výběru aktivit a atraktivit cestovního ruchu. *Mladá věda*, 6(2), 1-13.
- Švec, R., & Solarová, P. (2016). Food tourism as an opportunity of promoting local gastronomy. Paper presented at the *Proceedings of the 27th Conference IBIMA*, 1995-2007.
- Švec, R., K. Pícha, V. Baravalle, J. Navrátil, A H. Doležalová, (2013). The impact of visitors segments on the perception of the quality of the product of accommodation establishments. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendeliana Brunensis*, 60(7), 399-408.
- Švec, R., Martišková, P., & Štensová, A. (2017). Preference zákazníků při výběru ubytovacího zařízení a jejich vztah k PR firem. *Mladá věda*, 5(6), 97-112.
- Telfer, D. J. & Wall, G. (1996). Linkages between tourism and food production. *Annals of tourism Research*, 23(3), 635-653.
- ter Braak, C. J., & Smilauer, P. (2012). Canoco reference manual and user's guide: software for ordination, version 5.0.

- Trang, H. L. T., Lee, J. S., & Han, H. (2019). How do green attributes elicit pro-environmental behaviors in guests? The case of green hotels in Vietnam. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(1), 14-28.
- Tryon C.R. & Bailey, D.E (1970). Cluster analysis, McGraw-Hill Book Company.
- Tsagarakis, K. P., Bounialetou, F., Gillas, K., Profylienou, M., Pollaki, A., & Zografakis, N. (2011). Tourists' attitudes for selecting accommodation with investments in renewable energy and energy saving systems. *Renewable & Sustainable Energy Reviews*, 15(2), 1335-1342.
- Tseng, C. J., & Kuo, Y. H. (2013). The Measurement of Eco-Components of Service Quality in Taiwan's International Tourist Hotels-An Empirical Case. *International Journal of Organizational Innovation*, 5(3).
- Turtureanu, A. G. (2008). Pre-requisites of the rural tourism development in Romania. *Euro Economica*, 20(01), 49-54.
- Tyllianakis, E., Grilli, G., Gibson, D., Ferrini, S., Conejo-Watt, H., & Luisetti, T. (2019). Policy options to achieve culturally-aware and environmentally-sustainable tourism in Fiji. *Marine pollution bulletin*, 148, 107-115.
- Tyrvaainen, L., Uusitalo, M., Silvennoinen, H., & Hasu, E. (2014). Towards sustainable growth in nature-based tourism destinations: Clients' views of land use options in Finnish Lapland [Article]. *Landscape and Urban Planning*, 122, 1-15.
- Ulyanchenko, O. V., Borysova¹, O. V., Akhmedova, O. O., Sysoieva, S. I., Sheludko, R. M., Stankevych, S. V., ... & Kharlamova, Y. Y. (2020). Prospective use of ecological tourism in Ukraine and integrative view of international experience. *Ukrainian Journal of Ecology*, 10(1).
- Untaru, E. N., Ispas, A., Candrea, A. N., Luca, M., & Epuran, G. (2016). Predictors of individuals' intention to conserve water in a lodging context: the application of an extended Theory of Reasoned Action. *International Journal of Hospitality Management*, 59, 50-59.
- UNWTO (2005). Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers. 212 p.
- Urtasun, A., & Gutiérrez, I. (2006). Hotel location in tourism cities: Madrid 1936–1998. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 382–402.

- Uslu, A., & Eren, R. (2020). Critical review of service quality scales with a focus on customer satisfaction and loyalty in restaurants. *Deturope-the Central European Journal of Regional Development and Tourism*, 12(1), 64-84.
- Václavinková, K., Kostková, M., & Botlíková, M. (2012). *Analysis of the impact of selected variables on the availability of accommodation facilities*. Proceedings of 30th International Conference Mathematical Methods in Economics, 950-956.
- Valdés, L., Torres, E., & Domínguez, J. S. (2007). A model to study the economic impact of collective accommodation in a region. *Tourism Management*, 28(1), 152-161.
- Vaniček, J. & Hienlová, M. (2017). *Nová organizace a řízení cestovního ruchu v Jihočeském kraji*. Sborník příspěvků 12. mezinárodní konference Aktuální problémy cestovního ruchu, Vysoká škola polytechnická Jihlava s. 390-396.
- Verma, V. K., & Chandra, B. (2016). Hotel guest's perception and choice dynamics for green hotel attribute: A mix method approach. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(5), 1-9.
- Verma, V. K., & Chandra, B. (2018). An application of theory of planned behavior to predict young Indian consumers' green hotel visit intention . *Journal of Cleaner Production*, 172, 1152-1162.
- Verschaeve, M., & Wadle, H.C. (2014). Tourism and post-socialist heterotopias: Eastern Europe as an imagined rural past. In Picard, D., & Di Giovine, M. A. (eds.), *Tourism and the power of otherness: Seductions of difference* (34). Clevedon: Channel View Publications.
- Viljoen, A. H., Saayman, M., & Kruger, M. (2019). Satisfying visitors' needs: What to resort to. South African. *Journal of Business Management*, 50(1), 1-12.
- Vlahov, A., & Vuletic, D. (2016). *The Role of Stakeholders in Creating New Values of Private Sector Accommodation in Croatia*. In International OFEL Conference on Governance, Management and Entrepreneurship (p. 741). Centar za istraživanje i razvoj upravljanja doo.
- Vujko, A., Dragosavac, M., Kisin, N., & Maksimović, B. (2017). The influence of cyclo-tourism on health and economic destination development. *Facta Universitatis, Series: Physical Education and Sport*, 15(1), 227-237.

- Vujko, A., Petrovic, M. D., Gostovic, D., Radovanovic, M., & Vukovic, D. (2018). The role of natural resources in the ecotourism development - residents' perceptions in subotica (northern serbia). *Deturope-the Central European Journal of Regional Development and Tourism*, 10(2), 112-123.
- Vukosav, S., & Ćurčić, N. (2013). The role of the hotel industry in the economic and regional development of Vojvodina. *Geographica Timisiensis*, 22(2), 65-74.
- Vuoristo, K. V. (1981). Tourism in Eastern Europe: development and regional patterns. *Fennia*, 159(1), 237-247.
- Vystoupil, J. & Kunc, J., Šauer, M. & Tonev, P. (2010). Vývoj cestovního ruchu v ČR a jeho prostorové organizace v letech 1990 - 2009. *Urbanismus a územní rozvoj*, 13(5), 93-108.
- Vystoupil, J., Šauer, M., Holešinská, A., Metelková, P. (2007). *Management cestovního ruchu*. Ekonomicko-správní fakulta, MU.
- Walford, N. (2001). Patterns of development in tourist accommodation enterprises on farms in England and Wales. *Applied Geography*, 21(4), 331–345.
- Wang, J. C., & Huang, K. T. (2013). Energy consumption characteristics of hotel's marketing preference for guests from regions perspective. *Energy*, 52, 173-184.
- Warnick, R.B. & Klar, L.R. (1991). The Bed And Breakfast And Small Inn Industry Of The Commonwealth Of Massachusetts: An Exploratory Survey. *Journal of Travel Research*, 29 (3), 17-25
- Warnken, J., Bradley, M., & Guilding, C. (2005). Eco-resorts vs. mainstream accommodation providers: an investigation of the viability of benchmarking environmental performance. *Tourism Management*, 26(3), 367-379.
- Warren, R., & Bingham, C. (1994). How Green Is Camping? Environmental Stewardship in North Carolina Camps. *Camping Magazine*, 66(3), 22-25.
- Weaver, D. (2006). *Sustainable tourism: Theory and practice*. Routledge.
- Wei, C. F., Chiang, C. T., Kou, T. C., & Lee, B. C. Y. (2017). Toward Sustainable Livelihoods: Investigating the Drivers of Purchase Behavior for Green Products. *Business Strategy and the Environment*, 26(5), 626-639.

- Welford, R., & Ytterhus, B. (2004). Sustainable development and tourism destination management: A case study of the Lillehammer region, Norway. *The International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 11(4), 410-422.
- Wheeller, B. (1990). Responsible tourism. *Tourism Management*, 11(3), 262-263.
- Wheeller, B. (1991). Tourism's troubled times: Responsible tourism is not the answer. *Tourism management*, 12(2), 91-96.
- Williams, P. W., & Dossa, K. B. (2003). Non-resident wine tourist markets: Implications for British Columbia's emerging wine tourism industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 1-34.
- Woodward, S. C. (2004). Faith and tourism: Planning tourism in relation to places of worship. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 1(2), 173-186.
- Xing, J., Ren, P., & Ling, J. (2015). Analysis of energy efficiency retrofit scheme for hotel buildings using eQuest software: A case study from Tianjin, China. *Energy and Buildings*, 87, 14-24.
- Xuchao, W., Priyadarsini, R., & Eang, L. S. (2010). Benchmarking energy use and greenhouse gas emissions in Singapore's hotel industry. *Energy Policy*, 38(8), pp. 4520-4527.
- Yang, C., Jou, Y. & Cheng L. (2011). Using integrated quality assessment for hotel service quality. *Qual Quant*, 45, 349–364.
- Yang, S., Huang, S. S., & Shen, G. (2017). Modelling Chinese consumer choice behavior with budget accommodation services. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(3), 341-354
- Yeh, C. M. (2019). The relationship between tourism involvement, organizational commitment and organizational citizenship behaviors in the hotel industry. *Tourism and hospitality management*, 25(1), 75-93.
- Yi, S. P., Li, X., & Jai, T. M. (2018). Hotel guests' perception of best green practices: A content analysis of online reviews. *Tourism and Hospitality Research*, 18(2), 191-202.
- Yilmaz, Y., Unguren, E., & Kacmaz, Y. Y. (2019). Determination of Managers' Attitudes Towards Eco-Labeling Applied in the Context of Sustainable Tourism and Evaluation of the

Effects of Eco-Labeling on Accommodation Enterprises. *Sustainability*, 11(18), Article 5069.

Yoon, A., Jeong, D., Chon, J., & Yoon, J. H. (2019). A Study of Consumers' Intentions to Participate in Responsible Tourism Using Message Framing and Appeals. *Sustainability*, 11(3), 14.

Your Europe (n.d.). Ekoznačka EU. Poslední kontrola: 14/10/2021. Získáno z https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/ecolabel/index_cs.htm

Yusof, Z. B., & Jamaludin, M. (2013). Green Approaches of Malaysian Green Hotels and Resorts. *Ace-Bs 2013 Hanoi (Asean Conference on Environment-Behaviour Studies)*, 85, 421-431.

Zaichkowsky, J. L. (1994). The personal involvement inventory - Reduction, revision, and application to advertising [Note]. *Journal of Advertising*, 23(4), 59-70.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the academy of Marketing Science*, 21(1), 1-12.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1985). Problems and strategies in services marketing. *Journal of marketing*, 49(2), 33-46.

Zhuo, J. & Du, HM (2007). Cluster and discriminat analyses of the trade protectionism. In: Lan, H. Proceedings of 2007 International Conference on Management Science & Engineering s. 2411

Zmud, R. W. (1984). An examination of “push-pull” theory applied to process innovation in knowledge work. *Management science*, 30(6), pp. 727-738.

Žukauskas, V. (2018). Shadow Economy: understadingdrivers reducing incentives. Lithuanian Free Market Institute. [online]. [cit. 2021-07-12]. Získáno z <https://www.llri.lt/wp-content/uploads/2018/11/Shadow-Economy.-Understanding-Drivers-Reducing-Incentives.pdf>

7 Seznam obrázků

Obrázek 1. Členění turistických destinací v Jihočeském kraji	44
Obrázek 2. Podíl pobytů v „zelených“ ubytovacích zařízeních všech respondentů, kteří v tomto zařízení pobývali alespoň jednou za poslední dva roky	49
Obrázek 3. Graf ordinace PCA první a druhé osy PCA s hotely klasifikovanými podle země.....	60
Obrázek 4. Biplot pro klasifikaci PCA s polohou závislých a nezávislých proměnných.	61
Obrázek 5. Poloha hotelů klasifikovaných podle země v grafu první a druhé osy RDA.	63
Obrázek 6. Pozice odpovědí a států jako vysvětlující proměnné v ordinačním diagramu - biplotu parciální RDA.....	64
Obrázek 7. Ubytovací zařízení dle právní formy podnikání.	66
Obrázek 8. Ubytovací zařízení dle sezónnosti provozu.....	66
Obrázek 9. Lokalizace ubytovacích zařízení dle turistických destinací Jihočeského kraje.	69
Obrázek 10. Podíl jednotlivých kategorií ubytovacích zařízení deklarujících služby pro cyklisty	71
Obrázek 11. Lokalizace ubytovacích zařízení deklarujících služby pro cyklisty.....	72
Obrázek 12. Podíl jednotlivých kategorií ubytovací zařízení deklarující parkoviště.	74
Obrázek 13. Lokalizace ubytovacích zařízení deklarujících vyhrazené parkování....	74
Obrázek 14. Podíl jednotlivých kategorií ubytovací zařízení deklarujících služby firemního cestovního ruchu	76
Obrázek 15. Podíl jednotlivých kategorií ubytovacích zařízení deklarujících služby pro rodiny s dětmi	78
Obrázek 16. Lokalizace ubytovacích zařízení deklarujících služby pro rodiny s dětmi	79

Obrázek 17. Podíl jednotlivých kategorií ubytovacích zařízení deklarujících wellness služby	81
Obrázek 18. Lokalizace ubytovacích zařízení deklarujících wellness služby	82
Obrázek 19. Lokalizace ubytovacích zařízení deklarujících možnost pobytu se zvířaty	84
Obrázek 20. Podíl jednotlivých kategorií ubytovacích zařízení deklarujících nabídku místních pokrmů.....	85
Obrázek 21. Lokalizace ubytovacích zařízení deklarujících nabídku místních pokrmů	86
Obrázek 22. Lokalizace ubytovacích zařízení deklarujících nabídku stravování.....	88
Obrázek 23. Lokalizace ubytovacích zařízení využívajících externí rezervační systémy.	91
Obrázek 24. Výsledky shlukové analýzy	92
Obrázek 25. Podíly jednotlivých shluků na celkovém počtu ubytovacích zařízení.....	93
Obrázek 26. Výsledek testu deklarování ekologického chování v závislosti na existenci prokázaných shluků	94
Obrázek 27. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování dle kategorií	96
Obrázek 28. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování dle nabídky parkovacích prostor	96
Obrázek 29. Ubytovací zařízení pro firemní klientelu deklarující ekologické chování	97
Obrázek 30. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování dle nabídky pro rodiny s dětmi	98
Obrázek 31. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování ve vztahu k deklaraci celodenního stravování.....	99
Obrázek 32. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování dle nabídky snídaňového servisu.....	100

Obrázek 33. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování dle nabídky lokálních potravin a produktů využívaných při přípravě pokrmů	101
Obrázek 34. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování dle nabídky elektronických rezervačních systémů	102
Obrázek 35. Ubytovací zařízení deklarující ekologické chování ve vztahu k získaným certifikátům.....	103
Obrázek 36. Rozmístění ubytovacích zařízení deklarujících ekologické chování dle destinací cestovního ruchu.....	104
Obrázek 37. Lokalizace „zelených“ ubytovacích zařízení.....	105
Obrázek 38. Grafy účinků pro pět statisticky významných nezávislých proměnných s 95 % intervaly spolehlivosti	109
Obrázek 39. Model rozhodovacího stromu vytvořený na základě modelového datového souboru a aplikovaný na testovací datový soubor.....	111

8 Seznam tabulek

Tabulka 1: Socio-demografický status respondentů z obou studovaných skupin - pohlaví	50
Tabulka 2. Socio-demografický status respondentů z obou studovaných skupin - věk	50
Tabulka 3. Socio-demografický status respondentů z obou studovaných skupin - náklady	50
Tabulka 4. Socio-demografický status respondentů z obou studovaných skupin – původ respondenta	51
Tabulka 5. Postoje návštěvníků běžných a „zelených“ ubytovacích zařízení k veřejné podpoře environmentálně šetrného cestovního ruchu.	52
Tabulka 6. Osobní normy návštěvníků běžných a „zelených“ ubytovacích zařízení..	53
Tabulka 7. Kontrola chování návštěvníků běžných a „zelených“ ubytovacích zařízení.	54
Tabulka 8. Pro-environmentální chování v každodenním životě návštěvníků běžných a „zelených“ ubytovacích zařízení.	55
Tabulka 9. Preference vlastností „zelených“ ubytovacích zařízení u návštěvníků běžných a „zelených“ ubytovacích zařízení.	56
Tabulka 10. Výsledky PCA a parciální RDA.....	60
Tabulka 11. Korelace mezi nezávislými proměnnými a osami ordinace PCA.	62
Tabulka 12. Zjištěná ubytovací zařízení dle typů.....	65
Tabulka 13. Podíl ubytovacích zařízení deklarující úroveň služeb počtem hvězdiček.	65
Tabulka 14. Podíl ubytovacích zařízení deklarující sezónní provoz dle kategorií.	67
Tabulka 15. Podíl ubytovacích zařízení deklarující sezónnost dle lokalizace	68
Tabulka 16. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících služby pro cyklisty v jednotlivých kategoriích.....	70

Tabulka 17. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících parkoviště v jednotlivých kategoriích ubytovacích zařízení.....	73
Tabulka 18. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících služby firemního cestovního ruchu v jednotlivých kategoriích ubytovacích zařízení	75
Tabulka 19. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících služby pro rodiny s dětmi v jednotlivých kategoriích.....	77
Tabulka 20. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících wellness služby v jednotlivých kategoriích.....	80
Tabulka 21. Podíl jednotlivých kategorií ubytovacích zařízení deklarujících možnost pobytu se zvířetem.....	83
Tabulka 22. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících nabídku místních pokrmů v jednotlivých kategoriích.....	84
Tabulka 23. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících poskytování snídaní v jednotlivých kategoriích.....	87
Tabulka 24. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících poskytování celodenního stravování v jednotlivých kategoriích.....	88
Tabulka 25. Podíl ubytovacích zařízení deklarujících rezervační systémy v jednotlivých kategoriích.....	90
Tabulka 26. Počty zařízení ve shlucích.....	92
Tabulka 27. Výsledky testu potenciálního rozdílu	94
Tabulka 28. Rozdíly mezi oběma skupinami respondentů podle Man-Whitneyova testu.....	106
Tabulka 29. Výsledky regresních modelů	107
Tabulka 30. Výsledky binomického logitového regresního modelu	108
Tabulka 31. Testování regresních odhadů pro návštěvníky "zelených" ubytovacích zařízení.....	108
Tabulka 32. Zařízení ve zkoumané oblasti dle počtu hvězdiček	121