

Analýza využívání udržitelných praktik ve vybraných ubytovacích zařízeních na Slovensku

Diana Valachová

Bakalářská práce
2025



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav podnikové ekonomiky

Akademický rok: 2024/2025

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Diana Valachová
Osobní číslo:	M21880
Studijní program:	B0413A050024 Ekonomika a management
Specializace:	Ekonomika a management podniku
Forma studia:	Kombinovaná
Téma práce:	Analýza využívání udržitelných praktik ve vybraných ubytovacích zařízeních na Slovensku

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte literární rešerši na téma udržitelný rozvoj a hotelnictví.

II. Praktická část

- Analýzujte současný stav využívání udržitelných praktik ve vybraných hotelech na Slovensku.
- Na základě výsledků analýz zhodnoťte úroveň udržitelnosti ve vybraných hotelech na Slovensku.
- Navrhnete vhodná opatření pro zlepšení udržitelnosti v dané oblasti.

Závěr

Rozsah bakalářské práce: **cca 40 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

FENNELL, A. David a COOPER, Chris. *Sustainable tourism: principles, contexts and practices*. Blue Ridge Summit: Channel View Publications, 2020. ISBN 978-1-84541-766-6.
GÚČIK, Marian. *Cestovní ruch v ekonomice a společnosti*. Bratislava: Wolters Kluwer SR, 2020. ISBN 978-80-571-0273-1.
LEGRAND, Willy; CHEN, Joseph S. a LAEIS, Gabriel C. M. *Sustainability in the hospitality industry: principles of sustainable operations*. Fourth edition. New York, NY: Routledge, Taylor & Francis Group, 2023. ISBN 9780367532536.
PÁSKOVÁ, Martina a ZELENKA, Josef. *Společensky odpovědný cestovní ruch*. V Praze: Idea servis, 2018. ISBN 978-80-85970-91-3.
ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Udržitelný cestovní ruch: principy, certifikace a měření*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. ISBN 978-80-244-4576-2.

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

Datum zadání bakalářské práce: **10. února 2025**
Termín odevzdání bakalářské práce: **23. května 2025**

L.S.

doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D.
děkan

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

Ve Zlíně dne 10. února 2025

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění bez ohledu na výsledek obhajoby;
- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- jedno vyhotovení bakalářské práce v listinné podobě bude ponecháno Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně k uložení;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci – nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá; neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že

- jsem na bakalářské práci pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem řádně citoval(a); v případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor;
- odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.

Ve Zlíně, dne

.....
podpis autora

ABSTRAKT

Bakalárska práca je zameraná na analýzu využívania udržateľných praktík vo vybraných ubytovacích zariadeniach na Slovensku. Hlavným cieľom práce je zhodnotiť súčasný stav využívania udržateľných praktík vo vybraných hoteloch na území Slovenska v chránených krajinných oblastiach a na základe analýzy navrhnúť konkrétne opatrenia pre zlepšenie udržateľnosti v odvetví cestovného ruchu. Riešenie problému bolo aplikované na hotely lokalizované v chránených krajinných oblastiach Štiavnické vrchy a Malé Karpaty, pričom dáta boli primárne spracovávané a analyzované kvantitatívnym výskumom v podobe dotazníkového šetrenia určeného hotelovým hosťom. Sekundárnou využitou metódou bolo mnou vykonané pozorovanie. Na základe získaných poznatkov bolo spracované súhrnné zhodnotenie úrovne využívania udržateľných praktík vo vybraných hoteloch, ktoré bolo doplnené o metódu SWOT analýzy s cieľom jasnejšieho vytýčenia konkrétnych návrhov. Zistilo sa, že hotely svoju celkom vysokú udržateľnú snahu nedostatočne komunikujú a svojich hostí do aktivít málo zapájajú. Navrhnuté opatrenia preto majú za cieľ riešiť zistené nedostatky v udržateľnom riadení vybraných hotelov a zároveň prispieť k vyššiemu udržateľnému rozvoju cestovného ruchu v chránených oblastiach Slovenska. Výsledky práce poukazujú na dôležitosť a potrebu intenzívnejšieho prepojenia cestovného ruchu s prírodne vzácnymi územiami, ktorých symbiózu môžu zvyšovať práve hotely s kvalitne nastavenou udržateľnou stratégiou.

Kľúčové slová: cestovný ruch, udržateľný rozvoj, chránená oblasť, ubytovacie zariadenie, udržateľné hotelierstvo, Slovensko

ABSTRACT

The bachelor thesis is focused on the analysis of the use of sustainable practices in selected accommodation facilities in Slovakia. The main objective of the thesis is to evaluate the current state of the use of sustainable practices in selected hotels in protected landscape areas in Slovakia and, based on the analysis, to propose specific measures for improving sustainability in the tourism sector. The solution of the problem was applied to hotels located in the protected landscape areas of the Štiavnické vrchy and Malé Karpaty Mountains, while the data were primarily processed and analyzed by quantitative research in the form of a questionnaire survey addressed to hotel guests. The secondary method used was observation carried out by me. On the basis of the findings, a summary assessment of the level of use of sustainable practices in the selected hotels was processed, which was complemented by the SWOT analysis method in order to more clearly outline specific proposals. It was found that the hotels do not communicate their quite high sustainable efforts sufficiently and do not involve their guests in the activities enough. Therefore, the proposed measures aim to address the identified gaps in the sustainable management of the selected hotels at the same time contribute to a higher sustainable development of tourism in the protected areas of Slovakia. The results of the thesis point to the importance and need for a more intensive link between tourism and naturally valuable areas, the symbiosis of which can be enhanced by hotels with a well-defined sustainable strategy.

Keywords: tourism, sustainable development, protected area, accommodation facility, sustainable hotel industry, Slovakia

Touto cestou by som sa chcela veľmi poďakovať vedúcej mojej bakalárskej práce **Ing. Zuzane Vaculčíkovej, Ph.D.** za odbornú pomoc a usmernenie pri písaní práce, cenné rady, informácie a v neposlednom rade za veľkú ochotu.

Vďaka zároveň patrí aj **hotelierom**, ktorí súhlasili so zapojením do výskumu mojej bakalárskej práce, pričom aktívne a s ochotou so mnou pri jeho vykonávaní spolupracovali.

OBSAH

ÚVOD.....	13
CIELE A METÓDY SPRACOVANIA PRÁCE.....	14
I TEORETICKÁ ČASŤ.....	15
1 VYMEDZENIE ZÁKLADNÝCH POJMOV CESTOVNÉHO RUCHU	16
1.1 SUBJEKT CESTOVNÉHO RUCHU	17
1.2 OBJEKT CESTOVNÉHO RUCHU.....	18
1.3 PRODUKT CESTOVNÉHO RUCHU.....	18
2 UDRŽATEĽNÝ CESTOVNÝ RUCH.....	19
2.1 ZÁSADY A PRINCÍPY UDRŽATEĽNÉHO CESTOVNÉHO RUCHU	21
2.2 DIMENZIE UDRŽATEĽNÉHO CESTOVNÉHO RUCHU	22
2.2.1 Environmentálna dimenzia.....	23
2.2.2 Sociálno-kultúrna dimenzia.....	23
2.2.3 Ekonomická dimenzia	24
2.3 ČLENENIE UDRŽATEĽNÉHO CESTOVNÉHO RUCHU	24
2.4 UDRŽATEĽNÝ CESTOVNÝ RUCH VO SVETE.....	26
2.4.1 Agenda 2030	27
2.5 UDRŽATEĽNÝ CESTOVNÝ RUCH NA SLOVENSKU	29
2.5.1 Stratégia rozvoja udržateľného cestovného ruchu Slovenska.....	30
2.6 CESTOVNÝ RUCH V CHRÁNENEJ OBLASTI	31
3 UBYTOVACIE SLUŽBY.....	34
3.1 KATEGÓRIE A TRIEDY UBYTOVACÍCH ZARIADENÍ.....	34
3.1.1 Hotel.....	37
4 UDRŽATEĽNÉ HOTELIERSTVO.....	38
4.1 EKOHOTEL.....	38
4.1.1 Ekologické certifikáty a ekoznačenia.....	39
4.1.2 Eko-friendly hotel bez certifikácie.....	40
4.2 GREEN MANAGEMENT V HOTELIERSTVE.....	41
4.2.1 Význam green managementu v hoteli.....	43
4.2.2 Systémy environmentálneho riadenia	44
4.2.3 Metódy čistejšej produkcie.....	45
4.3 GREENWASHING.....	45
4.4 GREENHUSHING.....	47
5 ANALYTICKÉ METÓDY POUŽITÉ V PRÁCI	49
5.1.1 Dotazník	49
5.1.2 SWOT analýza	50

6	ZHRNUTIE TEORETICKEJ ČASTI.....	51
II	PRAKTICKÁ ČASŤ	52
7	CESTOVNÝ RUCH V ZÁZEMÍ CHRÁNENEJ KRAJINNEJ OBLASTI ŠTIAVNICKÉ VRCHY	53
7.1	ANALÝZA UDRŽATEĽNÝCH PRAKTÍK VO VYBRANÝCH HOTELOCH V RÁMCI CHRÁNENEJ KRAJINNEJ OBLASTI ŠTIAVNICKÉ VRCHY	56
7.1.1	Údaje o vzorke respondentov	57
7.1.2	Spôsob výberu udržiateľných hotelov návštevníkmi	58
7.1.3	Hotely v súvislosti s trvalo udržiateľným rozvojom v chránenej oblasti	61
7.1.4	Všímavosť hostí a ich informovanosť o udržiateľných praktikách	63
7.1.5	Udržiateľné praktiky v hotelových prevádzkach.....	65
7.1.6	Celková udržiateľnosť vo vybraných hoteloch	68
8	CESTOVNÝ RUCH V ZÁZEMÍ CHRÁNENEJ KRAJINNEJ OBLASTI MALÉ KARPATY	71
8.1	ANALÝZA UDRŽATEĽNÝCH PRAKTÍK VO VYBRANÝCH HOTELOCH V RÁMCI CHRÁNENEJ KRAJINNEJ OBLASTI MALÉ KARPATY	75
	Údaje o vzorke respondentov	76
8.1.1	Spôsob výberu udržiateľných hotelov návštevníkmi	77
8.1.2	Hotely v súvislosti s trvalo udržiateľným rozvojom v chránenej oblasti	81
8.1.3	Všímavosť hostí a ich informovanosť o udržiateľných praktikách	82
8.1.4	Udržiateľné praktiky v hotelových prevádzkach.....	84
8.1.5	Celková udržiateľnosť vo vybraných hoteloch	88
9	SÚHRNNÉ POROVNANIE OBLASTÍ.....	91
9.1	SWOT ANALÝZA.....	93
10	NÁVRHY NA ZLEPŠENIE	95
	ZÁVER.....	100
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	103
	ZOZNAM OBRÁZKOV	109
	ZOZNAM TABULIEK.....	110
	ZOZNAM GRAFOV	111
	ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK	112
	ZOZNAM PRÍLOH.....	114

ÚVOD

Cestovný ruch je v dnešnom svete najdynamickejšie sa rozvíjajúce odvetvie svetovej ekonomiky, ale zároveň aj veľkým znečisťovateľom životného prostredia. V posledných desaťročiach je preto udržateľnosť v cestovnom ruchu predmetom záujmu mnohých odborníkov, verejných inštitúcií a podnikateľských subjektov, najmä ubytovacích zariadení, ktorí sú neoddeliteľnou súčasťou turistického priemyslu. Okrem veľkej ekonomickej sily si aj tú ekologickú začína uvedomovať čoraz viac hotelov, ktoré sa snažia prehodnocovať svoje doterajšie postupy a hľadať nové riešenia priateľskejšie k životnému prostrediu. V súčasnosti sa preto čoraz viac hovorí o udržateľnom hotelierstve, ktoré integruje princípy environmentálnej ochrany, spoločenskej zodpovednosti a dlhodobej ekonomickej efektívnosti. Špecifickým prípadom je však hotelová prevádzka nachádzajúca sa v chránenej oblasti, kde by mala byť ochrana prírody a kultúry základovým kameňom a kľúčovým aspektom turizmu. Či sa hotelieri na Slovensku snažia byť dostatočne environmentálne uvedomelí, približovať sa k cieľu trvalo udržateľného rozvoja cestovného ruchu vo svojej chránenej lokalite a zároveň dávajú možnosť svojim hosťom cestovať zodpovedne, tým sa zaoberá práve moja bakalárska práca.

Práca je štandardne rozdelená na teoretickú a praktickú časť. V teoretickej časti je najskôr na základe poznatkov z odbornej literatúry vymedzený cestovný ruch a jeho základné pojmy, ďalej je rozoberaná problematika udržateľného cestovného ruchu ako vo svete, tak na území Slovenska a špeciálne v chránených oblastiach. Druhá polovica sa venuje ubytovacím službám, vrátane kategorizácie a klasifikácie a udržateľnému hotelierstvu s rozobratím pojmov ako ekologický hotel, green management, greenwashing či greenhushing.

Praktická časť je rozdelená na dve časti, v ktorých je riešený cestovný ruch v dvoch chránených krajinných oblastiach na Slovensku – Štiavnické vrchy a Malé Karpaty, pričom každá oblasť je všeobecne charakterizovaná a sú v nej rozobraté základné parametre cestovného ruchu ako je návštevnosť, počet ubytovacích zariadení, ich tržby a priemerná cena za ubytovanie. Ďalej práca obsahuje analýzu a výsledky dotazníkového šetrenia zameraného na využívanie udržateľných praktík vo vybraných hoteloch v oboch chránených oblastiach. Záverom je zhodnotená realizovaná analýza a navrhnuté vhodné opatrenia pre zlepšenie udržateľnosti v skúmaných hoteloch a chránených oblastiach.

CIELE A METÓDY SPRACOVANIA PRÁCE

Hlavným cieľom bakalárskej práce je zhodnotiť súčasný stav využívania udržateľných praktík vo vybraných hoteloch na Slovensku v CHKO a navrhnúť opatrenia pre zlepšenie udržateľnosti v danej oblasti. Medzi dielčie ciele patrí prispieť k udržateľnému rozvoju cestovného ruchu v skúmaných chránených oblastiach a intenzívnejšie prepojenie cestovného ruchu s ochranou prírody na území Slovenska.

Pre potreby splnenia vytýčených cieľov sa zhromaždili dáta za pomoci kvantitatívneho výskumu – dotazníkového šetrenia, ktorý bol realizovaný online i osobne v konkrétnych hotelových prevádzkach v dvoch chránených krajinných oblastiach na Slovensku. Dotazníkové šetrenie bolo zamerané na zistenie unikátneho pohľadu hostí na udržateľné správanie hotela, v ktorom sa ubytovali. Získané dáta boli analyzované a spracované do tabuliek a grafov spolu s príslušným komentárom.

Postup práce obsahuje najskôr zhrnutie odborných poznatkov o udržateľnom cestovnom ruchu a hotelierstve v rámci teoretickej časti spracovaný prostredníctvom literárnej rešerše. V druhej, praktickej časti sú charakterizované základné údaje o chránených krajinných oblastiach Štiavnické vrchy a Malé Karpaty z hľadiska cestovného ruchu a ďalej prezentovaná analýza využívania udržateľných praktík vybraných hotelov z pohľadu hostí. Na základe získaných informácií a výsledkov analýzy bolo spracované zhrnutie praktickej časti, ktoré je obohatené o SWOT analýzu s cieľom jasnejšieho vytýčenia jednotlivých bodov pre zlepšenie udržateľnosti, ktoré sú uvedené v rámci návrhovej časti.

I TEORETICKÁ ČASŤ

1 VYMEDZENIE ZÁKLADNÝCH POJMOV CESTOVNÉHO RUCHU

Dnes existuje množstvo spôsobov ako vymedziť a chápať pojem cestovný ruch. Pravdepodobne celosvetovo najznámejšou a najpoužívanejšou definíciou je tá pochádzajúca zo slovníka pojmov Svetovej organizácie cestovného ruchu – UNWTO (UN Tourism, © 2025), ktorá znie takto: „*Cestovný ruch je sociálny, kultúrny a hospodársky jav, ktorý zahŕňa pohyb ľudí do krajín alebo na miesta mimo ich obvyklého prostredia na osobné alebo obchodné/profesionálne účely. Títo ľudia sa nazývajú návštevníci (môžu to byť turisti alebo výletníci; rezidenti alebo nerezidenti) a cestovný ruch súvisí s ich aktivitami, z ktorých niektoré zahŕňajú výdavky na cestovný ruch.*“

Cook et al. (2018) uvádzajú, že sa o spoločnej definícii cestovného ruchu stále diskutuje, avšak navrhuje sa, aby sa táto všeobecne dohodnutá definícia rozšírila o pojem presídlenie, tzn. zachytávala fakt, že sa návštevník rozhodne opustiť niečo známe, s cieľom zúčastniť sa na niečom novom.

S definíciou organizácie UNWTO sa zhoduje aj Gúčík (2000, cit. podľa Gúčík, 2020, s. 22), ktorý hovorí, že cestovný ruch je „*súbor činností zameraných na uspokojovanie dopytu spojeného s cestovaním a pobytom osôb mimo miesta obvyklého bydliska a zvyčajne vo voľnom čase za účelom odpočinku, poznávania, zdravia, rozptýlenia a zábavy, kultúrneho a športového vyžitia, ako aj služobných ciest*“.

Bližšie charakterizovať cestovný ruch je možné aj prostredníctvom znakov, ktorými sú:

1. Cestovanie a dočasný pobyt mimo miesta trvalého bydliska
2. Účelom je uspokojovanie špecifických potrieb
3. Cestovanie vo voľnom čase, u pracovných ciest v pracovnom čase
4. Získanie úžitkového efektu – komplexného zážitku ako cieľa cestovného ruchu (Gúčík, 2010)

Pojem cestovný ruch sa veľmi často a jednoducho zamieňa s pojmom cestovanie. Cestovanie je však všeobecným pojmom, ktorý predstavuje priestorové a časové premiestňovanie ľudí, tzv. cestujúcich podľa ich záujmov a cieľov. Cestovný ruch je naopak kategóriou, ktorá sa nachádza pod silným vplyvom ekonomiky, má nezárobkový charakter a zmena miesta trvalého bydliska je dočasná. (Beránek, 2016)

Ďalej je možné sa, mimo pojmu cestovný ruch, stretnúť s termínmi rekreácia či turistika. Tieto termíny sa tiež významovo odlišujú od pojmu cestovný ruch. Rekreáciu je možné chápať ako reprodukciu fyzických, intelektuálnych a emocionálnych síl alebo taktiež ako činnosť ľudí, ktorí sa zaoberajú usporiadaním a využívaním svojho voľného času. Turistika v rôznych formách (pešia turistika, cykloturistika, vodná turistika, apod.) je súčasťou športového cestovného ruchu, pričom spoločne s rekreáciou predstavujú základné motívy cestovného ruchu a preto sa neradia medzi jeho synonymá. Naopak, plnohodnotnou náhradou pojmu cestovný ruch môže byť termín turizmus. (Beránek, 2016)

1.1 Subjekt cestovného ruchu

Subjektom sa rozumie účastník cestovného ruchu, ktorý uspokojuje svoje turistické potreby a vyznačuje sa špecifickými fyziologickými, psychologickými, ekologickými, ekonomickými a sociálnymi vlastnosťami a stavmi dôležitými pre poskytovateľov služieb cestovného ruchu. Z ekonomického hľadiska vystupuje účastník cestovného ruchu ako nositeľ dopytu a zároveň ako spotrebiteľ produktu cestovného ruchu. (Beránek, 2016)

Gúčík (2020) vníma subjekt cestovného ruchu ako návštevníka, ktorý v rámci cestovania a pobytu mimo miesta zvyčajného bydliska uspokojuje svoje potreby tým, že spotrebovávajú statky a služby cestovného ruchu.

Subjekt cestovného ruchu alebo návštevník sa môže ďalej deliť nasledovne:

Rezident – v rámci domáceho cestovného ruchu je osoba žijúca aspoň 6 po sebe idúcich mesiacov na rovnakom mieste pred príchodom do iného miesta na kratšie ako 6 mesiacov. V rámci zahraničného cestovného ruchu je ním osoba žijúca v štáte aspoň 1 rok pred príchodom do iného štátu na menej ako 1 rok.

Turista – návštevník cestujúci za dovolenkovým cieľom. V rámci domáceho cestovného ruchu trvalo usadený návštevník, ktorý cestuje minimálne na jedno prenocovanie, ale nie dlhšie ako na 6 mesiacov, v rámci zahraničného cestovného ruchu je ním návštevník cestujúci do iného štátu minimálne na jedno prenocovanie, ale nie dlhšie ako 1 rok. Aby mohol byť turista braný za dovolenkára, musí jeho pobyt prekročiť určený počet nocí, napr. 2 až 3 noci v Slovenskej republike.

Výletník – návštevník cestujúci na menej ako 24 hodín bez prenocovania. (Gúčík, 2020)

1.2 Objekt cestovného ruchu

Objekt cestovného ruchu je nositeľom ponuky v rámci cestovného ruchu, pričom ide o všetko, čo sa môže stať cieľom zmeny miesta pobytu účastníka. Jedná sa o prírodu, kultúru, hospodárstvo a spoločnosť. (Patúš, 1997)

Na objekt cestovného ruchu nadväzuje primárna a sekundárna ponuka. **Primárna ponuka** je potenciálom pre existenciu cestovného ruchu a lákadlom pre účastníkov, ktorí ho vyhľadávajú v cieľovom mieste. (Beránek, 2016)

Cieľové miesto je stredisko cestovného ruchu, región či štát, ktorý vďaka existencii prírodných a kultúrno-historických zdrojov či umelo vytvorených atraktivít predstavuje pre návštevníkov cieľ ich cestovania a pobytu. Tieto zdroje sú motívmi cestovania a pobytu pre návštevníkov a v cestovnom ruchu majú funkčnú i časovú využiteľnosť. Ponuka cieľového miesta je podmienená motívom účasti, ktorým môže byť napr. oddych, poznávanie, zdravie, kultúrne a športové vyžitie alebo spoločenská komunikácia. (Gúčík, 2020)

Sekundárnu ponuku predstavujú podniky, zariadenia a inštitúcie cestovného ruchu, t. j. infraštruktúra, vďaka ktorej sa môže návštevník ubytovať, stravovať a využívať doplnkové služby – športové, kultúrne, rekreačné, atď. Sekundárna ponuka je priamo závislá na primárnej, preto napr. na mieste s náleziskom prírodných liečivých zdrojov vznikajú kúpele alebo rôzne rekreačné zariadenia sa zameriavajú na možnosti kúpania, turistiky či napríklad zimné športy. (Beránek, 2016)

1.3 Produkt cestovného ruchu

Produkt cestovného ruchu je spojením hmotných a nehmotných prvkov – prírodných, kultúrnych, umelo vytvorených zdrojov, atrakcií, zariadení, služieb a činností okolo konkrétného centra záujmu. Toto centrum tvorí jadro cieľového marketingového mixu, pričom sa vytvára komplexný zážitok z návštevy, vrátane emócií pre potenciálnych zákazníkov. Predáva sa prostredníctvom distribučných kanálov a prechádza svojim životným cyklom. (UN Tourism, © 2025)

Tento produkt môže mať podobu aj tzv. pobytového balíka, ktorý kombinuje viac služieb do jedného. Môže ísť napríklad o ubytovanie, spoločne so stravovaním, wellness, lístkom na lanovku apod. V dnešnej dobe je v cestovnom ruchu priam nevyhnutnosťou ponúkať zákazníkovi komplexný súbor zážitkov – balík služieb, s cieľom naplniť či prevýšiť zákazníkove očakávania a zabezpečiť tak jeho návrat do destinácie. (Slobodníková, 2022)

2 UDRŽATELNÝ CESTOVNÝ RUCH

UN Tourism (© 2025) definovala udržateľný cestovný ruch ako taký, „*ktorý v plnej miere zohľadňuje svoje súčasné a budúce ekonomické, sociálne a environmentálne dôsledky, riešenie potrieb návštevníkov, priemyslu cestovného ruchu, životného prostredia a hostiteľskej komunity.*“

Gúčík (2020, s. 85) hovorí, že „*udržateľný cestovný ruch predpokladá zodpovedné cestovanie, chráni prírodné a kultúrne dedičstvo a udržiava blahobyt rezidentov. Netýka sa iba návštevníkov, ktorí sa stotožňujú s prírodnými a kultúrnymi zdrojmi cieľového miesta a snažia sa ich chrániť, ale aj antropogénnej ponuky cieľových miest, súkromného a verejného sektora.*“

Udržateľný rozvoj cestovného ruchu zabezpečuje zaistenie súčasných i budúcich potrieb účastníkov cestovného ruchu, pričom pomáha rozvoju územia. Ak sa prihliadne k šetrnému využívaniu prírodných a kultúrnych hodnôt, cestovný ruch vedie k dlhodobej prosperite v danej oblasti. (CzechTourism, © 2008–2024)

Cestovný ruch orientovaný na udržateľnosť a spoločenskú zodpovednosť vďaka koncepcnému plánovaniu a rozvoju dlhodobo nenarúša prírodné, kultúrne ani sociálne prostredie. Cieľom tohto typu cestovného ruchu je totiž celkové zachovanie kvality životného prostredia a rešpektovanie životného štýlu miestnych obyvateľov. (Pásková a Zelenka, 2018)

Základné ciele pre udržateľný rozvoj v cestovnom ruchu obsahuje Globálny etický kódex cestovného ruchu definovaný medzinárodnou organizáciou UNWTO. (CzechTourism, © 2008–2024) Tento kódex apeluje na vhodné konanie a zmýšľanie aktérov cestovného ruchu tým, že vymedzuje role cestovného ruchu a spôsoby jeho udržateľného rozvoja. Môže ísť napr. o podporu prírodného cestovného ruchu a ekoturizmu, alebo posudzovanie investícií na životné prostredie. (Pásková a Zelenka, 2018)

Udržateľný cestovný ruch v Kódexe zahŕňa článok 3 – Cestovný ruch ako súčasť udržateľného rozvoja, ktorého obsahom sú rôzne zaujímavé časti:

- Životné prostredie by mali chrániť všetci účastníci rozvoja cestovného ruchu s cieľom dosiahnuť primeraný, nepretržitý a udržateľný ekonomický rozvoj zameraný na rovnoprávne uspokojovanie potrieb a túžob súčasných i budúcich generácií.

- Národné, regionálne a miestne verejné orgány by mali preferovať a podporovať všetky formy rozvoja cestovného ruchu, ktoré vedú k zachovaniu drahých a vzácných zdrojov, najmä vody a energie, ale aj tie, ktoré vedú k zamedzeniu vytvárania odpadu, pokiaľ je to možné.
- Turistická infraštruktúra a turistické aktivity by mali byť navrhované tak, aby bola zaistená ochrana prírodného dedičstva spočívajúca v zachovaní ekosystémov a biologickej rozmanitosti, a taktiež v zachovaní ohrozených druhov živočíchov a rastlín. Osoby, ktoré sa podieľajú na rozvoji turistiky, (najmä turistickí profesionáli) by mali prijať obmedzenia svojich činností prevádzkovaných v obzvlášť citlivých oblastiach a ich cieľom by malo byť, aby nezasahovali do prírodných rezerv a chránených oblastí.
- Ekoturizmus a prírodný cestovný ruch sú veľmi vhodné na rozšírenie a zlepšenie pozície cestovného ruchu, ak rešpektujú prírodné dedičstvo, miestne obyvateľstvo a v neposlednom rade sú aj v súlade s kapacitou navštívených miest. (Závodná, 2015)

V udržateľnom cestovnom ruchu je mimoriadne dôležitá vyváženosť ochrany životného prostredia, prínosov pre ľudskú spoločnosť a stabilného ekonomického rastu. Tieto 3 dôležité aspekty sú zobrazené v schéme „troch P“, Planet – People – Profit, ktorej autorom je profesor Donald Hawkins. (Závodná, 2015)



Obrázok 1 Schéma Planet – People – Profit

(zdroj: Závodná, 2015)

Trojuholník znázorňujúci udržateľný rozvoj zobrazuje tri ciele. Prvým cieľom je **hospodárstvo**, ktoré znamená vytváranie bohatstva pre všetky zainteresované strany udržateľnými spôsobmi výroby i spotreby. Druhým je **životné prostredie**, tzn. ochrana a

riadenie zdrojov. Tretí cieľ predstavuje **sociálna spravodlivosť** predstavujúca rovnosť a účasť všetkých sociálnych skupín na udržateľnom rozvoji. Cieľom schémy je, aby sa všetky tri ciele dosiahli súčasne. Problémom však môže byť zameranie sa iba na jeden konkrétny cieľ na úkor ostatných dvoch. Rýchlo sa teda do schémy „troch P“ pridalo štvrté P: Progress (pokrok). Jeho začlenenie pôsobí ako hnacia sila pre podniky, aby integrácia etiky a dlhodobého záväzku viedla k lepšiemu fungovaniu v rámci poslania spoločnosti. (Legrand et al., 2023)

Spoločensky zodpovedné správanie a podnikanie by sa malo taktiež prejavovať v rešpekte limitov rozvoja regiónov a cieľových miest. (Gúčik, 2020) Preto je dôležité spomenúť limitné kapacity, ktoré Gajdošíková (2020) delí na sociálne, ekonomické a environmentálne. Sociálne limity predstavujú taký počet návštevníkov, pri ktorom rezidenti ešte nevnímajú negatívne účinky cestovného ruchu. Negatívnymi účinkami sa rozumie rast cien, kriminalita, masový cestovný ruch a pod. Pozornosť by sa preto mala smerovať na také druhy cestovného ruchu, ktoré negatívne neovplyvňujú kultúru v cieľových miestach a zároveň taký počet návštevníkov, ktorý je pre rezidentov prijateľný a nebude ich obmedzovať. Ekonomické limity vyjadrujú taký počet návštevníkov, pri ktorom je možné stále plne uspokojiť ich potreby bez poklesu spokojnosti, príjmov podnikateľov, príjmov cieľového miesta i príjmov rezidentov. Environmentálne limity sa sústreďujú na primárne zdroje cestovného ruchu, pričom sa sleduje taký počet návštevníkov, ktorý tieto zdroje neznehodnotí, ale umožní zvýšiť ich kapacitu novými investíciami.

2.1 Zásady a princípy udržateľného cestovného ruchu

Zásady udržateľného rozvoja v rámci cestovného ruchu zohľadňujú hospodárske, ekologické i socio-kultúrne priority, pričom cieľom je prispieť k lepšej kvalite života ako v súčasnosti, tak aj v budúcnosti. Na svete je niekoľko organizácií, ktoré sa venovali vypracovaniu zásad trvalo udržateľného rozvoja. Príkladmi organizácií môžu byť vlády na Ostrove princa Eduarda či Quebecu, rôzne univerzity, akademické knihy a medzinárodné inštitúcie. Za zmienku určite stoja zásady quebeckého zákona o trvalo udržateľnom rozvoji, ktorými sú: zdravie a kvalita života, sociálna spravodlivosť a solidarita, ochrana životného prostredia, hospodárska efektívnosť, účasť a angažovanosť, prístup k vedomostiam, subsidiarita, medzivládne partnerstvo a spolupráca, prevencia, opatrnosť, ochrana kultúrneho dedičstva, zachovanie biodiverzity, rešpektovanie podpornej kapacity

ekosystému, zodpovedná výroba a spotreba, znečisťovatelia musia znášať svoj podiel a internalizácia nákladov. (Fennel a Cooper, 2020)

Okrem zásad sa v terminológii objavujú aj princípy udržateľného cestovného ruchu. Takéto definovala napríklad organizácia UNWTO, pričom tie sú uplatniteľné vo všetkých formách cestovného ruchu a vo všetkých typoch destinácií. Jedná sa o:

1. Optimálne využívanie prírodných zdrojov tvoriacich kľúčový prvok v rozvoji cestovného ruchu, udržiavanie základných ekologických procesov a pomoc pri ochrane prírodného dedičstva a biodiverzity
2. Rešpektovanie sociálno-kultúrnej autenticity hostiteľských komunít, ochrana ich kultúrneho dedičstva a tradičných hodnôt a prispievanie k medzi-kultúrnemu porozumeniu a tolerancii
3. Zabezpečenie životaschopných, dlhodobých hospodárskych operácií, poskytovanie sociálno-ekonomických výhod zainteresovaným stranám, ktoré sú spravodlivo rozdelené, vrátane stabilného zamestnania a možnosti zárobku a sociálnych služieb a prispievanie k zníženiu chudoby (UN Tourism, © 2025)

Závodná (2015) podľa Global Tourism spomína taktiež 3 princípy udržateľného cestovného ruchu. Prvým je zachovanie zdrojov, pričom by sa mal brať ohľad nielen na environmentálne zdroje, ale aj na ekonomické, sociálne a kultúrne. Budúcnosť generácií, ktoré by mali možnosť profitovať zo zdrojov, príležitostí a možností trvajúcich čo najdlhšie, je druhým princípom udržateľného rozvoja. Tretím je spravodlivosť, tzn. fair play počas rozdeľovania úžitkov a nákladov za ľudskú činnosť.

2.2 Dimenzie udržateľného cestovného ruchu

Zásady udržateľnosti sa vzťahujú na tri kľúčové aspekty, tzv. dimenzie rozvoja cestovného ruchu – environmentálnu, sociálno-kultúrnu a ekonomickú. Medzi týmito tromi dimenziami musí byť vytvorená vhodná rovnováha, aby sa tak zaručila dlhodobá udržateľnosť. (UNWTO, 2024)

Niektorí autori ako napr. Choi a Sirakya (2006, cit. podľa Závodná, 2015) zaraďujú medzi vyššie spomenuté tri dimenzie udržateľného rozvoja ešte niekoľko ďalších, ktorými sú politická, psychologická alebo technologická dimenzia. Politická dimenzia znamená zainteresovanosť miestnych obyvateľov do spolurozhodovania a prepojenie udržateľnosti do politického systému, technologická udržateľnosť poukazuje na prínosy modernej

technológie pre domácu komunitu a psychologická udržateľnosť odzrkadľuje spokojnosť miestnych komunít, rovnako ako aj návštevníkov.

2.2.1 Environmentálna dimenzia

Táto dimenzia je najčastejšie skúmaná medzi poskytovateľmi služieb cestovného ruchu a návštevníkmi, nakoľko plnia kľúčovú rolu pri optimalizácii dopadu cestovného ruchu na životné prostredie. Udržateľnosť v rámci environmentálnej dimenzie cestovného ruchu by mala byť postavená na ochrane krajiny, biodiverzity a geodiverzity, základnom a aplikovanom výskume, úspore energií, vody a ďalších vstupov, pričom by sa mali preferovať obnoviteľné zdroje. Ďalším aspektom tejto dimenzie je prevencia vzniku odpadu, jeho triedenie a recyklácia, zvyšovanie environmentálneho povedomia, orientácia na lokálnosť a regionálnosť a environmentálne preferencie aktérov cestovného ruchu. (Pásková a Zelenka, 2018)

Hlavným cieľom environmentálnej dimenzie je predchádzať krátkodobému a dlhodobému poškodzovaniu životného prostredia, zachovať a podporovať prírodnú rozmanitosť. (Legrand et al., 2023)

2.2.2 Sociálno-kultúrna dimenzia

Pre cestovný ruch z hľadiska sociálnej i kultúrnej udržateľnosti by malo byť dôležité rešpektovať, chrániť a rozvíjať kultúru, systém hodnôt a životný štýl miestnych obyvateľov, podporovať ich aktivity a účasť na destinačnom managemente, dodržiavať ľudské práva a etické kódexy v cestovnom ruchu, preferovať autenticitu pred komodifikáciou, predchádzať vzniku duálnych svetov a taktiež dbať na vhodné pracovné podmienky a firemnú kultúru v rámci spoločnosti, ako aj na sociokultúrnu zodpovednosť dodávateľov a partnerov. (Pásková a Zelenka, 2018)

Medzi najdôležitejšie udržateľné indikátory, ktorým by mal cestovný ruch v rámci sociálno-kultúrnej udržateľnosti venovať pozornosť, patrí:

- Zapojenie miestnych obyvateľov do odvetvia cestovného ruchu
- Spokojnosť návštevníkov a vzťah k rozvoju cestovného ruchu
- Znečistenie a odpadky
- Dostupnosť prostriedkov na údržbu kultúrnych pamiatok a zdrojov
- Druh a rozsah odbornej prípravy zamestnancov cestovného ruchu

- Druhy materiálu budov a dekoru (Fennel a Cooper, 2020)

I keď je sociálno-kultúrna dimenzia najčastejšie skúmaná vo vzťahu k miestnej komunite, podľa Páskovej a Zelenku (2018) by mala byť skúmaná z veľkej časti aj voči návštevníkom, ktorí cez interpretáciu kultúrneho dedičstva, miestnej kultúry a odlišného spôsobu myslenia vedia vyvolať a posilniť svoju sociokultúrnu zodpovednosť, čím sa predchádza nežiadanej komercializácii nehmotného kultúrneho dedičstva.

2.2.3 Ekonomická dimenzia

Ekonomická dimenzia orientovaná na spoločenskú zodpovednosť by mala byť založená najmä na preferovaní miestnych zdrojov, čím sa myslí zamestnávanie rezidentov, orientácia na produkty od miestnych dodávateľov a poskytovateľov služieb. Ďalej by mala spočívať v ekonomickej zodpovednosti v rámci horizontálnej i vertikálnej spolupráce dodávateľov a ostatných partnerov ako aj v odpovedajúcom odmeňovaní zamestnancov a v neposlednom rade vo finančnej podpore miestnych aktivít či kompenzačných programov. Súčasťou ekonomickej udržateľnosti by zároveň malo byť vzdelávanie, osвета a podpora diverzifikovanej, sebestačnej, zdieľanej a zelenej ekonomiky. (Pásková a Zelenka, 2018)

2.3 Členenie udržateľného cestovného ruchu

V odbornej literatúre je možné sa stretnúť s rôznym členením udržateľného cestovného ruchu na druhy a formy. Zatiaľ čo pri určovaní formy cestovného ruchu sa prihliada hlavne k motívom účasti na cestovnom ruchu, druhové určenie zachytáva priebeh a vlastnú realizáciu, ktorá je závislá na ekonomických, sociálnych, geografických a ďalších podmienkach, pričom sa prihliada na výsledný efekt a účinok. (Zelenka a Pásková, 2012, cit. podľa Závodná, 2015).

Závodná (2015) ďalej hovorí, že všetky druhy a formy udržateľného cestovného ruchu sú všeobecne označované termínmi ako zelený cestovný ruch, ekologicky šetrný, alebo iba šetrný cestovný ruch. Podľa autorky je možné zelený cestovný ruch ďalej rozdeliť nasledovne:

- Prírodný cestovný ruch
- Ekoturizmus
- Geoturizmus
- Vidiecky cestovný ruch

- Agroturizmus
- Ekoagroturizmus

Prírodný cestovný ruch je rozsiahlym druhom cestovného ruchu, účasť na ktorom priamo závisí od prírodne hodnotných oblastí, t. j. prírodných lokalít, útvarov a úkazov. (Zelenka a Pásková, 2012). Delí sa na formy, ktorými sú ekoturizmus a geoturizmus. (Závodná, 2015)

Ekoturizmus je formou cestovného ruchu založenou na prírode. Návštevník má v rámci ekoturizmu motiváciu pozorovať, učiť sa, objavovať, zažívať a oceňovať biologickú i kultúrnu rozmanitosť, pričom sa kladie dôraz na zodpovedný prístup k ochrane integrity, ekosystému a zároveň zvyšovaniu blahobytu miestnej komunity. Táto forma zvyšuje povedomie o ochrane biodiverzity, prírodného prostredia a kultúrnych hodnôt medzi obyvateľmi, ale aj návštevníkmi. (UNWTO, 2019)

Geologický cestovný ruch, alebo **geoturizmus**, je forma prírodného cestovného ruchu založená na oboznámení sa s geologickými procesmi Zeme. Medzi objekty geoturizmu patria okrem iného aj bane, hlavne tie transformované na múzeá a ich nadzemné zariadenia, geoparky budované v geologických územiach. Motívmi pre návštevníkov v rámci geologického cestovného ruchu sú geologické objekty, procesy a geoturistické trasy s geologickým dedičstvom. (Gúčík, 2020)

Gúčík (2020) sa taktiež venoval **vidieckemu cestovnému ruchu**, ktorý je podľa neho typický súborom činností, ktoré sú spojené s cestovaním a pobytom osôb vo vidieckom prostredí. Rýchle životné tempo priam núti ľudí z mesta k návratu do prírody, čo následne vplyva na rozvoj vidieckeho cestovného ruchu. V rámci tohto druhu väčšinou ide o ubytovanie na vidieku, ktoré ponúka taktiež možnosť stravovania či vlastnej prípravy stravy a rôzne aktivity spojené s vidiekom a prírodou. Môže mať zároveň formu chatárenia alebo chalupárenia. Cieľom vidieckeho cestovného ruchu je aktívne zapojenie rezidentov do poskytovania služieb účastníkom cestovného ruchu.

Pre **agroturizmus** je charakteristické spoznávanie alternatívneho spôsobu života v blízkom kontakte s prírodou, priamou spoluúčasťou na hospodárskych aktivitách, pešia turistika a cykloturistika, jazda na koni, spoznávanie pôvodných techník výroby potravín, chov hospodárskych zvierat a pod. Pre tento druh cestovného ruchu je typické využívanie už existujúcich zdrojov a miestnych surovín a blízky sociálny kontakt návštevníkov s rezidentmi a spoznávanie miestneho životného štýlu. (Zelenka a Pásková, 2012)

Ekoagroturizmus je druhom agroturizmu, pričom ide o hospodárenie na ekologicky zameranom hospodárstve zaoberajúcom sa výrobou bioproduktov. (Závodná, 2015)

Schwartzhoffová a Kotíková (2017) navyše zaraďujú medzi udržateľné „alternatívne“ formy cestovného ruchu taktiež **turistiku na koni**, tzn. jazdy na koni a saniach po rôznych trasách, konské prehliadky, dovolenku na koni, jazdecké akcie či súťaže a ďalej **dobrovoľnícky cestovný ruch**.

Na záver je však potrebné podotknúť, že udržateľnosť v cestovnom ruchu sa nevzťahuje len na určité druhy a formy cestového ruchu, naopak týka sa všetkých druhov a foriem, ktoré sú jeho súčasťou. (Gúčík, 2020)

2.4 Udržateľný cestovný ruch vo svete

Cestovný ruch šetrný k životnému prostrediu nebude ďalej len trendom, ale skôr nevyhnutnosťou. Nedávne štúdie ukazujú, že až $\frac{3}{4}$ turistov sveta by radi cestovali udržateľnejšie a až 90 % spotrebiteľov sa zaujíma o ekologické možnosti cestovania. Toto vnímanie podnietilo destinácie po celom svete uvažovať udržateľnejšie, teda investovať do obnoviteľných zdrojov energie, znižovania množstva odpadu, ochrany prírody, komunitného cestovného ruchu a pod. (Ukpanah, 2024)

Index environmentálnej výkonnosti (Environmental Performance Index – EPI) poskytuje prehľad o stave udržateľnosti 180 krajín po celom svete. V jeho rebríčku je aktuálne najudržateľnejšou krajinou Estónsko, za ním nasledujú západné krajiny ako Luxembursko, a Nemecko, zo severu Fínsko, Spojené kráľovstvo, Švédsko a Nórsko, ďalej pokračuje Rakúsko, Švajčiarsko a 10. miesto uzatvára Dánsko. Česká republika obsadila 17. pozíciu a Slovensko sa zaradilo hneď pod svojou susediacou krajinou na 18. miesto. Tento rebríček je zostavený na základe 58 ukazovateľov, ktoré odrážajú pokrok krajín pri zmierňovaní zmeny klímy, ochrane vitality ekosystémov a podpore environmentálneho zdravia, pričom ukazovatele tým zaznamenávajú pokrok krajín v plnení cieľov trvalo udržateľného rozvoja. (EPI, 2024)

Podľa Ukpanah (2024) je najudržateľnejšou európskou destináciou považovanou za zelené hlavné mesto Európy španielska Velencia, ktorá sa zaviazala do roku 2025 vyrábať 100 % elektrickej energie z obnoviteľných zdrojov. Medzi ďalšie udržateľné destinácie patrí Island, Göteborg vo Švédsku, Kodaň v Dánsku, Bordeaux vo Francúzsku, Lahti vo Fínsku, Zürich vo Švajčiarsku, Edinburgh v Spojenom kráľovstve či portugalské Azorské ostrovy.

Téme udržateľného cestovného ruchu sa na svete venuje mnoho organizácií. Nájdeme medzi nimi medzivládne orgány ako Svetová organizácia cestovného ruchu (UNWTO), Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj (OECD), Medzinárodná únia na ochranu prírody (IUCN), ďalej nevládne organizácie, ktorými sú Greenpeace či Svetový fond na ochranu prírody (World Wildlife Fund), a taktiež hlavné obchodné organizácie, napr. Svetová rada pre cestovanie a cestovný ruch (WTTC), alebo Globálna rada pre udržateľný cestovný ruch (GSTC). Každá z organizácií sa v rámci udržateľného cestovného ruchu špecializuje určitým smerom, pričom dbajú na ovplyvňovanie udržateľnosti rôznymi spôsobmi v snahe dosiahnuť ciele trvalo udržateľného rozvoja. (Fennel a Cooper, 2020)

Udržateľným rozvojom sa zaoberá taktiež Európska únia, nakoľko ten je základným prvkom jej hospodárskeho a civilizačného rozvoja. O udržateľnosti v cestovnom ruchu je možné sa dočítať napríklad v tzv. Bielej knihe, ktorá poukazuje na východiskovú situáciu a dopady klimatických javov, hrozby, prístupy k zmierneniu dopadov a budúcnosť. (Závodná, 2015)

2.4.1 Agenda 2030

Podľa Gúčika (2020) má udržateľný cestovný ruch zabezpečiť uspokojovanie potrieb súčasných účastníkov cestovného ruchu, ale taktiež ochranu a zachovanie príležitostí pre budúcnosť.

Preto v roku 2015 prijala OSN dokument pod názvom Agenda 2030 pre udržateľný rozvoj. UNWTO následne vypracovala dokument Cestovný ruch a ciele Agendy 2030 pre udržateľný rozvoj, ktorý nahrádza pôvodný dokument – Agendu 21 z roku 1987. Obsahom nového dokumentu je 17 cieľov pre verejný a súkromný sektor a odporúčané postupy do roku 2030. (Gúčík, 2020)

Týchto 17 cieľov zahŕňa 169 čiastkových cieľov a 231 jedinečných ukazovateľov, ktoré sa venujú rôznym témam ako napr. chudoba, potravinová bezpečnosť, zabezpečenie zdravého života a kvalitného vzdelania, prístup k vode a energiám, nerovnosť, ochrana prírodného prostredia, podpora zamestnanosti, atď. (Legrand et al., 2023)

1. Ukončenie chudoby všade a vo všetkých jej formách
2. Skoncovanie s hladom, dosiahnutie potravinovej bezpečnosti a lepšej výživy ako aj podpora udržateľného hospodárstva
3. Zabezpečenie zdravého života, podpora blahobytu pre všetkých bez rozdielu veku

4. Zabezpečenie kvalitného a rovnocenného vzdelávania a podpora možnosti celoživotného vzdelávania pre všetkých
5. Dosiahnutie rodovej rovnosti a posilnenie postavenie všetkých žien a dievčat
6. Dostupné a trvalo udržateľné hospodárenie s vodou a sanitáciou pre všetkých
7. Prístupná a cenovo dostupná, spoľahlivá, udržateľná a moderná energia pre všetkých
8. Podpora trvalého, inkluzívneho a udržateľného hospodárskeho rastu, plnej a produktívnej zamestnanosti a dôstojnej práce pre všetkých
9. Budovanie odolnej infraštruktúry, podpora inkluzívnej, udržateľnej industrializácie a inovácií
10. Zníženie nerovnosti medzi krajinami a v rámci nich
11. Tvorba inkluzívnych, bezpečných, odolných a udržateľných miest i ľudských sídiel
12. Zabezpečenie udržateľnej výroby a spotreby
13. Prijatie opatrení v boji proti zmene klímy a jej vplyvom
14. Zachovanie a udržateľné využívanie oceánov, morí a ich zdrojov v záujme trvalo udržateľného rozvoja
15. Ochrana, obnova a podpora trvalo udržateľného využívania ekosystémov, udržateľné obhospodarovanie lesov, boj proti dezertifikácii, zastavenie a zvrátenie degradácie pôdy a straty biodiverzity
16. Podpora mierových spoločností pre udržateľný rozvoj, zabezpečenie prístupu k spravodlivosti pre všetkých a budovanie účinných a zodpovedných inštitúcií na všetkých úrovniach
17. Posilnenie prostriedkov implementácie a oživenie globálnych partnerstiev pre trvalo udržateľný rozvoj (United Nations, 2015)

Agenda 2030 v rámci udržateľného rozvoja cestovného ruchu udáva rôzne konkrétnejšie ciele pre dané odvetvie. Vo **verejnom sektore** sa jedná o vytvorenie priaznivej politiky cestovného ruchu, vytváranie vhodného podnikateľského prostredia a podmienok pre dôstojnú prácu a ekonomický rast, vytváranie partnerstiev subjektov, ktorí sa podieľajú na rozvoji cestovného ruchu, stimulácia malých a stredných podnikov čím sa podporujú udržateľné produkty a spotreba, zvýšenie konkurencieschopnosti, ziskovosti podnikov a

samozrejme spokojnosti návštevníkov i rezidentov. **Súkromný sektor** by sa mal zamerať na vytváranie zisku, ale zároveň by mal byť ohľaduplný voči životnému prostrediu, nakupovať regionálne statky a generovať sociálne prínosy pre rezidentov. Ďalej by sa mali uplatňovať princípy udržateľného rozvoja v podnikateľských procesoch takým spôsobom, aby sa neohrozili podnikateľské ciele a prispelo sa ku konkurencieschopnosti podnikov, ovplyvňovať znižovanie disparít a udržateľnosť cieľových miest ako aj zabezpečiť spätné investovanie zisku do miestnej ekonomiky. (Gúčík, 2020)

Na základe snahy dosiahnuť všetkých 17 cieľov trvalo udržateľného rozvoja sa každým rokom zostavuje rebríček krajín – členských štátov OSN, ktorých skóre interpretuje celkový pokrok pri dosahovaní týchto cieľov. V roku 2024 sa s najvyšším skóre 86,35 %, t. j. najvyšším percentuálnym podielom dosiahnutých cieľov, na čelo rebríčka dostalo Fínsko, nasledovali krajiny ako Švédsko, Dánsko, Nemecko a Francúzsko. Česká republika obsadila 12. pozíciu a Slovenská republika skončila na 21. mieste. (Sustainable Development Report, 2024)

2.5 Udržateľný cestovný ruch na Slovensku

Václav Miko, generálny riaditeľ národnej destinačnej organizácie SLOVAKIA TRAVEL pre rozhovor s publicistickým webom Reflex.cz uviedol, že Slovenská republika je druhou najzelenšou krajinou v Európe a udržateľný cestovný ruch sa v nej rozvíja aj vďaka tomu, že v nej neprebíha masový turizmus. Disponuje pamiatkami UNESCO, minerálnymi prameňmi, ktorých sa na jej území nachádza skoro 2 000, 9 národnými parkami, viac ako 7 000 jaskyňami, pričom 60 z nich je voľne prístupných. Pre návštevníkov je táto krajina atraktívna svojou unikátnosťou a autenticitou. (Reflex, 2023)

Hoppej (2020), vo svojom blogu spomína názor spoluautora česko-slovenského projektu #ObjavUdržateľnéSlovensko Ing. Lukáša Žaludka, ktorý označil Slovensko za krajinu prekypujúcu rôznymi pozoruhodnými atrakciami, cieľmi, remeslami, regionálnymi špecialitami, tradíciami, ktoré sú v súlade s udržateľným rozvojom alebo podporujú princípy udržateľného cestovného ruchu. Podotkol však, že mnohí slovenskí občania, ako aj turisti o týchto zaujímavostiach nemajú vôbec žiadne informácie.

Udržateľný cestovný ruch na Slovensku by sa mal ďalej uberať kvalitatívnym smerom, tzn. mali by sa uprednostňovať aktivity spojené s využívaním a citlivou ochranou už existujúcich zdrojov cestovného ruchu a tiež citlivým uspokojovaním dopytu návštevníkov. Do popredia by sa mala stavať modernizácia zariadení a inovácie, kvalita ponuky produktov

a manažmentu cestovného ruchu. Kvantitatívny rast kladie dôraz na čoraz väčší záber plôch, čím sa znižuje kvalita života i efektívnosť podnikania a keďže na Slovensku sú existujúce kapacity dvojnásobne väčšie ako efektívny dopyt, politika Slovenskej republiky by mala uprednostňovať práve kvalitatívny rast. (Gúčík, 2020)

2.5.1 Stratégia rozvoja udržateľného cestovného ruchu Slovenska

Východiskovým strategickým materiálom pre cestovný ruch na Slovensku určujúcim smerovanie odvetvia pre nasledujúcich desať rokov je Stratégia rozvoja udržateľného cestovného ruchu do roku 2030. Účelom dokumentu je podpora naplnenia úloh vyplývajúcich z Programového vyhlásenia vlády SR a Agendy 2030, zameranie sa na budovanie jednotnej prezentácie krajiny a na primerané využívanie prírodných a kultúrnych zdrojov. (Sekerák a Paule, 2020)

Hlavný strategický cieľ Stratégie rozvoja udržateľného cestovného ruchu na Slovensku do roku 2030 je nasledovný: „*Znižovanie sezónnych disparít vytváraním komplexnej ponuky cestovného ruchu udržateľným využívaním potenciálu krajiny pri zvyšovaní ekonomického rastu regiónov a zlepšovaním rozpoznateľnosti Slovenska ako atraktívnej a autentickej dovolenkovej destinácie.*“ (Gúčík, 2020, s. 398)

Aby sa daný cieľ naplnil, vytýčili sa 4 špecifické oblasti: Partnerstvo, Produkt, Prezentácia a Profesionalita. Každá z uvedených oblastí obsahuje vlastné portfólio úloh pre zvýšenie úrovne v danej rovine. Ide o rozvoj cestovného ruchu cielenou spoluprácou v prierezových činnostiach, aktívne podieľanie sa na zvyšovaní kvality produktov cestovného ruchu, budovanie jednotnej prezentácie Slovenska ako atraktívnej dovolenkovej destinácie a vytváranie podmienok pre lepšie uplatnenie absolventov na trhu práce v spojení s naplnením jeho potrieb. (Sekerák a Paule, 2020)

Gúčík (2020) spomína čiastkové ciele udržateľného cestovného ruchu, ktoré zahŕňajú prierezové opatrenia. Jedná sa o:

1. Vzdelávanie
2. Kvalitu služieb
3. Jednotnú prezentáciu Slovenska
4. Medzinárodnú spoluprácu
5. Získavanie štatistických údajov cestovného ruchu

6. Manažment cieľových miest cestovného ruchu
7. Spoluprácu pri ochrane a kultivácii prírodných a kultúrnych atraktivít cestovného ruchu
8. Sprístupnenie cestovného ruchu zdravotne znevýhodneným skupinám obyvateľstva
9. Endogénny rozvoj regiónov

Stratégia rozvoja zároveň rešpektuje Agendu 2030 pre udržateľný rozvoj. (Gúčík, 2020) Keďže Vláda Slovenskej republiky vníma tento medzinárodný dokument ako príležitosť a prostriedok pre rozvoj Slovenska, určila 6 národných priorít k naplneniu jej cieľov: 1. vzdelávanie pre dôstojný život, 2. smerovanie k znalostnej a environmentálne udržateľnej ekonomike pri demografických zmenách a meniacom sa globálnom prostredí, 3. Znižovanie chudoby a sociálna inklúzia, 4. Udržateľné sídla, regióny a krajina v kontexte zmeny klímy, 5. Právny štát, demokracia a bezpečnosť 6. dobré zdravie. (Slobodníková, 2022)

2.6 Cestovný ruch v chránenej oblasti

Chránená oblasť je podľa Medzinárodnej únie na ochranu prírody – IUCN (Dudley, 2008, s. 8) definovaná ako *„jasne vymedzený geografický priestor, ktorý je uznaný vyhradený a spravovaný prostredníctvom právnych alebo iných účinných prostriedkov s cieľom dosiahnuť dlhodobú ochranu prírody so súvisiacimi ekosystémovými službami a kultúrnymi hodnotami.“*

Na cestovný ruch v chránených oblastiach a jeho stimuláciu v smere ekologicky šetrného rozvoja je vyvíjaný obzvlášť veľký tlak, nakoľko turizmus má jedinečné postavenie a schopnosť stať sa ekonomickým aj sociálnym prínosom pre miestnych obyvateľov a zároveň disponuje prostriedkami, ktoré môžu pomôcť udržiavať a chrániť životné prostredie. (Závodná, 2015)

Práve priaznivý vplyv na rozvoj, zachovanie a ochranu prostredia, spoločenských, druhov a procesov v kombinácii s rozvojom aktivít cestovného ruchu tak, aby bol prospešný pre miestne komunity, je hlavným predpokladom udržateľnosti cestovného ruchu v chránených územiach. (Štrba et al., 2022)

Fennel a Cooper (2020) na základe Európskej charty trvalo udržateľného rozvoja v chránených oblastiach vo svojej knihe spomenuli kľúčové zložky udržateľnej destinácie. Ide o:

- ochranu prírodného a kultúrneho dedičstva,
- účasť všetkých zainteresovaných strán prostredníctvom vytvorenia fóra udržateľnej destinácie,
- efektívna partnerská spolupráca,
- plánovanie prípravy a realizácie stratégie a akčného plánu udržateľného cestovného ruchu vrátane monitorovania a hodnotenia,
- realizácia environmentálnych, sociálnych a ekonomických prínosov pre všetkých, ktorí pracujú udržateľnejšie.

Pozitívne účinky na chránené oblasti ukazuje cestovný ruch vytváraním ochrany týchto prírodných oblastí a voľne žijúcich živočíchov, prehodnocovaním ekologických hodnôt miestnych obyvateľov a orgánov cestovného ruchu, zvyšovaním environmentálneho povedomia turistov, obnovou a transformovaním starých budov na nové zariadenia a zavádzaním plánovania a riadenia. Zvýšený počet pracovných príležitostí, zvyšovanie príjmov, stimulovanie nových podnikov cestovného ruchu, podpora miestnej výroby, zlepšovanie životnej úrovne, tvorba miestnych daňových príjmov, podpora financovania chránených oblastí či ochrana prírodného a kultúrneho dedičstva sú všetko výhodami cestovného ruchu v chránenej oblasti. (Štrba et al., 2022)

Cestovný ruch sa však zároveň považuje za najzávažnejší negatívny vplyv na životné prostredie v chránených územiach, pretože je schopný nepriaznivo ovplyvniť všetky zložky ekosystému – ovzdušie, pôdu, vodu, vegetáciu, atď. (Štrba et al., 2022)

Ak by sme sa mali pozrieť na kategórie chránených území, autori Fennel a Cooper (2020) spomínajú globálny štandard IUCN usporiadaný podľa stupňa ochrany alebo zachovania, podľa ktorého sa chránené územia delia nasledovne:

Ia: Prísna prírodná rezervácia

Ib: Oblasť divočiny

II: Národný park

III: Prírodná pamiatka alebo prírodný prvok

IV: Oblasť výskytu biotopov/druhov

V: Chránená krajinná oblasť

VI: Chránené územie s trvalo udržateľným využívaním prírodných zdrojov

3 UBYTOVACIE SLUŽBY

Služby cestovného ruchu sú chápané ako činnosti, výhody či uspokojenia, ktoré sú poskytované zákazníkovi a ten si ich spotrebou jednoducho uspokojí svoje potreby. Služby ubytovacieho charakteru vedia uspokojiť potreby poskytnutím „*prenocovania a prechodného ubytovania mimo miesta trvalého bydliska a to hlavne v spojení s účasťou na cestovnom ruchu, ale aj pri výkone povolania (služobnej cesty)*.“ (Schwartzhoffová a Kotíková, 2017, s. 81)

Technická základňa ubytovacích služieb je tvorená verejnosti prístupnými ubytovacími zariadeniami. (Gúčík, 2020) Tie sa dajú definovať ako „*budova, priestor alebo plocha, v ktorom sa verejnosti celoročne poskytuje za úhradu prechodné ubytovanie a s ním spojené služby*.“ (Slovensko, 2008, § 2)

Ubytovacie zariadenia sa v cestovnom ruchu môžu uberať ziskovou, komerčnou cestou alebo neziskovou cestou, v rámci ktorej môžu byť napríklad zariadeniami občianskych združení, podnikovými rekreačnými zariadeniami či zariadeniami charitatívnych organizácií. Za ubytovacie zariadenie sa taktiež považujú prázdninové byty, izby a objekty ako možnosti ubytovania v súkromí, alebo aj striedavý nájom nehnuteľnosti v apartmánovom dome. Dostatočné ubytovacie možnosti vedia poskytnúť aj ubytovacie prostriedky ako stan, karavan či obytný automobil a nemálo vedia ovplyvniť veľkosť aj štruktúru dopytu po službách ubytovacích zariadení. Ubytovacie zariadenia vo všeobecnosti neposkytujú len výlučne ubytovacie služby, ale aj stravovacie a s tým spojené komplementárne služby, ktoré môžu byť platené alebo neplatené. Medzi takéto služby patrí napríklad pranie a žehlenie bielizne hostí, požičiavanie športového vybavenia, alebo predaj spomienkových predmetov. (Gúčík, 2020)

Zároveň si treba uvedomiť, že ubytovacie zariadenia vo všeobecnosti nie sú cieľom účasti v cestovnom ruchu, avšak svojou ponukou služieb vedia výrazne ovplyvniť práve voľbu určitého cieľového miesta. (Gúčík, 2020)

3.1 Kategórie a triedy ubytovacích zariadení

Ubytovacie zariadenia sa na základe spĺňajúcich klasifikačných znakov zaraďujú do tzv. kategórií a tried. Kategóriou ubytovacieho zariadenia sa rozumie druh ubytovacieho zariadenia, ktorý je ubytovaciemu zariadeniu priradený na základe splnených kritérií kategorizácie, t. j. klasifikačných a fakultatívnych znakov. Trieda vyjadruje úroveň a rozsah

poskytovaných služieb v rámci ubytovacieho zariadenia a určuje minimálne požiadavky na jeho vybavenie. Označuje sa hviezdikami, pričom najnižšia trieda je označená jednou hviezdikou (*) a najvyššia trieda piatimi hviezdikami (*****). (Slovensko, 2008)

Vyhláška č. 277/2008 Z. z. upravujúca kategórie a triedy ubytovacích zariadení v roku 2021 stratila svoju platnosť, pričom nebola nahradená novou vyhláškou. Z tohto dôvodu sa práca ďalej opiera o pôvodnú kategorizáciu.

	Kategória	Trieda				
1.	hotel	*	**	***	****	*****
	garni hotel	*	**	***	–	–
	horský hotel	*	**	***	–	–
	kongresový hotel	–	–	***	****	*****
	wellness hotel	–	–	***	****	*****
	kúpeľný hotel	–	–	***	****	*****
	boutique hotel	–	–	–	****	*****
	apartmánový hotel	*	**	***	–	–
	motel	*	**	***	****	–
2.	botel	*	**	***	–	–
3.	penzión	*	**	***	–	–
4.	apartmánový dom	–	**	***	–	–
5.	turistická ubytovňa	*	**	–	–	–
6.	chatová osada	*	**	***	–	–
7.	kemping	*	**	***	****	–
	minikemp	–	**	***	****	–
8.	táborisko	–	–	–	–	–
9.	ubytovanie v súkromí					
	izba	*	**	***	–	–
	objekt	*	**	***	–	–
	prázdninový byt	*	**	***	–	–

Obrázok 3 Kategórie a triedy ubytovacích zariadení podľa vyhlášky č. 277/2008 Z. z.

(zdroj: Slovensko, 2008)

Slovenská republika však ďalej usiluje o zavedenie jednotného klasifikačného systému HotelStars Union, v ktorom sa zatiaľ radí pod štatút pozorovateľskej krajiny. Členmi daného systému je aktuálne 19 krajín, pričom medzi ne spadajú aj susediace krajiny Slovenska, ktorými sú Česká republika, Rakúsko a Maďarsko. (Denník N, 2024)

System HotelStars Union je medzinárodným „európskym“ systémom zjednocujúcim kritériá klasifikácie ubytovacích zariadení, konkrétne hotelov, garní hotelov, penziónov, botelov a motelov do príslušných tried podľa stanovených minimálnych požiadaviek, pričom má za cieľ zlepšenie orientácie spotrebiteľov, cestovných kancelárií a agentúr, zvýšenie transparentnosti na trhu a skvalitnenie služieb poskytovaných ubytovacími zariadeniami.

Členenie tried podľa klasifikácie HotelStars Union:

- * Tourist;
- ** Economy;
- *** Standard;
- **** First Class;
- ***** Luxury.

V rámci daného systému sú určené minimálne kritériá pre zaradenie ubytovacieho zariadenia do príslušnej triedy. Pokiaľ kritéria ubytovacie zariadenie splní, získa označenie hviezdčkami a pri splnení minimálneho počtu nepovinných kritérií zároveň taktiež označenie „Superior“. (Křížek a Neufus, 2014)

Ďalej je možné ubytovacie zariadenia rozdeliť napríklad nasledovne:

- Z hľadiska sezónnosti na celoročné (napr. hotel, penzión) a sezónne
- Z hľadiska druhu na hotelové (napr. hotel, motel, penzión) a nehotelové, tzv. parahotelové (napr. turistická ubytovňa, chatová osada)
- Z hľadiska veľkosti – počtu lôžok resp. izieb na malé hotely (do 100 lôžok), stredne veľké hotely (od 101 do 250 lôžok) a veľké hotely (nad 250 lôžok)
- Z hľadiska cieľovej skupiny na rekreačné či horské hotely pre turistov, mestské hotely pre obchodných cestujúcich, motely a kempingy pre mototuristov, rodinné hotely pre rodiny s deťmi, golfové hotely, ekohotely pre ľudí preferujúcich ekologické služby a pod.
- Z hľadiska vlastníctva na nezávislé a sieťové (Gúčik, 2020)

3.1.1 Hotel

Ubytovacie zariadenie kategórie hotel môže byť definované ako „miesto, kde sa za úplatu poskytuje (spravidla krátkodobé) ubytovanie všetkým kategóriám turistov. Vedľa ubytovacích služieb sú v závislosti na klasifikácii, respektíve v závislosti na zaradení do akostnej triedy, poskytované ďalšie služby – stravovacie, spoločensko-zábavné, relaxačné, konferenčné a všeobecne všetky služby, ktoré sú relevantné v tejto oblasti služieb. Obvyklá minimálna kapacita je 10 izieb, ale v závislosti na národnej norme, alebo historickej zvyklosti môže byť vyžadovaný aj väčší počet izieb.“ (Křížek a Neufus, 2014. s. 22)

Základnú priestorovú jednotku v hoteli tvorí hotelová izba a výkonovú jednotku zase lôžko. Pri zaradovaní hotela do príslušnej triedy sa berie ohľad na rôzne faktory, ktorými sú napr. architektonické stvárnenie stavby, riešenie interiérov, použité materiály, uplatnenie moderných technologických zariadení, sortiment poskytovaných služieb, zariadenia na voľnočasové aktivity pre hostí a pod. Hotel môže disponovať taktiež tzv. dependance časťou, tzn. vedľajšou budovou, ktorá slúži len na poskytovanie ubytovania, pričom ostatné služby hotel poskytuje vo svojej hlavnej budove. (Gúčík, 2020)

Okrem vyššie spomenutých kategórií hotelových a tzv. parahotelových zariadení sa na trhu nachádzajú aj iné typy hotelov, ktorými sú napr. kláštorne, zámocké a hradné hotely prebudované z historických budov. Okrem ubytovania ponúkajú aj prezentáciu histórie, dobovej gastronómie a spôsobu stolovania, ktoré vie v hosťoch vyvolať emocionálne zážitky. (Olejárová, 2015) Známe sú aj trendové hotely ako napr. fínske ľadové hotely či švédske hotely v korunách stromov. Osobitým hotelovým zariadením je taktiež cestovný autobus – rotel, ktorý sa používa najmä pri cestovaní do exotických krajín, kde nie je dostatok ubytovacích zariadení s požadovaným štandardom (Gúčík, 2020)

4 UDRŽATEĽNÉ HOTELIERSTVO

Udržateľné hotelierstvo by sa dalo jednoducho vysvetliť ako „*hotelierstvo, ktoré riadi zdroje s ohľadom na ekonomické, sociálne a environmentálne náklady a prínosy s cieľom uspokojiť potreby súčasných generácií a zároveň chrániť a rozširovať príležitosti pre budúce generácie.*“ (Legrand et al., 2023, s. 31)

V správe od spoločnosti Booking.com o udržateľnom cestovaní v roku 2022 uviedlo až 81 % turistov, že je pre nich dôležité cestovanie s ohľadom na udržateľnosť, pričom dokonca polovica z nich uviedla, že ich pri rozhodovaní robiť niečo viac pre životné prostredie ovplyvňujú klimatické zmeny. Pokiaľ sa teda turisti takto rozhodujú, je na poskytovateľoch služieb poskytnúť im ekologickejšie možnosti. (Milo, 2022)

Hovorí sa, že „na úsporu peňazí sú potrebné peniaze“. Napríklad, aby hotel mohol využívať výhody energetickej úspory, musí najskôr investovať do vhodnej izolácie. Problém spočíva v skutočnosti, že mnohí manažéri a majitelia hotelov pri rozhodovaní berú do úvahy práve iba takéto počiatočné investičné náklady. Z tohoto hľadiska je dôležité poukázať na fakt, že prevádzkové náklady hotela, ktorý sa rozhodol ísť udržateľnou cestou, sú oveľa nižšie ako u objektov s neefektívnym vybavením a zariadením. Dlhodobá návratnosť investícií do udržateľných praktík je z finančného hľadiska pre hotelové prevádzky veľmi často pozitívna a to aj bez zohľadnenia prínosov pre životné prostredie, spoločnosť a ekonomiku. (Legrand et al., 2023)

4.1 Ekohotel

Všeobecné povedomie o nutnosti chrániť a šetrne využívať prírodné zdroje má za následok čoraz väčší nárast hotelových hostí zaujímajúcich sa o ochranu životného prostredia. Pokiaľ sa teda ubytovacie zariadenie, konkrétne hotel rozhodne ukázať svoju starostlivosť o životné prostredie rovnako ako aj o komfort hostí, získa tak ich rešpekt a vernosť, čo sa môže odzrkadliť na stabilite, ba dokonca raste v období, v ktorom ostatné zariadenia zaznamenajú pokles. (Křížek a Neufus, 2014)

Ekologický hotel, alebo ekohotel, je teda charakteristický svojím ekologickým prevádzkovaním. To znamená, že sa v rámci hotelového zariadenia dejú rôzne činnosti spojené s environmentálnym správaním ako napr. triedenie odpadu, používanie úsporných žiaroviek alebo výmena bielizne až na požiadanie host'a, čím sa spotrebuje menšie množstvo pracích práškov a vody a tak sa prispieva k ochrane prírody. Taktiež sa hotelové budovy

môžu stavať s nulovou energetickou spotrebou a využívať tak obnoviteľné zdroje energie. Ďalším aspektom charakteristickým pre ekohotel je prostredie, do ktorého je zasadený a množstvo zelene, ktoré hostí v prevádzkach obklopuje. (Schwartzhoffová a Kotíková, 2017)

Pozitívny prístup v rámci ochrany životného prostredia môže okrem iného prispieť k stabilizácii pracovného kolektívu a aktívnemu zapojeniu zamestnancov do rôznych ekologických programov hotela. Pokiaľ zamestnanci vidia snahu hotela o ochranu životného prostredia bez ohrozenia obchodných úspechov, majú pocit, že sú zamestnaní v dobre riadenom podniku, zvyšuje sa ich motivácia, lojalita, výkonnosť a naopak znižuje fluktuácia. (Křížek a Neufus, 2014)

4.1.1 Ekologické certifikáty a ekoznačenia

Certifikácie sú dobrovoľnými systémami otvorenými pre všetky podniky v rámci hotelierstva. Ide v podstate o pečiatky, ktoré potvrdzujú zhodu výrobku či celej spoločnosti so súborom požiadaviek stanovených certifikačným orgánom. Pokiaľ sa tieto certifikačné systémy zameriavajú na green management a udržateľnosť, nazývajú sa ekoznačky. Tie merajú environmentálne vlastnosti výrobku alebo služby, hodnotia ich environmentálne správanie, porovnávajú ho s kritériami a normami stanovenými certifikačnou agentúrou, prezentujú a šíria informácie o udržateľnom výrobku či službe prostredníctvom značky a/alebo loga. (Legrand et al., 2023)

Udržateľné hotely sú certifikované prostredníctvom certifikačných orgánov, ktoré potrebujú pre vykonávanie tejto činnosti určitú akreditáciu. Tú im poskytuje Globálna rada pre udržateľný cestovný ruch (Global Sustainable Tourism Council – GSTC) konkrétne cez kritériá GSTC, ktoré tvoria základ akreditácie pre tieto certifikačné orgány. (Select Green Hotels, © 2025)

Podporovať trvalo udržateľné cestovanie sa rozhodla napríklad popredná cestovná platforma Booking.com, ktorá na svojom portáli viditeľne zobrazuje certifikácie ubytovacích zariadení získané treťou stranou a zároveň ponúka vyhľadávacie filtre, ktoré umožňujú cestujúcim jednoducho nájsť certifikované ubytovanie. Týmto krokmi podporuje na jednej strane konkurencieschopnosť certifikovaných ubytovacích zariadení a na strane druhej zlepšuje zážitok z cestovania pre ekologicky uvedomelých cestovateľov. V rámci podpory trvalo udržateľného cestovania Booking.com spolupracuje s poprednými odborníkmi a organizáciami ako sú práve GSTC, UN Tourism či Travalyst. (TTW, 2024)

Ako sa už naznačilo vyššie, pre podnik môžu ekoznačky znamenať marketingovú výhodu v zmysle prilákania tzv. zelených spotrebiteľov, špecifickú skupinu návštevníkov, pre ktorých je daný certifikát známkou kvality a vyššieho prospechu, pričom im pomáha v orientácii na trhu. (Závodná, 2015)

Dnes je možné opierať sa v rámci ubytovacích zariadení o množstvo ekoznačení. Jedným z nich je napríklad ekoznačka Green Sign, ktorá nesie líderskú pozíciu pre hotelový priemysel v Európe, pričom aktuálne ňou disponuje 600 certifikovaných hotelov z 18 krajín. (Select Green Hotels, © 2025) Ďalej sem patrí ekoznačka EU Ecolabel, predtým známa aj ako „Európsky kvet“, ktorá platí na celom území Európskej únie. Značka Green Key patrí k najväčším svetovým ekoznačkám pre ubytovacie zariadenia, ktorá má za cieľ zvýšiť povedomie o riadení voľného času zamestnancov a zákazníkov, zvýšiť využívanie udržateľných pracovných metód a podporovať ekologické a zodpovedné podnikanie. Ďalšou značkou je EcoRooms & EcoSuites, ktorá je udeľovaná ubytovacím zariadeniam na základe splnených zelených kritérií určených americkou spoločnosťou Pineapple Hospitality. V rámci podnikov cestovného ruchu a ich partnerov je možné spomenúť taktiež známu svetovú ekoznačku The Green Globe alebo ekoznačku The Nordic Ecolabel vyhodnocujúcu dopad výrobku či služby na životné prostredie. (Závodná, 2015)

Na Slovensku sa environmentálne označovanie produktov realizuje prostredníctvom národnej ekoznačky Environmentálne vhodný produkt a európskej ekoznačky EU Ecolabel. (Vajcík, 2024)

Závodná (2015) ďalej uvádza, že ekologické značky sú medzi poskytovateľmi služieb spájané s vysokými nákladmi, či sa jedná o prevádzku zariadení na to potrebných, alebo samotnú certifikáciu. Preto sa v dnešnej dobe stále netešia vysokej obľube.

4.1.2 Eko-friendly hotel bez certifikácie

„Je dôležité poznamenať, že zavádzanie procesov smerujúcich k vyššej kvalite nie je vždy spojené s certifikáciou“ (Legrand et al., 2023, s. 498)

Podľa novej štúdie z Oxfordskej univerzity hotely s ekologickým certifikátom nedosahujú lepšie výsledky z hľadiska vyšších tržieb a ziskovosti ako necertifikované hotely, pričom sa porovnávali finančné údaje o úsporách energie, šetrení vodou a recyklácie. Ani informovanie zákazníkov o význame ekologického certifikátu nezvýšilo budúci predaj. Výsledkom je teda fakt, že systémy zelenej certifikácie v súčasnosti nestimulujú dopyt návštevníkov po environmentálnej udržateľnosti. Ďalšia štúdia zo Spojených štátov priniesla podobný

výsledok, pričom jej autori navrhujú, aby hotelieri zvažili mimo certifikácie aj iné spôsoby ako sa stať udržateľnejšími, napríklad investovali do udržateľnejších technológií či spolupracovali s miestnymi organizáciami cestovného ruchu podporujúcimi udržateľnosť, v snahe riešiť primárne nižší vplyv odvetvia cestovného ruchu na životné prostredie. (Chakraborty, 2022)

Mimo certifikátov môže hotel poukázať na svoje udržateľné praktiky taktiež prostredníctvom tzv. vlastného environmentálneho tvrdenia podniku. Ide o druh propagácie – prehlásenie podniku, o značku či obrazec zameraný na určitý prvok činností, výrobkov či služieb podniku, ktorý ovplyvňuje udržateľné chovanie a životné prostredie. Veľkou výhodou vlastného environmentálneho tvrdenia podniku je jednoduchý spôsob propagácie, vďaka ktorému je možné získať pozornosť všetkých záujmových skupín pri vynaložení veľmi nízkych nákladov. (Závodná, 2015)

4.2 Green management v hotelierstve

Ukázalo sa, že hotelové budovy majú vzhľadom na charakter každodenných prevádzkových cyklov služieb väčší vplyv na životné prostredie ako ktorékoľvek iné komerčné budovy. (Khalil et al., 2022)

Preto sa táto filozofia, technológia i metodika riadenia hotela snaží najmä optimalizovať vplyv prevádzky hotela na životné prostredie. Hlavnými oblasťami záujmu green managementu môže byť šetrenie materiálom, energiami a zdrojmi, šetrné a úsporné riešenie prevádzkových potrieb, ako aj znižovanie zaťažujúcich faktorov, využívanie energie z alternatívnych zdrojov, zameranie sa na odpadové hospodárstvo a znižovanie emisií zahŕňajúcich taktiež hlukové a svetelné znečistenie. Súčasťou green managementu je aj podpora zdravého životného štýlu, napr. v podobe zdravej stravy pre hostí. (Pásková a Zelenka, 2018)

Z praxe je možné vytýčiť niekoľko príkladov udržateľných praktík, ktoré môžu byť zavedené v hotelových zariadeniach. Medzi tie zahrňujúce minimálne náklady na realizáciu patrí:

- Triedenie odpadu
- Používanie ekologicky šetrných pracích prostriedkov
- Zelený program na uteráky v kúpeľni
- Používanie recyklovaného toaletného papiera tam, kde je to možné

- Využitie recyklovaného kancelárskeho papiera a obojstrannej tlače
- Triedenie biologicky rozložiteľného odpadu z kuchyne a pod.

Praktiky zahŕňajúce určité náklady na realizáciu:

- Obmedzovanie prietoku vody hlavíc sprch pri dodržaní komfortu hostí
- Dvojstupňové splachovacie zariadenia u toaliet
- Inštalácia úsporných zdrojov svetla

Praktiky zahŕňajúce pomerne značné náklady na realizáciu:

- Tepelné čerpadlá
- Solárne panely
- Centrálné spínače osvetlenia do izieb
- Inteligentný systém merania a regulácie pre celú budovu
- Lapol (zachytávač tukov) v hotelovej gastro prevádzke (Křížek a Neufus, 2014)

Podľa Khalila et al. (2022) by sa zelené riadenie hotela pri zavádzaní udržateľných praktík malo zameriavať na desať atribútov ekologických postupov a iniciatív pre hotelové prevádzky. Patrí medzi nich zelená marketingová stratégia, zelený manažérsky postoj, investície do ekologických inovácií, marketing a udržateľnosť, stratégia udržateľného riadenia, zelený dodávateľský reťazec, zelené manažérske povedomie, zelené obstarávanie, zelené ľudské zdroje a zelené technológie. S cieľom dosiahnutia maximálnej efektívnosti výkonu počas prevádzky hotela by mali manažéri dané atribúty starostlivo zvážiť a prípadne ich prijať.

V rámci stratégie udržateľného riadenia môžu hotely vzdelávať nielen svojich zamestnancov, ale taktiež zákazníkov prostredníctvom rôznych seminárov, konferencií, alebo písomných materiálov, ako sú napr. letáky, brožúry či informačné panely v prevádzke. I keď daný postup je behom na dlhú trať, na jej konci môžu zákazníci rozlišovať správne typy cestovania a cestovného ruchu. (Závodná, 2015)

4.2.1 Význam green managementu v hoteli

Okrem minimalizácie spotreby energie, vody, materiálu, redukcie odpadu, recyklácie a znečistenia sa green management zameriava na dosiahnutie spoľahlivosti udržateľných praktík, prispôsobuje sa zákonným opatreniam na ochranu životného prostredia, snaží sa o zapojenie zákazníkov, dodávateľov i zmluvných partnerov do úsilia k ochrane životného prostredia a spoluprácu s ostatnými partnermi pôsobiacimi v cestovnom ruchu, rovnako ako aj zabezpečenie tréningu a dostatku informácií pre svojich zamestnancov. Významným krokom je zverejňovanie stanovených prístupov, pravidelné sledovanie a zaznamenávanie dopadu realizovaných praktík na životné prostredie a v neposlednom rade porovnanie vytýčených cieľov a úloh s plánmi a samotnými výkonmi. (Křížek a Neufus, 2014)

Všeobecne je možné povedať, že efektívna prevádzka hotela vie zabezpečiť dlhodobú udržateľnosť, zisk a rozvoj hotelového zariadenia v priebehu určitého obdobia. (Khalil et al., 2022)

Ale prečo konkrétne by sa hotel mal uberať „zelenou“ cestou? Redukciou spotreby sa jednoducho zredukujú aj náklady. To znamená, že opatrenia hotela smerujúce k ochrane životného prostredia, napr. úspora energií, majú zároveň vplyv aj na znižovanie obchodných výdajov, ktoré môžu dosahovať až niekoľko desiatok percent, čím green management plnohodnotne prispieva k naplňovaniu obchodných cieľov podniku. Okrem toho môže hotel svojimi udržateľnými aktivitami budovať svoj image a ukazovať tak hosťom, obchodným partnerom, dodávateľom či zamestnancom svoju vyspelosť. (Křížek a Neufus, 2014)

Avšak napriek preukázaným pozitívnym výsledkom udržateľných postupov hotelierstvo stále bojuje s nízkou mierou zavádzania daných ekologických opatrení v hotelových prevádzkach. Dôvodov môže byť niekoľko, napríklad nejednotná politika a predpisy, vysoké náklady, obmedzené vedomosti v danej oblasti či nedostatočné ekologické povedomie, nedostatok technických a ľudských zdrojov, nedostatočné školenia v rámci ekologickej oblasti, problémy v technickej prevádzke, konkurencieschopnosť, alebo aj otázky klimatických podmienok. (Khalil et al., 2022)

4.2.2 Systémy environmentálneho riadenia

Systémy environmentálneho riadenia (EMS – Environmental Management Systems) znamenajú aktívny prístup podniku k sledovaniu, riadeniu a znižovaniu dopadov na životné prostredie, čím mu pomáhajú neustále zlepšovať svoje „environmentálne správanie“. Do zavádzania EMS podniky tlačia nielen zákazníci či obchodní partneri a rastúci záujem verejnosti, ale taktiež uvedomenie si vlastnej zodpovednosti za stav životného prostredia. (Křížek a Neufus, 2014)

Hlavné ciele systémov environmentálneho riadenia sú nasledovné: 1. identifikácia a kontrola vplyvov podnikových činností, výrobkov a služieb na životné prostredie, 2. rešpektovanie predpisov a snaha ísť nad rámec pôvodných cieľov environmentálnej politiky podniku, 3. uplatňovanie systematického prístupu k stanoveniu udržateľných zámerov a cieľov, 4. neustále zlepšovanie udržateľného správania, 5. zabezpečenie transparentnej komunikácie voči zamestnancom, spotrebiteľom a komunitám. (Legrand et al., 2023)

Ďalej by sa dalo jednoducho povedať, že každá činnosť či plán riadenia podniku prospešný pre životné prostredie je možné teoreticky nazvať ako EMS. (Legrand et al., 2023)

Zavedenie daného systému v podniku je úplne na báze dobrovoľnosti, tzn. podnik sa môže rozhodnúť sám či EMS zavedie, alebo nie. V prípade, že sa rozhodne pre implementáciu, môže ho zaviesť podľa medzinárodných noriem rady ISO 14000, najmä podľa kmeňovej normy ISO 14001, alebo podľa európskeho EMAS. (Křížek a Neufus, 2014)

Norma ISO 14001 je celosvetovo uznávaným základom pre tvorbu, zavedenie a monitorovanie EMS. Táto norma má za cieľ podporovať ochranu a znižovanie vplyvov na životné prostredie v súlade s ekonomickými, sociálnymi a aj politickými požiadavkami. ISO 14001 poskytuje rámec pre podniky, čo sa týka strategického prístupu k environmentálnej politike, plánom a ďalším činnostiam, avšak nestanovuje úroveň, podľa ktorej by sa podnik mal riadiť v rámci environmentálneho správania. Norma má viacero vydaní. Prvé vydanie bolo uverejnené v roku 1996, druhé v roku 2004 a posledné v roku 2015, z ktorého vyplýva aj jej súčasný názov ISO 14001:2015. Nová norma zahŕňa väčší záväzok k iniciatívam zameraným na environmentálne správanie, ďalšie revidované časti a zároveň je dôležité podotknúť, že podporuje ciele trvalo udržateľného rozvoja. (Legrand et al., 2023)

Eco-Management and Audit Scheme, v skratke EMAS, predstavuje systém riadenia podniku a auditov z hľadiska ochrany životného prostredia, ktorý je uplatňovaný v rámci

Európskej únie, resp. Európskej hospodárskej zóny. (Křížek a Neufus, 2014) Rámec tejto schémy poskytuje podnikom nadštandardnú podporu v riadení, hodnotení a taktiež zlepšovaní prístupu k ochrane životného prostredia. (Vajcík, 2023)

4.2.3 Metódy čistejšej produkcie

Vedľa green managementu sa v rámci udržateľného hotelierstva spomínajú aj tzv. metódy čistejšej produkcie, určené nielen pre výrobné postupy, ale taktiež pre služby. Práve v hoteloch a hotelových reťazcoch je metódam čistejšej produkcie venovaná veľká pozornosť vzhľadom k vysokej spotrebe zdrojov a účinnosti využitia daných metód. Ide v podstate o postupnú realizáciu jednotlivých projektov vyhodnotených z prioritných potrieb podniku. Ich aplikácia vedie k nižšej spotrebe zdrojov a zníženiu environmentálnych externalít, napr. pevného a tekutého odpadu a emisií. V hoteli sa môžu metódy čistejšej produkcie zameriavať napríklad na spôsob, akým sa hotel vykuruje, tzn. na účinnosť vlastného zdroja tepla, rekuperáciu tepla, na zateplenie objektu, hľadanie tepelných mostov a taktiež dôvodov tepelných strát, reguláciu teploty na izbách, môžu riešiť bioodpad v reštaurácii, znižovanie spotreby teplej a studenej vody, čistiacich a pracích prostriedkov či energie potrebnej na osvetlenie priestorov. (Pásková a Zelenka, 2018)

4.3 Greenwashing

Ekologické, tzv. zelené hotely sa snažia čoraz viac o zavádzanie udržateľných postupov v záujme znížiť svoj negatívny dopad na životné prostredie a zároveň vyhovieť čoraz väčšiemu tlaku zo strany zákazníkov. Nie vždy je však zavádzanie ekologických postupov pre hotely finančne jednoduché, keďže pri mnohých z nich je nutné investovať do nového vybavenia a infraštruktúry. Dôsledkom toho môže byť „greenwashing“, teda zavádzajúce, alebo falošné tvrdenia o tom, že hotel sa správa udržateľne, pričom tomu tak v skutočnosti nie je, alebo jeho reálnym cieľom je iba zníženie nákladov a optimalizácia zisku. (Alyahia et al., 2024)

Greenwashing by sa dal preložiť aj ako mylné „natieranie na zeleno“. Podniky cestovného ruchu teda môžu natierať svoje výrobky a služby na zeleno, napríklad s cieľom uspieť v konkurenčnom boji, odvrátiť pozornosť od úradov či presvedčiť kritikov o svojich udržateľných praktikách, ba dokonca prilákať okrem zákazníkov i nových investorov. (Závodná, 2015)

Niekedy napriek zavedeným udržateľným praktikám v hoteli hostia týmto praktikám plne nedôverujú, pretože sa prejavuje tzv. vnímaný greenwashing, ktorý môže prameniť napr. z prehnaného ekologického marketingu. (Alyahia et al., 2024) Nimri et al. (2017, cit. podľa Alyahia et al., 2024) vo svojej štúdii poukázal na fakt, že každý tretí cestujúci pochyboval o ekologických tvrdeniach hotelov.

Medzi kľúčové aspekty greenwashingu je možné zaradiť nasledujúce:

1. Falošné alebo prehnané tvrdenia o environmentálnych výhodách hotela a jeho skutočných prínosoch pre životné prostredie.
2. Zveličovanie menej významných a používanie neoverených certifikátov či environmentálnych značiek.
3. Vyzdvihovanie menej významných ekologických aktivít na úkor väčších problémov a nezverejňovanie negatívnych vplyvov hotela na životné prostredie.
4. Propagácia neoverených ekologických postupov a uvádzanie zavádzajúcich tvrdení o tom, že je hotel „zelený“, alebo „ekologický“.
5. Povrchné udržateľné opatrenia, pričom sa neriešia podstatnejšie vplyvy na životné prostredie a komplexná udržateľnosť v hoteli nie je každodennou rutinou.
6. Zelený marketing vytvárajúci dojem ekologickej zodpovednosti, avšak bez skutočného úsilia o udržateľnosť. (Sábio, 2024)

Alyahia et al. (2024) uvádzajú, že predchádzať nepriaznivým účinkom greenwashingu je možné prostredníctvom tzv. zelenej autenticity a zelenej transparentnosti. Zelená autenticita znamená mieru dôveryhodnosti a pravdivosti udržateľných tvrdení v podniku, tzn. skutočný záväzok podniku k udržateľnosti a ochrane životného prostredia. Plnenie sľubov má pre podnik množstvo výhod, napr. zvyšuje dôveru zákazníkov v jeho produkty/služby, podporí ich lojalitu a môže pomôcť podniku pôsobiť viac autenticky. Zelená transparentnosť v podniku znamená zverejňovať informácie o svojich udržateľných postupoch, o vplyve produktov a služieb podniku na životné prostredie zainteresovaným stranám, stanovenie jasných cieľov v oblasti udržateľnosti a prijatie zodpovednosti za svoje konanie. Ide o akúsi otvorenosť a úprimnosť v oblasti udržateľných postupov, ktorá pokiaľ je dodržiavaná, buduje dôveru zákazníkov a zvyšuje ich zapojenie sa do ekologických aktivít, pričom kompenzuje negatívne dôsledky greenwashingu, rovnako ako zelená autenticita.

4.4 Greenhushing

Tento pomerne mladý pojem sa objavil nedávno v roku 2008, kedy ho prvýkrát definoval brand stratég Jerry Stifelman a spisovateľ Sami Grover pre portál Treehugger.com. (Dhanani, 2023) Dnes však táto definícia nie je dostupná.

Greenhushing by sa teda dal vysvetliť ako dobrovoľné zatajovanie informácií o udržateľných aktivitách spoločnosti. V podstate je možné povedať, že sa jedná o opak greenwashingu, avšak oba smery sa týkajú spôsobu, akým spoločnosti komunikujú svoje snahy v oblasti udržateľnosti. Pri greenhushingu podniky akokoľvek zámerne podhodnocujú, alebo zakrývajú svoje zelené aktivity pred verejnosťou, často aj s cieľom vyhnúť sa kontrole. Vlastnú snahu o udržateľné chovanie v takomto prípade spoločnosti zatajujú aj vtedy, pokiaľ sú ich aktivity skutočné a častokrát chvályhodné. (Málek, et al., 2024)

Príkladom greenhushingu môže byť štúdia z roku 2016, kedy 31 malých podnikov cestovného ruchu v rámci národného parku Peak District v Spojenom kráľovstve zverejnilo len 30 % udržateľných opatrení, ktoré praktizovali, pričom všetky podniky disponovali značkou environmentálnej kvality. V správe z roku 2022 sa dokonca zistilo, že 67 % podnikov chce v budúcnosti dosiahnuť čisté nulové emisie, ale až 23 % z nich neplánuje svoje ciele zverejňovať. (Dhanani, 2023)

Dhanani (2023) ďalej uvádza 6 dôvodov, pre ktoré podniky často spadnú do greenhushingu:

- Strach z kritiky a zlej reputácie
- Zníženie pocitu viny zákazníka
- Negatívne vnímanie udržateľných výrobkov/služieb
- Nedostatok sebadôvery v splnenie udržateľných cieľov
- Vysoké požiadavky a finančný tlak na menšie podniky
- Neistota podniku ako komunikovať svoju udržateľnosť

Praktikovanie greenhushingu môže mať pritom veľmi škodlivé následky ako pre podnik, tak aj spoločnosť vo všeobecnosti. Zákazníci či investori môžu začať pochybovať o čestnosti podniku, čo môže viesť k strate ziskov a dôležitých finančných zdrojov. Ponechať verejné informácie za súkromné znižuje transparentnosť, čo sa môže negatívne prejaviť

takmer pri každej činnosti podniku. Greenhushing taktiež vyvoláva celkový skepticizmus a môže viesť k ťažšiemu dosiahnutiu niektorých certifikácií. (Safdie, 2024)

Pokiaľ sa podniky chcú ochrániť pred greenhushingom a nájsť balans medzi zveličovaním a zatajovaním svojich udržateľných tvrdení, pri komunikovaní udržateľných aktivít by sa mali držať troch pravidiel. Prvým z nich je otvorená a pravdivá komunikácia udržateľných aktivít podložená relevantnými zdrojmi. Druhé pravidlo hovorí o čím ďalej tým viac dôležitejšej transparentnosti. Na základe toho sa Európska komisia rozhodla priniesť jasné pravidlá v podobe CSRD reportingu, podľa ktorých budú podniky v budúcnosti vykazovať podrobnejšie informácie o svojej udržateľnosti a budú sa môcť navzájom porovnať. Tretím pravidlom je zrozumiteľnosť, tzn. jednoduchá a pochopiteľná komunikácia udržateľnosti bez zbytočného zdĺhavého vysvetľovania. (GreenTalk, 2022)

5 ANALYTICKÉ METÓDY POUŽITÉ V PRÁCI

Praktická časť práce využíva dve analytické metódy, ktorými sú dotazníkové šetrenie (dotazník) a SWOT analýza. Tie sú bližšie špecifikované v nasledujúcich podkapitolách.

5.1.1 Dotazník

Dotazník je možné definovať ako formulár v papierovej alebo elektronickej forme so sériou otázok, na ktoré respondenti odpovedajú, prípadne obsahujú aj varianty ich odpovedí. Jedná sa v podstate o písaný spôsob riadeného rozhovoru. Pokiaľ by sa mal porovnať s rozhovorom, dotazník je menej časovo náročný, umožňuje rýchle získanie dát od vysokého počtu respondentov a zároveň pýtajúci sa nemusí byť pri zbere fyzicky prítomný, čím sa šetria náklady a zvyšuje anonymita odpovedí. (Kozel et al., 2011)

Nižšie sú uvedené tri hlavné požiadavky, ktoré by mal spĺňať dobrý dotazník:

- Účelovo technické – formulácia a zostavenie otázok do takého celku, aby respondent odpovedal čo najpresnejšie.
- Psychologické – cieľom je, aby respondent odpovedal stručne a pravdivo, tzn. vytvorenie takých podmienok, aby vyplnenie dotazníku považoval za jednoduché, príjemné, žiaduce a chcené.
- Zrozumiteľnosť – schopnosť vysvetliť respondentovi, čo je od neho žiadané, pričom respondent by mal všetkému rozumieť, ako postupovať, ako dotazník vyplňať. (Foret a Melas, 2021)

Dotazník je možné rozdeliť na **štrukturovaný** a **pološtrukturovaný**. Štrukturovaný dotazník disponuje pevnou logickou štruktúrou a využíva otázky s uzavretým počtom variant odpovedí, pričom pološtrukturovaný využíva polouzavreté alebo otvorené otázky. (Kozel et al., 2011)

Niektorí autori ako napr. Reichel (2009) definujú ešte tzv. voľný (neštrukturovaný) dotazník, ktorý predstavuje iba určitú tému a takpovediac „čistý papier“, na ktorý sa môže respondent voľne rozpísať.

Optimálna dĺžka dotazníku je 20 až 50 otázok, doba vyplnenia 20 minút a zahrnuté by mali byť iba otázky, ktoré sú skutočne nutné. Čím viac má dotazník otázok, tým viac pôsobí na respondenta únavne a časovo náročne. Nemenej dôležitý je aj sled otázok, pričom

začiatok by mali tvoriť zaujímavé otázky, stred meritórne (pre výskum kľúčové) otázky vyžadujúce vyššiu mieru sústredenia a koniec otázky menej závažné. (Foret a Melas, 2021)

Z formálneho hľadiska je možné rozlíšiť otázky na tri základné typy:

1. **Otvorené** – voľné, neštandardizované
2. **Uzavreté** – riadené, štandardizované
3. **Polootvorené/polouzavreté** – kombinácia otvorených a uzavretých otázok v podobe kompromisných otázok (Foret a Melas, 2021)

V rámci dotazníku je taktiež dôležitá problematika návratnosti, ktorá závisí predovšetkým na jeho atraktivnosti, téme a schopnosti zaujať svojim obsahom. Pokiaľ sa problém riešený v dotazníku respondentov bezprostredne dotýka, návratnosť bude vyššia ako u riešenia nezáväzného problému. K zvýšeniu návratnosti môže prispieť finančná odmena, alebo iná pozornosť za vyplnenie a odovzdanie. (Foret a Melas, 2021)

5.1.2 SWOT analýza

Analýza SWOT sa považuje za jednu z najznámejších a najpoužívanějších analýz prostredia. Jej cieľom je identifikovať relevanciu a schopnosť súčasnej firemnej stratégie a jej špecifických silných a slabých miest vyrovnať sa so zmenami prostredia. (Jakubíková a Janeček, 2023)

SWOT analýza je rozdelená do 4 skupín: silné stránky (strengths), slabé stránky (weaknesses), príležitosti (opportunities) a hrozby (threats). Silné a slabé stránky obsahujú pozitívne, alebo negatívne faktory, ktoré môže firma priamo ovplyvniť a môže na nich bezprostredne pôsobiť. Skupina príležitostí a hrozieb zahŕňa priaznivé, alebo nepriaznivé externé vplyvy, ktoré firma (resp. marketéri) ovplyvňovať nemôžu. (Karlíček a kol., 2016) Jakubíková a Janeček (2023) v tejto veci dopĺňajú, že príležitosti a hrozby vychádzajú z makroprostredia a taktiež mikroprostredia. Silné a slabé stránky sa týkajú vnútorného prostredia firmy, tzn. jej cieľov, systémov, procesov, firemných zdrojov, materiálneho prostredia, firemnej kultúry, medziľudských vzťahov, organizačnej štruktúry, kvalite managementu a pod.

SWOT analýza má zároveň univerzálne použitie pre analyzovanie území či projektov, tém, problémov, javov, úloh, inštitúcií a pod, kde sa využíva v rámci strategického riadenia, riadenia projektov, ako podklad rozhodovania medzi viacerými variantami, alebo ako podklad pre návrhy opatrení. (Půček, 2020)

6 ZHRNUTIE TEORETICKEJ ČASTI

Teoretická časť sa zameriava na rôzne témy z oblasti cestovného ruchu a udržateľnosti, ktoré sú podrobne rozpísané v piatich kapitolách.

Prvá kapitola vymedzuje cestovný ruch a jeho základné pojmy ako subjekt, objekt a produkt cestovného ruchu. V rámci subjektu cestovného ruchu – návštevníkov je popísané ich delenie na rezidentov, turistov a výletníkov. Objekt cestovného ruchu zahŕňa charakteristiku primárnej a sekundárnej ponuky a produkt cestovného ruchu je okrem iného v práci vymedzený aj ako balík služieb.

Druhá kapitola sa podrobnejšie venuje udržateľnému cestovnému ruchu, pričom dáva do pozornosti dôležitosť udržateľného chovania skrz Globálny etický kódex cestovného ruchu, schémy Planet – People – Profit a zásady a princípy udržateľného cestovného ruchu. Ďalej charakterizuje tri navzájom prepojené dimenzie udržateľného cestovného ruchu, ktorými sú environmentálna, sociálno-kultúrna a ekonomická dimenzia a vymedzuje základné druhy a formy udržateľného cestovného ruchu. Kapitola sa ďalej venuje spôsobu fungovania a situácii udržateľného cestovného ruchu vo svete na čele s Agendou 2030 a pokračuje udržateľným cestovným ruchom na území Slovenska. Posledná časť kapitoly je zameraná na cestovný ruch v chránených oblastiach, nakoľko táto problematika je do veľkej miery ďalej riešená v praktickej časti.

Kapitola č. 3 obsahuje charakteristiku služieb cestovného ruchu so zameraním na ubytovacie služby, ich kategórie a triedy. Ďalej sa sústreďuje na vymedzenie konkrétnej kategórie ubytovania, ktorou je hotel.

Rozsiahla štvrtá kapitola rieši problematiku udržateľného hotelierstva, charakterizuje ekologický hotel s príslušnými eko certifikátmi a ekoznačkami, ale zároveň aj hotely, ktoré nedisponujú ekologickým certifikátom, avšak zavádzajú isté udržateľné postupy. Kapitola ďalej pojednáva o green managemente a charakterizuje dva fenomény udržateľného cestovného ruchu, ktorými sú greenwashing a greenhushing.

Keďže základným kameňom praktickej časti je dotazníkové šetrenie, práve posledná kapitola sa zaoberá teoretickým vymedzením analytických metód využitých v práci. Okrem charakteristiky dotazníkového šetrenia, jeho delenia a základných typov otázok v ňom využívaných sa v rámci tejto kapitoly stručne spomína aj druhá metóda, ktorou je SWOT analýza. Získané poznatky z teoretickej časti slúžia ako východiskový bod pre spracovanie praktickej časti tejto práce.

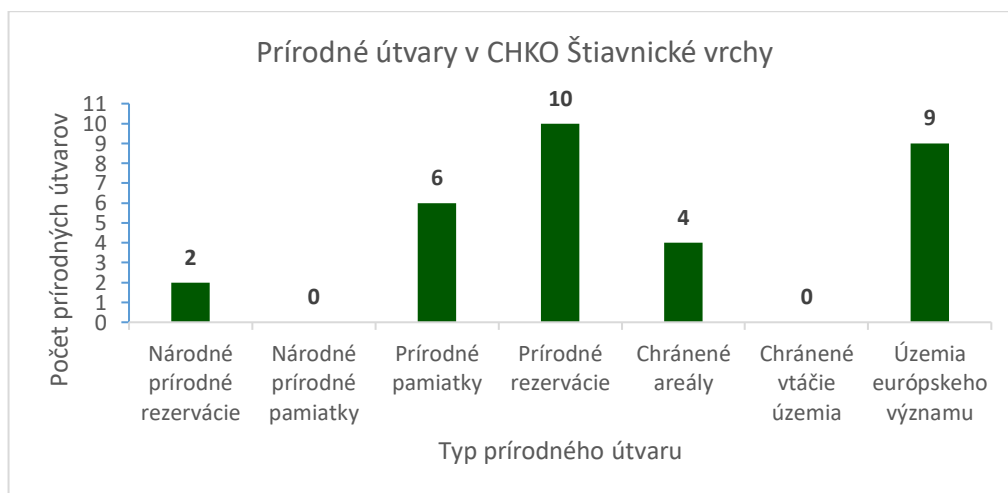
II PRAKTICKÁ ČASŤ

7 CESTOVNÝ RUCH V ZÁZEMÍ CHRÁNENEJ KRAJINNEJ OBLASTI ŠTIAVNICKÉ VRCHY

Chránená krajinná oblasť Štiavnické vrchy je vďaka svojej veľkej rozlohe 77 630 ha bezpochyby najväčšou na Slovensku. Najvyššie položeným miestom v oblasti je vrch Sitno s nadmorskou výškou 1 009 m n. m., naopak najnižší bod je možné nájsť v údolí Hrona pri dedine Kozárovce. Oblasť sa rozprestiera na juhozápade stredného Slovenska, mimo dosahu štátnych hraníc, pričom z veľkej časti siaha do územia Banskobystrického kraja. Jej súčasťou je 6 okresov – Banská Štiavnica, Krupina, Levice, Zvolen, Žarnovica a Žiar nad Hronom. Do oblasti zasahujú katastre 4 miest, konkrétne Banská Štiavnica, Krupina, Nová Baňa a Žarnovica a 48 dedín. CHKO vyplňa až 65 % lesov, čo svedčí o veľkej potrebe ochrany prírody a prírodných bohatstiev. Z toho hľadiska nie je vôbec prekvapivé, že sa v Štiavnických vrchoch nachádzajú najmä 5. a 4. stupne ochrany prírodných rezervácií a prírodných pamiatok, ale nájdú sa aj územia s 2. stupňom ochrany. Správa CHKO sídli v Banskej Štiavnici, historickom meste známom najmä svojimi unikátnymi pamiatkami a bohatou baníckou históriou. Práve tie boli spolu s potrebou ochrany prírodných hodnôt dôvodom vyhlásenia chránenej krajinej oblasti v danom území. Dalo by sa jednoducho povedať, že CHKO Štiavnické vrchy sú vďaka svojej bohatej histórii, prírodným i historickým prvenstvám a environmentálnym aktivitám kolískou ochrany prírody na Slovensku.

V Grafe 1 sú premietnuté jednotlivé typy prírodných útvarov a ich počet nachádzajúci sa v oblasti Štiavnických vrchov.

Graf 1 Prírodné útvary v CHKO Štiavnické vrchy



(zdroj: vlastné spracovanie podľa Lacika a Ondrejka, 2009)

Z grafu je viditeľné, že na území Štiavnických vrchov je možné nájsť celkom 31 prírodných útvarov. Najväčší počet zaznamenávajú prírodné rezervácie, medzi ktoré patrí napríklad Kamenné more, Krivín či Szaboóva skala a územia európskeho významu zahrňujúce niekoľko lokalít ako napr. Čajkovské bralíe, Skalka a Sitno. Vrch Sitno je zároveň jednou z národných prírodných rezervácií, druhou z nich je Kašivárová. Tu je možné konštatovať, že napriek svojej veľkej rozlohe, členitosti a rozmanitosti prírodných hodnôt oblasť Štiavnických vrchov disponuje veľmi malým počtom národných prírodných rezervácií, pričom národnými prírodnými pamiatkami a chránenými vtáčimi územiami nedisponuje vôbec.

Veľmi dôležitým parametrom z hľadiska cestovného ruchu je však návštevnosť, ktorú za oblasť Štiavnických vrchov uvádza nasledovná Tabuľka 1 za roky 2020–2024. Nakoľko údaje na ŠÚ SR (Štatistickom úrade Slovenskej republiky) sú z veľkej časti obmedzené, nebolo možné sledované údaje premietnuť na presné hranice územia CHKO Štiavnické vrchy, resp. na konkrétne mestá a obce, ktoré sú súčasťou oblasti. Na základe tejto skutočnosti boli vybrané okresy rozlohou, počtom miest a obcí najviac zasahujúce do chráneného územia s cieľom čo najpresnejšie vyjadriť návštevnosť a ostatné nižšie sledované parametre cestovného ruchu v rámci Štiavnických vrchov.

Tabuľka 1 Prehľad návštevnosti okresov v CHKO Štiavnické vrchy počas rokov 2020–2024

Okres/rok	2024	2023	2022	2021	2020
Banská Štiavnica	52 300	45 927	37 939	26 612	29 946
Žarnovica	26 360	26 605	22 811	17 851	20 615
Žiar nad Hronom	70 190	61 939	55 733	33 297	44 725
Krupina	57 701	54 189	49 088	-	-
CELKOM	206 551	188 660	165 571	77 760	95 286

(zdroj: vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR)

V okresoch zasahujúcich do oblasti je možné z hľadiska návštevnosti všeobecne pozorovať pozitívny medziročný vývoj. Výnimkou sú roky 2020 a 2021, v ktorých sa vo všetkých okresoch zaznamenal pokles počtu návštevníkov v priemere o 5 842. Za okres Krupina neboli údaje v rámci rokov 2020 a 2021 dostupné. Možnou príčinou nízkeho počtu návštevníkov v roku 2020 a poklesu návštevnosti v roku 2021 je pandémia Covid-19, ktorá na území Slovenska prepukla v marci 2020 a postupné zavádzanie opatrení vrátane vyhlásenia mimoriadneho stavu malo za následok celkové ochromenie cestovania a

cestovného ruchu. Za roky 2022 až 2024 je už pozorovaná stúpajúca tendencia. Najsilnejším okresom počas sledovaného obdobia je okres Žiar nad Hronom, ktorý v roku 2024 dosiahol 34 % celkovej návštevnosti. Okres Banská Štiavnica bol napriek svojej atraktivite menej navštevovaný ako okres Krupina. Najslabšiu návštevnosť zaznamenal počas sledovaných rokov okres Žarnovica, tam sa počet návštevníkov v poslednom roku dokonca mierne znížil a neprekročil 13 % z celkovej návštevnosti. Napriek tomu turisti čoraz viac dané lokality navštevujú, o čom svedčí celkový vývoj návštevnosti okresov a predpokladá sa, že stúpajúce hodnoty sa neprerušia ani v roku 2025.

Keďže s návštevnosťou úzko súvisia ubytovacie služby, nasledujúca Tabuľka 2 predstavuje porovnanie počtu ubytovacích zariadení, izieb, lôžok, dosiahnutých tržieb a priemernej ceny za ubytovanie v sledovaných okresoch za rok 2024.

Tabuľka 2 Prehľad počtu ubytovacích zariadení a ostatných parametrov súvisiacich s ubytovaním v okresoch v CHKO Štiavnické vrchy za rok 2024

Okres/parameter	Ubytovacie zariadenia	Izby	Lôžka	Tržby (v €)	Priemerná cena (v €)
Banská Štiavnica	130	749	2 192	3 807 577	37,3
Žarnovica	31	306	854	2 365 046	44,0
Žiar nad Hronom	63	863	2 420	7 696 928	40,5
Krupina	33	908	1 902	19 070 742	55,2
CELKOM/ celkový priemer	257	2 826	7 368	32 940 293	44,25

(zdroj: vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR)

Už na prvý pohľad je zrejmé, že v počte ubytovacích zariadení jednoznačne dominuje okres Banská Štiavnica, ktorý štvornásobne prevyšuje počet ubytovaní v okresoch Žarnovica a Krupina a dvojnásobne v okrese Žiar nad Hronom. Za veľkým počtom ubytovacích zariadení v danom okrese stojí ich rozmanitosť, keďže v Banskej Štiavnici a jej okolí sa nachádzajú prevažne nižšie triedy hotelov, penzióny, chaty a chalupy, apartmánové i dovolenkové domy. I keď počet izieb nie je v okrese Banská Štiavnica najvyšší, vysoký počet lôžok hovorí o ekonomickejšom vnímaní ubytovateľov a zároveň odzrkadľuje už spomínanú rozmanitosť ubytovacích zariadení. Podobný trend je možné sledovať v okrese Žiar nad Hronom. Okres Banská Štiavnica si taktiež drží najnižšiu priemernú cenu za ubytovanie zo sledovaných okresov. Jednoznačná dominancia v oblasti tržieb za ubytovanie

je viditeľná v okrese Krupina, ktorý má zároveň najvyššiu priemernú cenu za ubytovanie a taktiež počet izieb na relatívne nízky počet ubytovacích zariadení. Tento fakt je spôsobený najmä prítomnosťou celoročne navštevovaného rezortu v kúpeľoch Dudince, ktorý ponúka služby pre náročnejšiu klientelu a drží sa vo vyšších cenových reláciách. Na základe údajov z tabuľky je možné konštatovať, že všeobecne najlepšie hodnoty zobrazuje okres Žiar nad Hronom, naopak najhoršie hodnoty sú badateľné v okrese Žarnovica, ktorý je zároveň najmenej navštevovaným a turisticky atraktívnym okresom spomedzi sledovaných.

7.1 Analýza udržateľných praktík vo vybraných hoteloch v rámci chránenej krajinej oblasti Štiavnické vrchy

Tabuľka 3 zobrazuje základné charakteristické údaje o vybraných hoteloch v rámci oblasti Štiavnických vrchov, v ktorých sa uskutočňoval výskum zameraný na využívanie udržateľných praktík. Kritériom výberu hotelov bola kvalita poskytovaných služieb, ktorú je možné odsledovať na základe tried – udelených hviezdíček.

Vyberané boli hotely s triedou 4 * alebo 5 *, u ktorých je vyšší predpoklad prítomnosti green managementu, snahy o implementáciu udržateľných praktík a taktiež vyššia pravdepodobnosť záujmu o ubytovanie zo strany udržateľne uvedomelých hostí. Tento fakt potvrdzuje aj Marciš et al. (2024) vo svojej štúdii zameranej na porovnanie hotelov na Slovensku s vyššou a nižšou triedou. Pre potrebu porovnania ukážkových cien bola v hoteloch vybraná štandardná dvojlôžková izba v základnom stupni kvality v termíne 2.–3. 5. 2025.

Tabuľka 3 Základné údaje o vybraných hoteloch v rámci CHKO Štiavnické vrchy

Hotel	Kategória/ zameranie hotela	Trieda hotela (v *)	Lokalita	Počet izieb	Počet lôžok	Cena za 2 osoby/noc (v €)
Sitno Forest Resort	Kongress a BabyFriendly hotel	****	Vyhne	103	214	265
Salamandra Resort	Wellness hotel	****	Hodruša Hámre	54	150	165
Barcadam	Boutique hotel	*****	Banská Štiavnica	10	24	98

(zdroj: vlastné spracovanie podľa webových stránok hotelov a telefonického rozhovoru s recepciou)

Už na prvý pohľad je viditeľné, že každý z vybraných hotelov razí inú myšlienku svojho podnikania. Tá je mnohokrát podporená prostredím, lokalitou, v ktorej sa daný hotel nachádza. Podporu lokalitou je možné vysvetliť na príklade hotela Barcadam – historického (boutique) hotela situovaného v historickom centre mesta Banská Štiavnica, ktoré do veľkej miery lemuje a ovplyvňuje zameranie hotelových zariadení. Okrem kategórie, resp. zamerania hotela je možné pozorovať značné rozdiely pri počte izieb, počte lôžok i pri poskytovanej cene. Cenová diferencia jednoznačne odzrkadľuje ponuku balíka služieb vybraných hotelov, ako aj úroveň vybavenia hotela a možnosť využitia doplnkových služieb.

7.1.1 Údaje o vzorke respondentov

Výskum zameraný na udržateľné praktiky a ich využívanie v hotelových prevádzkach aj v súvislosti s chránenými krajinnými oblasťami, bol realizovaný prostredníctvom dotazníkového šetrenia. Dotazník bol na základe dopytu niektorých hotelierov spracovaný okrem slovenského jazyka aj v angličtine a zároveň bol vyplňaný elektronicky a na požiadanie i v papierovej forme. Cieľovou skupinou bola unikátna vzorka respondentov v podobe hostí vybraných hotelov, pričom v každom z hotelov bolo získaných 20 odpovedí. To znamená, že každé CHKO (Štiavnické vrchy a Malé Karpaty) reprezentuje celkom 60 respondentov, čo spolu predstavuje 120 respondentov. Identický počet odpovedí v každom hoteli bol získaný v dvoch výberových kolách – 1. kolo realizovali u svojich zákazníkov poverení manažéri, 2. kolo bolo uskutočnené mojim osobným dozberom u hostí v každom so skúmaných hotelov. Zber údajov prebiehal približne polroka v období od mája 2024 do októbra 2024. V celkovej rovine je možné konštatovať, že výskum prebehol bez akýchkoľvek väčších komplikácií, pričom pravdepodobne jedinou prekážkou bola časová náročnosť zberu unikátnych dát.

Tabuľka 4 Vzorka respondentov vo vybraných hoteloch v rámci CHKO Štiavnické vrchy

Hotel	Pohlavie	Dĺžka pobytu	Vek
Sitno Forest Resort	18 Mužov (90 %) 2 Ženy (10 %)	3 = 1 noc (15 %) 12 = 2 noci (60 %) 5 = 3 a viac nocí (25 %)	5 = 15–20 rokov (25 %) 4 = 21–30 rokov (20 %) 7 = 31–40 rokov (35 %) 3 = 41–50 rokov (15 %) 5 = 51 a viac rokov (5 %)

Hotel	Pohlavie	Dĺžka pobytu	Vek
Salamandra Resort	15 Mužov (75 %) 5 Žien (25 %)	6 = 1 noc (30 %) 10 = 2 noci (50 %) 4 = 3 a viac nocí (20 %)	0 = 15–20 rokov (0 %) 3 = 21–30 rokov (15 %) 8 = 31–40 rokov (40 %) 8 = 41–50 rokov (40 %) 1 = 51 a viac rokov (5 %)
Barcadam	18 Mužov (90 %) 2 Ženy (10 %)	2 = 1 noc (10 %) 12 = 2 noci (60 %) 6 = 3 a viac nocí (30 %)	1 = 15–20 rokov (5 %) 1 = 21–30 rokov (5 %) 8 = 31–40 rokov (40 %) 6 = 41–50 rokov (30 %) 4 = 51 a viac rokov (20 %)

(zdroj: vlastné spracovanie)

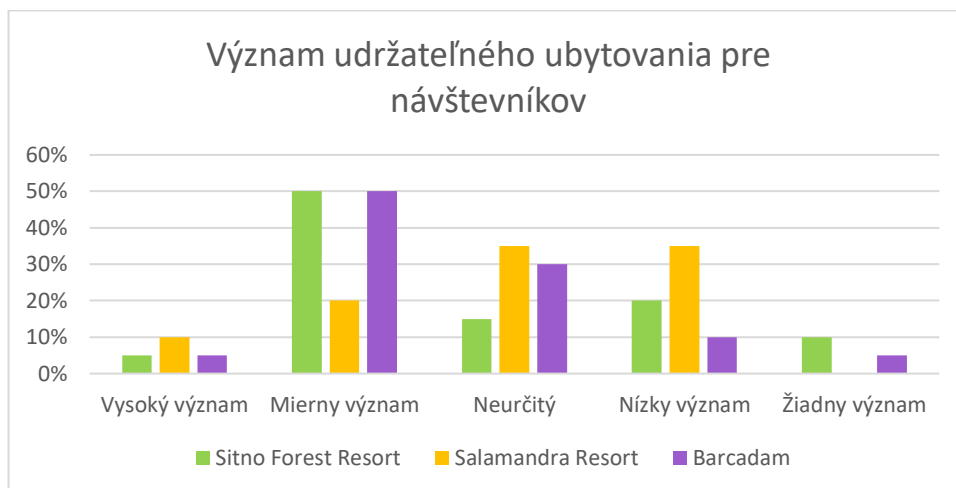
Vo všetkých hoteloch v rámci CHKO Štiavnické vrchy počet mužských respondentov výrazne prevýšil počet ženských a to v celkovom priemere o 70 %. Opýtaní návštevníci boli vo všetkých hoteloch najčastejšie ubytovaní na 2 noci, čo znamená, že prevažne išlo o víkendové pobyty. Vek respondentov sa v skúmaných hoteloch líši výraznejšie. V hoteli Sitno Forest Resort dotazník vyplňalo najviac mladšej a strednej vekovej kategórie hostí a to od 15 do 40 rokov (celkovo 80 %). Hotel Salamandra Resort disponoval najviac strednou generáciou respondentov v rozmedzí 31–50 rokov, ktorí opäť spoločne tvoria 80 % z opýtaných. Najmladšia generácia v danom hoteli neodpovedala vôbec. V hoteli Barcadam odpovedalo najviac hostí vo veku 31–40 rokov a nemalý počet hostí bol aj z vyššej vekovej kategórie. 51 a viac roční hostia odpovedali v hoteli Barcadam najviac zo všetkých skúmaných hotelov v danej oblasti a to z 20 %.

7.1.2 Spôsob výberu udržateľných hotelov návštevníkmi

Faktom je, že hotelové prevádzky a ich fungovanie je priamo závislé na postoji návštevníkov voči ich zariadeniu. Úspešným hotelom je ten, ktorý návštevník vníma ako atraktívny, prikladá mu význam a má určitú motiváciu sa v danom hoteli ubytovať. Nasledovná analýza rozoberá spôsob výberu udržateľného hotela návštevníkmi – význam, motiváciu i bariéry výberu a vnímanie potreby ekologického certifikátu.

Aký význam prikladajú hostia skúmaných hotelov vo všeobecnosti udržateľnému ubytovaniu, zobrazuje nasledovný Graf 2.

Graf 2 Význam udržateľného ubytovania pre návštevníkov vybraných hotelov v CHKO Štiavnické vrchy



(zdroj: vlastné spracovanie)

Názor návštevníkov na význam udržateľného ubytovania v skúmaných hoteloch nie je úplne jednotvárný, avšak je možné na základe grafu č. 2 pozorovať určité spojitosti. Až polovica návštevníkov z hotelu Sitno Forest Resort a hotelu Barcadam vníma udržateľné ubytovanie ako mierne významné. V hoteli Salamandra Resort sa názory návštevníkov viac rozdeľujú, pričom približne štvrtina opýtaných nevie určiť aký má pre nich význam udržateľné ubytovanie a ďalšej štvrtine na výbere takéhoto typu ubytovania veľmi nezáleží. 20 % opýtaných v hoteli Salamandra Resort však označilo položku „mierne význam“, čo svedčí taktiež o určitej inklinovanosti hostí daného hotela k udržateľnosti. Pozitívnym údajom je taktiež fakt, že celkovo viac návštevníkov označilo udržateľné ubytovanie za vysoko významné ako vôbec nevýznamné. Fakt, že návštevníci vnímajú ubytovanie ako také, ktoré by malo určitou mierou prispievať k ochrane prírody a udržateľnému rozvoju potvrdzuje aj vysoké percento hostí označujúcich šetrenie energií a životného prostredia ako faktor najviac vystihujúci udržateľné ubytovanie (viď. Príloha P III). Na základe Grafu 2 je možné všeobecne konštatovať, že návštevníci v Štiavnických vrchoch majú záujem o udržateľne uvedomelé ubytovanie, alebo je ich názor nerozhodný.

Tabuľka 5 opisuje motivátory výberu udržateľného ubytovania z pohľadu návštevníka a na druhej strane faktory, ktoré návštevníkom pri výbere udržateľného ubytovania prenikajú, resp. výberu bránia.

Tabuľka 5 Motivátory a bariéry výberu udržateľného ubytovania návštevníkmi vybraných hotelov v CHKO Štiavnické vrchy

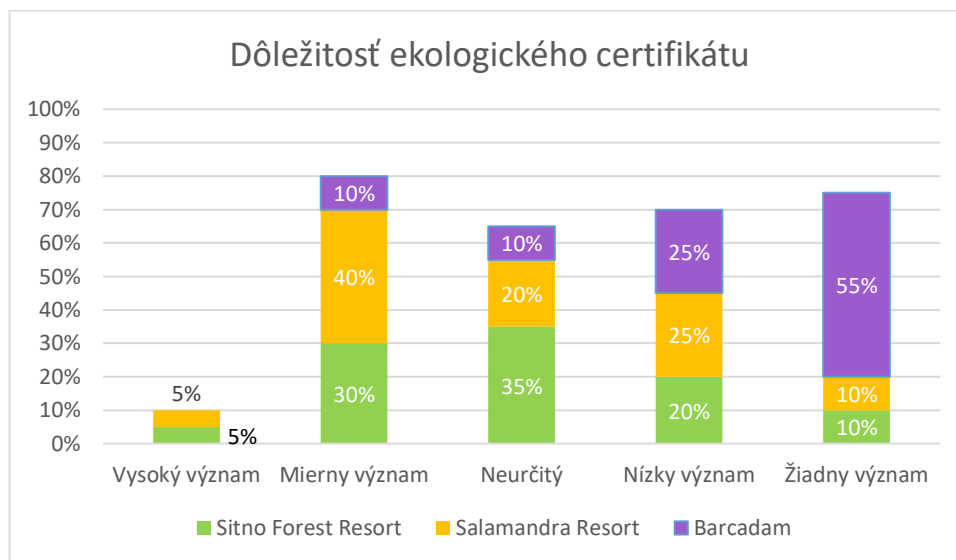
	Sitno Forest Resort	Salamandra Resort	Barcadam
Motivátory výberu			
Lokalita cieľového miesta	10 %	0 %	50 %
Zdravý životný štýl	35 %	40 %	5 %
Následovanie trendu	15 %	15 %	10 %
Prispievanie k ochrane prírody a udržateľnému rozvoju	25 %	45 %	25 %
Bez motivátorov	15 %	0 %	10 %
Bariéry výberu			
Vysoká cena	40 %	5 %	10 %
Presýtenosť pojmov bio, eko, eko-friendly	10 %	45 %	25 %
Nedôvera voči zariadeniam	20 %	5 %	20 %
Dodržiavanie udržateľných pravidiel	0 %	35 %	0 %
Bez bariér	30 %	10 %	45 %

(zdroj: vlastné spracovanie)

V Tabuľke 5 je viditeľná rôznorodosť premýšľania návštevníkov v jednotlivých hoteloch. Kým v hoteli Barcadam s lukratívnou pozíciou je najväčším motivátorom lokalita v ostatných hoteloch tento faktor rozhodujúci takmer nie je. V týchto hoteloch naopak prevláda medzi návštevníkmi záujem o zdravý životný štýl či prispievanie k ochrane prírody a udržateľnosti, pričom najviac viditeľná zhoda týchto motivátorov je pozorovateľná medzi návštevníkmi hotela Salamandra Resort. V tomto hoteli zároveň majú všetci hostia motiváciu k výberu udržateľného ubytovania. Najmenej motivácie majú hostia z hotela Sitno Forest Resort, kde 15 % označilo odpoveď „Bez motivátorov“. Čo sa týka bariér, tam sa názory návštevníkov opäť líšia. V hoteli Sitno Forest Resort je najväčšou bariérou vysoká cena, čo potvrdzuje aj tabuľka č. 3. V hoteli Salamandra je skoro polovica hostí presýtená pojmov akokoľvek označujúcich udržateľnosť a nie malý počet nie je stotožnený s dodržiavaním udržateľných pravidiel v hoteli. Na základe toho by Salamandra Resort mal nastaviť marketingovú stratégiu svojich udržateľných aktivít, vyhýbať sa klišé pojmom a nátlakovým postupom. Najviac hostí hotela Barcadam nevnímajú žiadne bariéry, pričom tento údaj označila takmer polovica. Taktiež veľké percento opýtaných (30 %) z hotela Sitno Forest Resort nemá žiadne bariéry pri výbere udržateľného ubytovania.

Ďalší Graf 3 informuje o vnímaní dôležitosti a potreby ekologického certifikátu z pohľadu hotelových hostí ako faktoru pri výbere udržateľného ubytovania.

Graf 3 Dôležitosť ekologického certifikátu pre hostí vybraných hotelov v CHKO Štiavnické vrchy



(zdroj: vlastné spracovanie)

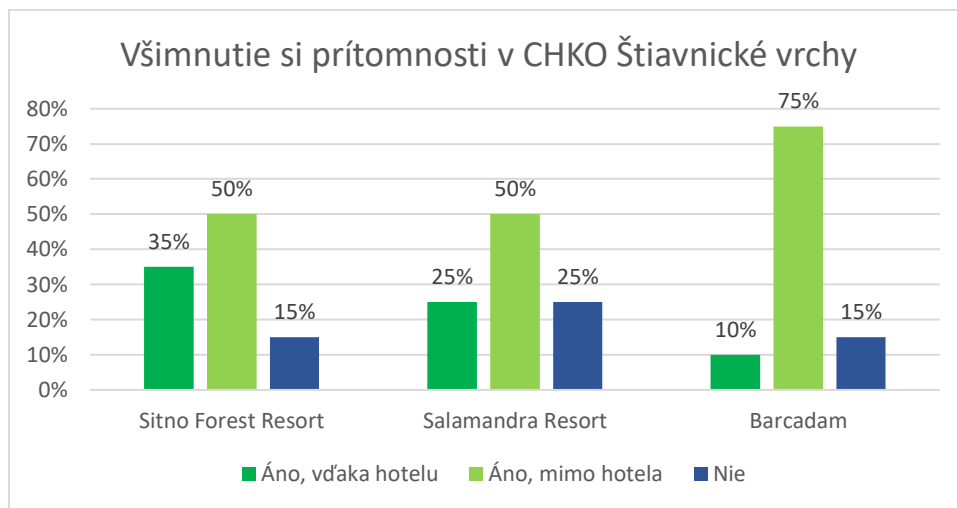
Z Grafu 3 je možné vyčítať, že názor hostí vybraných hotelov na ekologický certifikát sa opäť rôzni. Význam mu prikladajú najmä hostia hotela Sitno Forest Resort a Salamandra Resort, alebo je ich názor na danú problematiku neurčitý. Pre viac ako polovicu hostí hotela Barcadam naopak ekologický certifikát veľa neznamená a nezohráva pre nich úlohu pri výbere udržateľného ubytovania. Daná skutočnosť môže byť spôsobená rôznorodosťou klientely, ktorá hotely navštevuje a kategóriou, resp. zameraním konkrétneho hotela. Sitno Forest Resort a Salamandra Resort sa sústreďujú okrem klasických dovolenkárov aj na business klientelu, firemné akcie a kongresy, čo môže prirodzene znamenať vyššie nároky na udržateľné praktiky a potrebu poskytnutia určitej garancie udržateľnosti napríklad prostredníctvom ekologického certifikátu. Hotel Barcadam sa zameriava na menšie skupiny bežných návštevníkov, ktorí garanciu certifikátom poväčšine nepožadujú. Výskum ďalej ukázal, že v priemere len 15 % hostí vybraných hotelov v Štiavnických vrchoch označilo ekologický certifikát ako bezpodmienečne vystihujúci parameter udržateľného ubytovania (viď. Príloha P III). To znamená, že pre hotely v danej oblasti nie je potrebné urýchlene usilovať o jeho získanie, avšak v budúcnosti by daný krok mohol byť z pohľadu hostí ocenený.

7.1.3 Hotely v súvislosti s trvalo udržateľným rozvojom v chránenej oblasti

V Grafe 4 je možné pozorovať všímavosť hostí o chránenej oblasti, v ktorej sa v rámci pobytu v hoteli nachádzajú. Graf zároveň ukazuje porovnanie medzi povšimnutím si

prítomnosti v CHKO na základe informácií od hotelov a povšimnutím si prítomnosti v CHKO na základe vlastného pozorovania bez informačného zásahu hotela.

Graf 4 Všímavosť prítomnosti v CHKO Štiavnické vrchy počas pobytu hosťa vo vybraných hoteloch



(zdroj: vlastné spracovanie)

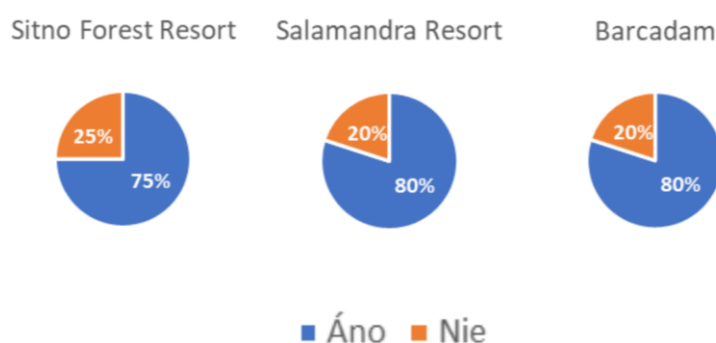
Informovať svojich hostí o prítomnosti v chránenej oblasti a oboznamovať ich tak o potrebe udržateľného rozvoja cestovného ruchu v celej oblasti sa na základe Grafu 4 najviac snaží hotel Sitno Forest Resort. Salamandra Resort informuje svojich hostí v danej veci o 10 % menej ako predošlý hotel. Zároveň presne polovica hostí z jedného i druhého hotela zistila prítomnosť v CHKO vlastným pozorovaním. Buď boli títo hostia informovaní o CHKO už pred nástupom na pobyt, alebo sa informáciu dozvedeli počas pobytu napr. prostredníctvom informačných tabúl, v turistickom informačnom centre, od iných subjektov cestovného ruchu apod. Takpovediac kritická situácia je však viditeľná v poslednom sledovanom hoteli Barcadam kde iba 2 hostia informáciu získali od svojho hotela a na druhej strane až 75 % vedelo o prítomnosti v CHKO nie vďaka hotelu. Z toho vyplýva potreba lepšieho informovania hostí o nachádzaní sa v chránenej oblasti s cieľom podporiť súlad medzi ochranou prírody a cestovným ruchom. Pozitívnou informáciou je však nízky celkový počet hostí, ktorí počas svojho pobytu ani prostredníctvom hotela, ani po vlastnej osi nezistili, že sa nachádzajú v CHKO.

O trvalo udržateľný rozvoj v CHKO by sa jednoznačne mali zaujímať nielen samosprávy, správy CHKO či miestne inštitúcie cestovného ruchu, avšak vo veľkej miere aj ubytovacie zariadenia. Na čo by sa mali hotely podľa návštevníkov najviac sústreďovať v snahe o podporu trvalo udržateľného rozvoja opisuje Príloha P IV. V hoteli Sitno Forest

Resort sa na prvom mieste umiestnilo zamestnávanie miestnych obyvateľov, v hoteloch Salamandra Resort a Barcadam zase snaha o zníženie vplyvu hotela na životné prostredie. V priemere je na základe odpovedí návštevníkov hotelov v CHKO Štiavnické vrchy najdôležitejším bodom práve spomínané zníženie vplyvu hotelovej prevádzky na životné prostredie (35 %).

7.1.4 Všímavosť hostí a ich informovanosť o udržateľných praktikách

Obrázok nižšie zobrazuje tri grafy rozlišujúce zákazníkov, ktorí počas pobytu v jednotlivých hoteloch postrehli využívanie určitých udržateľných praktík. Hodnoty v grafoch poukazujú na mieru viditeľnosti hotelových udržateľných aktivít v celkovej rovine.



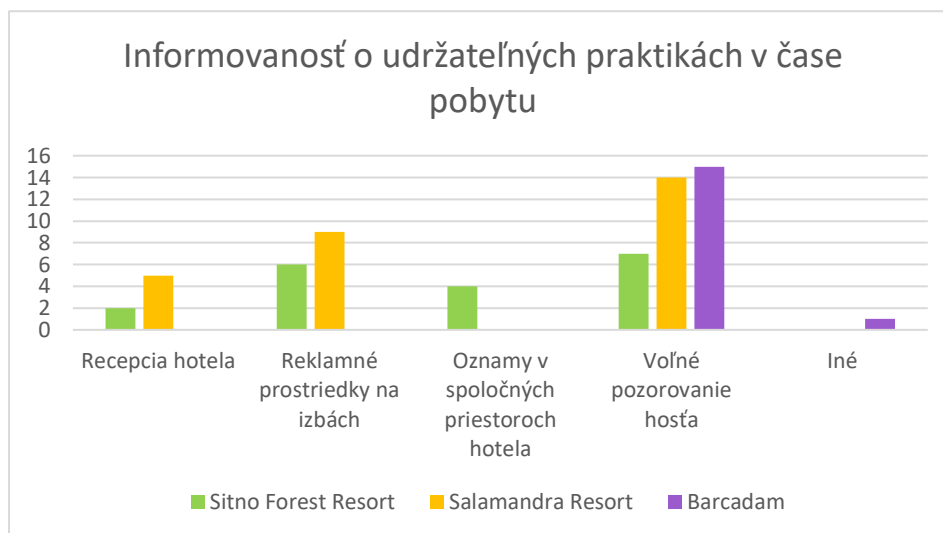
Obrázok 4 Grafy zobrazujúce relatívnu hodnotu všimavosti udržateľných praktík vo vybraných hotelových zariadeniach v Štiavnických vrchoch

(zdroj: vlastné spracovanie)

V hoteli Sitno Forest Resort postrehlo udržateľné praktiky až 15 hostí, tzn. 75 %. V ostatných dvoch hoteloch je miera viditeľnosti ešte mierne vyššia a zároveň rovnaká, nakoľko udržateľné praktiky postrehlo jednotné percento zákazníkov – 80 %. Viditeľnosť udržateľných praktík vo všetkých skúmaných hoteloch teda výrazne prevyšuje počet zákazníkov, ktorí si žiadne z nich nevšimli. Na základe tejto analýzy a vyskúmaných dát sa práca bude ďalej opierať o počet respondentov, ktorí uviedli v dotazníku odpoveď „Áno“, tzn. v hoteli Sitno Forest Resort 15, v Salamandra Resort 16 a v hoteli Barcadam taktiež 16, pričom tieto hodnoty budú pri ďalších analýzach uvádzané ako 100 %.

Nasledujúci Graf 5 uvádza, akým spôsobom sú hostia informovaní o udržateľných praktikách využívaných vo vybraných hotelových zariadeniach, resp. akým spôsobom informácie o udržateľných praktikách hostia počas pobytu získavajú. Respondenti mohli v danej otázke označiť viac odpovedí.

Graf 5 Informovanosť host'a o udržateľných praktikách v čase pobytu v hoteli v rámci Štiavnických vrchov



(zdroj: vlastné spracovanie)

Najviac hostí v každom hoteli uviedlo variantu „Voľným pozorovaním“, čo znamená, že informácie o udržateľných praktikách získavali počas pobytu poväčšine sami bez akéhokoľvek aktívneho informačného zásahu hotela. Podľa analýzy je v hoteli Barcadam voľné pozorovanie zároveň takmer výlučným spôsobom získavania informácií o udržateľnosti v hoteli, nakoľko sa okrem jedného host'a, ktorý sa o udržateľnom správaní hotela dozvedel aj na webstránke, na danej veci zhodlo zvyšných skoro 94 %. Voľné pozorovanie nadobúda vysokú hodnotu aj pri hoteli Salamandra Resort, u ktorého je už však viditeľná väčšia snaha svoje udržateľné správanie komunikovať hosťom prostredníctvom reklamných prostriedkov (ako napr. letáky na izbách) a taktiež cez hotelovú recepciu. Najrozptýlenejšiu komunikačnú stratégiu má hotel Sitno Forest Resort, ktorý okrem vyššie spomínaných spôsobov informácie poskytuje aj prostredníctvom oznamov v spoločných priestoroch. Vedia však hostia týchto hotelov o ich udržateľných spôsoboch ešte predtým ako vôbec prídu na pobyt? Na základe Prílohy P V by sa dalo konštatovať, že hostia hotela Sitno Forest Resort prevažne zistia dané informácie prostredníctvom sociálnych sietí a webovej stránky, niektorí zase od predošlých návštevníkov či na online portáloch ponúkajúcich daný hotel. Hotel Salamandra Resort ukazuje svoje praktiky na portáloch ako napr. Booking.com, kde tieto informácie našlo 37,5 % hostí. Hotel Barcadam svoje praktiky prezentuje online podľa troch hostí iba na svojej webovej stránke. Avšak, najviac opýtaných hostí vo všetkých hoteloch natrafilo na informácie o udržateľných praktikách až osobne na hoteli, čo koniec koncov hovorí o nedostatočnej propagácii.

7.1.5 Udržateľné praktiky v hotelových prevádzkach

Tabuľka 6 prezentuje 11 sledovaných udržateľných praktík a úroveň ich viditeľnosti z pohľadu hostí jednotlivých hotelov, ktorá je pri každej praktike zobrazená v relatívnej hodnote. Zvýraznené sú hodnoty, ktoré prevýšili všímavosť 60 %. Respondenti mohli opäť označiť viac odpovedí, tzn. viac udržateľných praktík, ktoré počas pobytu zaregistrovali.

Tabuľka 6 Prehľad udržateľných praktík a relatívne vyjadrenie hodnoty všímavosti jednotlivých udržateľných praktík hosťami vo vybraných hoteloch v Štiavnických vrchoch

Praktika / hotel	Sitno Forest Resort	v %	Salamandra Resort	v %	Barcadam	v %
Triedenie odpadu	✓	100 %	✓	43,8 %	✓	81,3 %
Recyklované produkty	✓	60 %	✓	37,5 %	X	0 %
Nepoužívanie jednorazových plastov	✓	60 %	✓	56,3 %	✓	62,5 %
Jedlo a nápoje z miestnych zdrojov	✓	26,7 %	✓	43,8 %	✓	18,8 %
Solárne panely	✓	33,3 %	X	0 %	X	0 %
Úsporné žiarovky a svietidlá	✓	40 %	✓	37,5 %	✓	12,5 %
Výmena uterákov na vyžiadanie	✓	60 %	✓	68,8 %	✓	62,5 %
Prenájom bicyklov	✓	53,3 %	✓	50 %	X	0 %
Eko hotelová kozmetika	✓	66,7 %	✓	25 %	✓	50 %

Praktika / hotel	Sitno Forest Resort	v %	Salamandra Resort	v %	Barcadam	v %
Eko toaletné potreby	✓	40 %	✓	31,3 %	✓	31,3 %
Kompostovanie	✓	6,7 %	X	0 %	✓	12,5 %

(zdroj: vlastné spracovanie)

Najvyššiu hodnotu všímavosti v celkovej rovine zaznamenáva hotel Sitno Forest Resort, u ktorého jasne dominuje snaha o recykláciu, triedenie odpadu, vyhýbanie sa jednorazovým PVC výrobkom ako aj výzva k šetreniu životného prostredia informáciami o výmene uterákov až na požiadanie a využívanie ekologickej hotelovej kozmetiky. Triedenie odpadu v tomto hoteli je zároveň jedinou praktikou, ktorú si všimli úplne všetci hostia. Málo viditeľné sú praktiky v hoteli Salamandra Resort, kde sa nad 60 % dostala iba výmena uterákov na vyžiadanie. Spomínaná výmena uterákov len na vyžiadanie host'a je zároveň najviac všímanou praktikou vo všetkých sledovaných hoteloch, ďalšími sú triedenie odpadu a nepoužívanie jednorazových výrobkov, pri ktorých sa hodnoty vo všetkých hoteloch dostali nad 40 %. Celkovo najmenej viditeľnými praktikami je snaha o kompostovanie, ponuka jedál a nápojov z miestnych zdrojov a taktiež využívanie solárnych panelov, ktoré hostia spozorovali z 33 % len u hotela Sitno Forest Resort pričom ostatné dva hotely naozaj solárnymi panelmi nedisponujú. Na základe celej analýzy by sa dalo konštatovať, že hostia skúmaných hotelov si všímajú prevažne praktiky, s ktorými priamo prichádzajú do kontaktu, resp. ktoré sú označené ako ekologické, udržateľné. Preto je škoda, že skúmané hotely svoje praktiky nekomunikujú viac a vhodným spôsobom svojim host'om nedávajú častejšie najavo, že sa snažia chrániť životné prostredie a podporovať udržateľný rozvoj.

Nadväzujúca Tabuľka 7 zobrazuje host'ami najvyužívanejšie praktiky spomedzi 11 sledovaných, ktoré hostia zároveň najviac počas pobytu ocenili. Pokiaľ malo viac udržateľných praktík rovnakú hodnotu, sú na jednej pozícii zaradené spoločne.

Tabuľka 7 Top 3 hosťami využívané a najviac oceňované udržateľné praktiky vo vybraných hoteloch v Štiavnických vrchoch

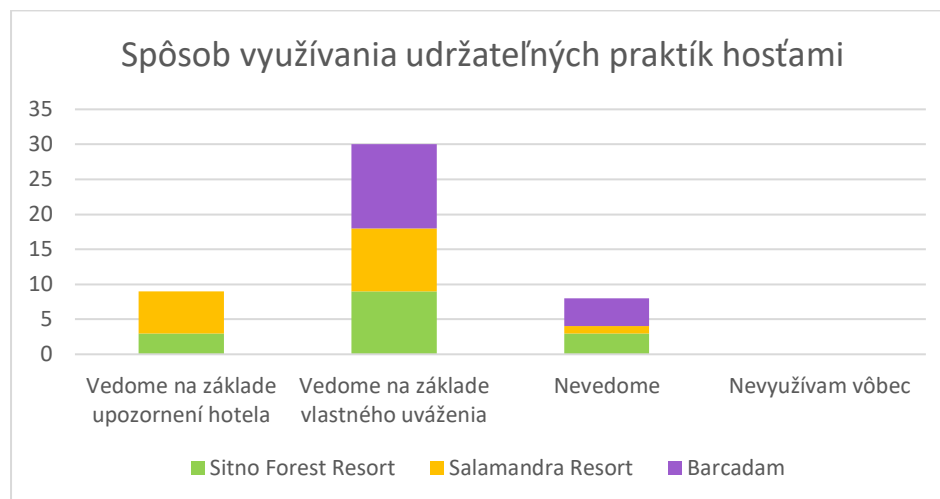
Hotel Sitno Forest Resort	1. Triedenie odpadu, 2. Ekologická hotelová kozmetika, 3. Výmena uterákov iba na vyžiadanie, Nepoužívanie jednorazových plastov, Prenájom bicyklov
Hotel Salamandra Resort	1. Prenájom bicyklov 2. Výmena uterákov iba na vyžiadanie 3. Jedlo a nápoje z miestnych zdrojov
Hotel Barcadam	1. Triedenie odpadu 2. Výmena uterákov iba na vyžiadanie 3. Ekologická hotelová kozmetika, Ekologické toaletné potreby

(zdroj: vlastné spracovanie)

Tabuľka 7 potvrdzuje, že výmena uterákov na vyžiadanie hosťa je nielen najviac všímanou, ale aj najvyužívanejšou a najoceňovanejšou praktikou, nakoľko sa umiestnila vo všetkých troch hoteloch v top 3. Hostia hotela Sitno Forest Resort a hotela Barcadam najviac triedili odpad v porovnaní s hotelom Salamandra Resort, kde si najviac hostia prenajímali bicykle v požičovni a danú praktiku najviac oceňovali. Hostia okrem iného v hoteloch oceňujú aj ekologickú starostlivosť skrz eko kozmetiku a eko toaletné potreby a ďalej snahu o využívanie náhrad jednorazových plastových produktov. V hoteli Salamandra Resort sa hosťom taktiež páčilo využívanie lokálnych surovín v ponúkaných jedlách a nápojoch.

Spôsob, akým zvyčajne hostia udržateľné praktiky využívajú, je vyobrazený v Grafe 6, ktorý pojednáva o vedomom využívaní udržateľných praktík cez hotelové upozornenia či vlastný úsudok, alebo o ich nevedomom využívaní.

Graf 6 Spôsob využívania udržateľných praktík hosťami vo vybraných hoteloch v Štiavnických vrchoch



(zdroj: vlastné spracovanie)

Hostia skúmaných hotelov najviac preferujú vedomé využívanie na základe vlastného rozhodnutia a úsudku, bez hotelových upozornení. Z toho vyplýva, že sú pravdepodobne radi za informácie o udržateľnom správaní hotela, nakoľko ich podľa analýzy využívať chcú, avšak nechcú byť príliš upozorňovaní na ich dodržiavanie, resp. využívanie. Napr. v hoteli Barcadam hostia na základe upozornení hotela praktiky nevyužívajú vôbec, čo okrem iného opäť potvrdzuje malú aktivitu v komunikácii ich snáh o udržateľnejšie ubytovanie. Najviac prístupní sú k upozorneniam hostia hotela Salamandra Resort, ktorí zároveň najmenej využívajú praktiky nevedome. Nevedomé využívanie praktík je pozorované v približne rovnakom počte v ďalších dvoch sledovaných hoteloch, avšak hodnoty sú oproti vedomému využívaniu takpovediac zanedbateľné. Pozitívnou informáciou je fakt, že 100 % hostí udržateľné praktiky využíva, či už vedomé, alebo nevedome.

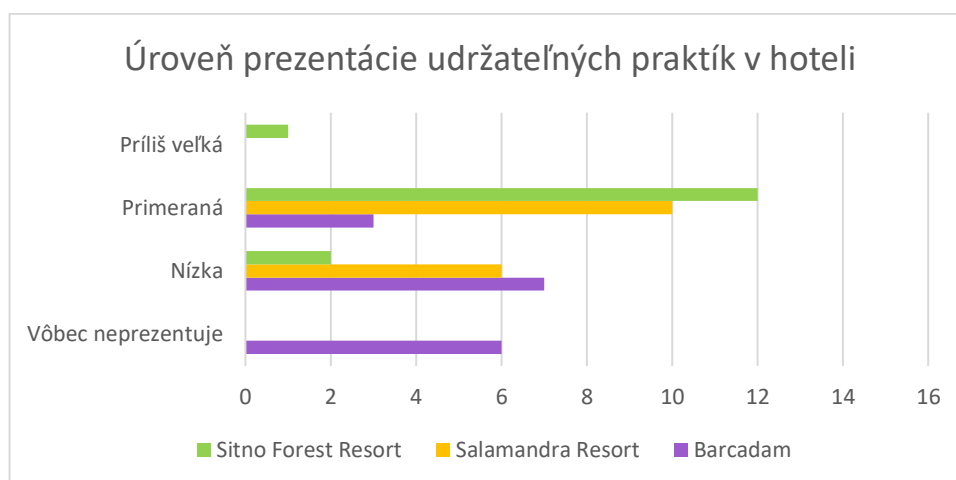
Aktívne hostí do udržateľného diania, avšak nie upozorňovaním, zapája hlavne Sitno Forest Resort zo 73 % a Salamandra Resort zo 62 %, hotel Barcadam svojich hostí aktívne zapája veľmi málo a to len z 12 % (viď. Príloha P VI).

7.1.6 Celková udržateľnosť vo vybraných hoteloch

Nasledovné analýzy zobrazujú názory hostí na celkovú prezentáciu udržateľných praktík v hotelových zariadeniach a udelenie konečnej „známky“ udržateľnosti pre každý hotel, resp. ako veľmi sa podľa nich hotely snažia, alebo naopak nesnažia byť udržateľnými na základe ich osobnej skúsenosti počas pobytu. Či sa hotely podľa hostí prezentujú ako

udržateľné príliš veľa, primerane, málo, alebo dokonca vôbec napriek tomu, že mnohé udržateľné praktiky majú zavedené, zobrazuje nižšie Graf 7.

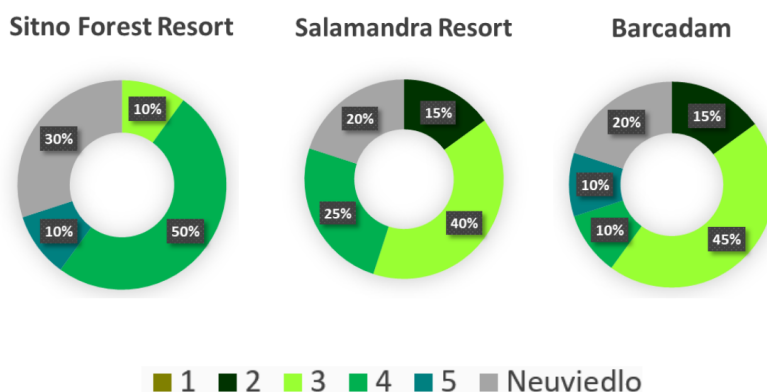
Graf 7 Úroveň celkovej prezentácie udržateľných praktík vo vybraných hoteloch v oblasti Štiavnické vrchy



(zdroj: vlastné spracovanie)

Z hľadiska úrovne prezentácie svojich udržateľných praktík sa hotely v oblasti Štiavnických vrchov opäť líšia. Primerane, teda takým spôsobom, ktorý hosťom úplne stačí, vyhovuje a nič by na ňom nemenili, komunikujú svoje praktiky podľa väčšiny hostí hotely Sitno Forest Resort a Salamandra Resort. V hoteli Barcadam sa veľkému počtu hostí zdala prezentácia nízka, alebo sa zhodli, že hotel úplne zamlčal svoju snahu o udržateľnosť. Hotel Barcadam je teda typickým príkladom greenhushingu, kedy veľa udržateľných praktík reálne zavádza, avšak z určitého dôvodu informácie o nich nereprodukuje svojim hosťom. Pomerne nízku prezentáciu zaznamenal aj hotel Salamandra Resort, kde danú odpoveď označila približne tretina hostí. Dá sa povedať, že hotel Sitno Forest Resort má marketing a stratégiu komunikácie svojich udržateľných aktivít vyriešenú najlepšie zo skúmaných hotelov, avšak nakoľko ako jediný zaznamenal odpoveď od zákazníka, že jeho prezentácia je na jeho vkus príliš vysoká, v budúcnosti by si mal dať pozor, aby nespadol do greenwashingu.

Ďalšie grafy v Obrázku 4 predstavujú poslednú analýzu – vyššie spomínanú škálu celkovej úrovne udržateľnosti hodnotenú zákazníkmi sledovaných hotelov.



Obrázok 5 Grafy hodnotenia celkovej udržateľnosti vo vybraných hoteloch v oblasti CHKO Štiavnické vrchy

(zdroj: vlastné spracovanie)

Udržateľné správanie hotela Sitno Forest Resort hodnotilo presne 50 % hostí na úrovni 4 a 10 % na úrovni 5, pričom ani jeden hosť neuviedol nízke úrovne 1 a 2. Z tejto dobrej bilancie vyplýva, že pokiaľ si hostia udržateľné praktiky v hoteli povšimli, boli s nimi a s celkovou situáciou z hľadiska udržateľnosti prevažne spokojní. V hoteli Salamandra Resort je úroveň udržateľnosti mierne nižšia. Hostia hotel hodnotili v celkovej rovine na úrovni 3 a z 25 % na úrovni 4, čo je iba polovica v porovnaní s predošlým hotelom. 15 % respondentov taktiež hodnotilo hotel na nízkej úrovni 2. I keď sú hostia s udržateľnosťou v Salamandra Resort relatívne spokojní, pre lepšie hodnotenie by bolo potrebné vykonať mierne zmeny v komunikácii a udržateľnej stratégii hotela. Hotel Barcadam získal najpestrejšie hodnotenie, pričom najvyšší podiel má známka 3, ktorú označilo 45 % respondentov. Rôznorodosť odpovedí pri treťom skúmanom hoteli vypovedá o pestrých názoroch návštevníkov na udržateľné ubytovanie, ale taktiež o nejasnej myšlienke hotela a nevyrovnanej prezentácii svojej udržateľnosti v porovnaní s ostatnými skúmanými hotelmi. Celkovú udržateľnosť neohodnotili iba hostia, ktorí si žiadne udržateľné praktiky v hoteloch počas pobytu nevšimli.

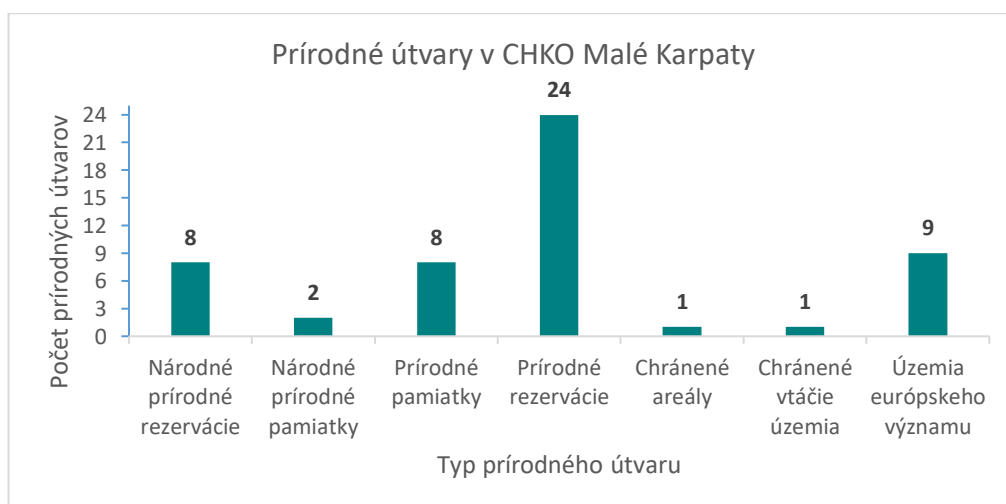
Podľa Prílohy P VII je však pozitívne zistenie, že v priemere 65 % hostí všetkých sledovaných hotelov celkovo podporuje udržateľnosť a zavádzanie udržateľných praktík vo všetkých sledovaných hoteloch viac ako víta. Ostatní respondenti zaujímajú neutrálny postoj, alebo na nich snaha hotelov zavádzať udržateľné praktiky nemá žiaden vplyv, avšak negatívne nevyplýva ani na jedného host'a.

8 CESTOVNÝ RUCH V ZÁZEMÍ CHRÁNENEJ KRAJINNEJ OBLASTI MALÉ KARPATY

O Malých Karpatoch sa hovorí ako o zelených pľúcach západu. Toto tvrdenie jednoznačne potvrdzuje vysoká koncentrácia lesov, ktorá činí až 86 % z celého územia. Malé Karpaty sa rozprestierajú na juhozápade Slovenska s rozlohou 64 610 ha, pričom sú zároveň okrajovým pohorím vnútorných Karpát. Súčasťou územia je 9 okresov – Bratislava III, Bratislava IV, Malacky, Pezinok, Piešťany, Senica, Trnava, Myjava a Nové Mesto nad Váhom, pričom niektoré zasahujú do územia z veľkej časti, iné iba okrajovo. Katastrálne do územia Malých Karpát spadá 7 miest a 46 dedín. Správa CHKO sídli v meste Modra. Najvyššie položeným miestom v oblasti je vrch pohoria Záruby s nadmorskou výškou iba 768 m n. m. Napriek tomu, že nie sú veľmi vysokým pohorím, Malé Karpaty výrazne vytŕčajú z obklopujúcich nížin a sú takpovediac „zeleným ostrovom“ najmä pre obyvateľov Bratislavy a okolia, ktorí sem prichádzajú s cieľom oddychu a rekreácie. Oblasť je zároveň jediným chráneným územím vinohradníckeho charakteru, ktorá sa okrem vinárstva preslávila aj ďalšími unikátnymi gastronomickými špecialitami ako je napr. tradične pečená hus a kačica. Tieto aspekty sú takpovediac základovým kameňom cestovného ruchu v danej oblasti. Ďalším špecifikom danej oblasti je jej lokalita, nakoľko zasahuje na územie veľkomesta, konkrétne hlavného mesta Bratislava. Oblasť bola upravená na lesopark a dnes je významným rekreačným zázemím Bratislavy a jej okolia ako aj centrum ochrany prírody na západnom Slovensku.

Graf 8 premieta 7 typov prírodných útvarov a ich počet v oblasti CHKO Malé Karpaty.

Graf 8 Prírodné útvary v CHKO Malé Karpaty



(zdroj: vlastné spracovanie podľa Lacika a Ondrejka, 2009)

Podľa údajov z Grafu 8 Malokarpatská oblasť disponuje celkom pestrým spektrom prírodných útvarov, pričom dohromady ich je tu možné nájsť oveľa viac ako v predošlej oblasti a to až 53. Najväčšie zastúpenie majú prírodné rezervácie, kde medzi turisticky najznámejšie patrí Čierna skala, Vysoká či Katarína. Významný je aj výskyt väčšieho počtu národných prírodných rezervácií a prírodných pamiatok – po 8 útvarov z každej kategórie. Tieto územia sú často výnimočné z hľadiska biodiverzity, geomorfologických či botanických hodnôt a predstavujú kľúčové prvky ochrannej siete územia. Medzi takéto útvary v CHKO Malé Karpaty patria napr. známy Čachtický hradný vrch, Devínska Kobyla, Čertov žľab či Tisové skaly. 2 národné prírodné pamiatky zahŕňajú Čachtickú jaskyňu a jedinú sprístupnenú jaskyňu v Malých Karpatoch – Driny. Chránené areály a chránené vtáacie územia sa vyskytujú iba po jednom, území európskeho významu je možné v danej oblasti nájsť 9. Tieto údaje reflektujú vysokú koncentrovanosť environmentálne cenných útvarov v Malých Karpatoch a tak potvrdzujú dôležitosť rozvoja udržateľného cestovného ruchu a uvedomelého ubytovania v danej oblasti s cieľom chrániť týmto spôsobom prírodné bohatstvo.

Návštevnosť CHKO Malé Karpaty je za roky 2020–2024 premietnutá v Tabuľke 8, ktorá sa opäť opiera o údaje zo ŠÚ SR. Pre obmedzenosť údajov a zhodu dát s predošlou chránenou oblasťou sú údaje v Tabuľkách 8 a 9 premietnuté opäť na okresy rozlohou, počtom miest a obcí najviac zasahujúce do CHKO Malé Karpaty.

Tabuľka 8 Prehľad návštevnosti okresov v CHKO Malé Karpaty počas rokov 2020–2024

Okres/rok	2024	2023	2022	2021	2020
Bratislava III	117 800	113 496	93 062	46 305	50 889
Bratislava IV	16 177	14 741	16 085	11 605	18 173
Malacky	48 590	47 431	41 275	18 431	15 261
Pezinok	89 802	82 989	68 611	41 848	35 404
Nové Mesto nad Váhom	22 085	18 595	14 043	-	11 277
CELKOM	294 454	277 252	233 076	118 189	131 004

(zdroj: vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR)

V Malokarpatskej oblasti je celkový trend vývoja návštevnosti rastúci, pričom najvýraznejší nárast je možné pozorovať po roku 2021, teda po období pandémie, ktorá výrazne obmedzila cestovný ruch. Dovtedy počet návštevníkov v okresoch Bratislava III a IV mierne klesal,

Malacky a Pezinok zaznamenali mierny nárast. V okrese Nové Mesto nad Váhom neboli údaje o návštevnosti za rok 2021 dostupné. Od roku 2022 však návštevnosť vo všetkých okresoch výrazne stúpla a to takmer o 115 tisíc, čo činí skoro dvojnásobný nárast a zároveň najväčší za sledované obdobie. Na zlepšení situácie v roku 2022 sa podieľajú najmä okresy Bratislava III, Malacky a Pezinok, návštevnosť v okrese Bratislava IV sa veľmi nezvýšila a zároveň medzi rokmi 2022 a 2023 ako v jedinom okrese mierne klesla. V ostatných okresoch sú za ďalšie roky pozorované iba stúpajúce hodnoty. Dlhodobu najvyššiu návštevnosť vykazuje okres Bratislava III, ktorý vyniká svojou dostupnosťou, veľmi lukratívnou lokalitou zahrňujúcou historickú časť centra Bratislavy a svojou infraštruktúrou. V roku 2024 tento okres činil až 40 % z celkovej návštevnosti v oblasti CHKO Malé Karpaty. Stabilný nárast vykazuje za sledované obdobie aj okres Pezinok, Malacky a vzhľadom na dostupné údaje aj okres Nové Mesto nad Váhom. Najmenej navštevovaný bol okres Bratislava IV, ktorého počet návštevníkov počas rokov mierne kolísal a v roku 2024 činil len približne 5 % zo všetkých okresov. V celkovej rovine sa za sledované obdobie návštevnosť zvýšila až o 125 %, čo poukazuje na turistickú atraktivitu daného územia. Z toho dôvodu je potrebné čoraz viac myslieť na udržateľné formy turizmu a šetrné zaobchádzanie s prírodným prostredím, aby bol cestovný ruch pre CHKO Malé Karpaty podporným prostriedkom a nie prekážkou.

Nasledujúca Tabuľka 9 poskytuje prehľad o stave ubytovacích zariadení a s nimi súvisiacich kvantitatívnych i ekonomických ukazovateľov za okresy spadajúce do územia CHKO Malé Karpaty. Údaje opäť reflektujú stav za rok 2024, pričom za toto obdobie neboli v rámci danej oblasti všetky údaje úplne dostupné. Vzhľadom na to sú niektoré položky doplnené poznámkou o neúplnosti – „bez 3. Q“ (bez tretieho kvartálu), čo sa týka konkrétne tržieb a priemernej ceny za ubytovanie v okrese Bratislava IV.

Tabuľka 9 Aktuálny prehľad počtu ubytovacích zariadení a ostatných ukazovateľov súvisiacich s ubytovaním v okresoch v CHKO Malé Karpaty za rok 2024

Okres/parameter	Ubytovacie zariadenia	Izby	Lôžka	Tržby (v €)	Priemerná cena (v €)
Bratislava III	44	1 400	3 402	8 934 424	26,8
Bratislava IV	22	2 601	6 322	654 875 (bez 3. Q)	21,7 (bez 3. Q)
Malacky	34	623	3 341	3 817 780	40,9
Pezinok	53	925	2 499	6 948 356	46,0

Okres/parameter	Ubytovacie zariadenia	Izby	Lôžka	Tržby (v €)	Priemerná cena (v €)
Nové Mesto nad Váhom	32	531	1 262	1 319 223	26,8
CELKOM/ celkový priemer	185	6 080	16 826	21 674 658	32,44

(zdroj: vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR)

Na základe Tabuľky 9 je možné konštatovať, že v okresoch v rámci Malých Karpát je počet ubytovacích zariadení vyrovnanejší v porovnaní s predošlou oblasťou. V CHKO Malé Karpaty zaznamenáva najvyšší počet ubytovaní okres Pezinok, naopak najnižší počet je viditeľný v okrese Bratislava IV. Tento okres však dominuje z hľadiska počtu izieb a lôžok, čo poukazuje na prítomnosť veľkokapacitných ubytovacích zariadení a to najmä hotelových komplexov. V okresoch Pezinok a Bratislava III je pri väčšom počte ubytovaní viditeľná menšia kapacita a to napovedá, že sa v týchto lokalitách nachádza viac menších ubytovacích zariadení, čo je prípad najmä okresu Pezinok. Najnižšiu kapacitu má, vzhľadom na menej intenzívny turizmus v danej lokalite, okres Nové Mesto nad Váhom. Celkové tržby za ubytovanie presiahli v danej lokalite 21 miliónov, na čom má najväčší podiel okres Bratislava III, ktorý s takmer 9 miliónovými tržbami činí cca 41 % a okres Pezinok s takmer 7 miliónovými tržbami cca 32 % z celkových tržieb za oblasť Malých Karpát. Okres Bratislava III zároveň podľa údajov z Tabuľky 9 vykazuje najlepší pomer ceny a kvality, nakoľko priemerná cena za ubytovanie je tu len cca 27 € a zároveň vysoká hodnota tržieb hovorí o vysokej atraktivnosti a návštevnosti lokality, čo potvrdzuje aj predošlá tabuľka č. 8. Najhorší pomer priemernej ceny za ubytovanie a tržieb je viditeľný v okrese Malacky. Nižšiu atraktivitu lokality okresu Nové Mesto nad Váhom odzrkadľuje aj nízka priemerná cena a zároveň taktiež nízke tržby za ubytovanie. Silný dôraz na kvalitu a rekreačný potenciál regiónu či vyšší štandard ubytovacích služieb je badateľný v okrese Pezinok na základe najvyššej priemernej ceny a taktiež vysokých tržieb. Okres Bratislava IV u daných ukazovateľov vykazuje výrazne nižšie hodnoty, čo je však z veľkej časti spôsobené absenciou údajov za tretí kvartál, ktorý je typicky najvýraznejším obdobím pre ubytovacie služby. Tržby by však bolo možné odhadnúť v danom okrese aj s tretím kvartálom na približne 2 mil. €. V celkovej rovine je možné okresy v CHKO Malé Karpaty zhodnotiť ako veľmi variabilné, pokiaľ ide o rozsah ubytovacích služieb, ich kapacity a ekonomický výkon

– niektoré vykazujú stabilný dopyt a vysoké tržby, iné fungujú v menšom rozsahu, čo odráža rozdielne postavenie jednotlivých lokalít v rámci tejto chránenej oblasti.

8.1 Analýza udržateľných praktík vo vybraných hoteloch v rámci chránenej krajinnej oblasti Malé Karpaty

Hotely vybrané pre výskum využívania udržateľných praktík v prevádzkach v rámci oblasti Malých Karpát sú charakterizované na základe niekoľkých základných údajov v nasledujúcej Tabuľke 10. Kritériom výberu hotelov bola rovnako ako v predošlej chránenej oblasti kvalita poskytnutých služieb vyjadrená pomocou triedy hotela v hviezdikách. Opäť boli cieľom výberu 4 a 5 hviezdikové hotely, avšak nakoľko sa v rámci územia CHKO Malé Karpaty udržateľne uvedomelý hotel v štandarde 5 hviezdíček nenachádza, vybrané boli iba hotely s triedou 4*. Hotel Galeria Pezinská Baba zatiaľ nezískal oficiálny štatút štvorhviezdikového hotela, avšak kvalitu ubytovania na tejto úrovni podľa majiteľa plnohodnotne spĺňa, čo bolo dôvodom konečného rozhodnutia zaradenia hotela do výskumu. Nevyjadrenie triedy daného hotela je preto v tabuľke označené pomlčkou. Pre porovnanie cien bola opäť vo všetkých hoteloch vybraná štandardná dvojlôžková izba v najlacnejšej variante a v základnej kvalite vo víkendovom termíne 2.–3. 5. 2025.

Tabuľka 10 Základné údaje o vybraných hoteloch v rámci CHKO Štiavnické vrchy

Hotel	Kategória/ zameranie hotela	Trieda hotela (v *)	Lokalita	Počet izieb	Počet lôžok	Cena za lôžko/noc (v €)
West	Hotel	****	Bratislava	39	78	69
Zochova Chata	Adult friendly hotel	****	Modra	64	134	189
Galeria Pezinská Baba	Hotel	—	Pezinská Baba	14	32	129

(zdroj: vlastné spracovanie podľa webových stránok hotelov a telefonického rozhovoru s recepciou)

Z Tabuľky 10 je možné si povšimnúť, že vybrané hotely v Malých Karpatoch nedisponujú takou rôznorodosťou zamerania svojho podnikania ako tomu bolo v predošlej chránenej oblasti. Najznámejším z hotelov je jednoznačne hotel Zochova Chata, ktorý víta zákazníkov

už vyše 90 rokov a mal tú možnosť stáť pri zrode chránenej krajinnej oblasti Malé Karpaty. Ako jediný zo sledovaných hotelov jasne uvádza svoje zameranie – adult friendly, pričom cieľovými zákazníkmi nie sú len bežní dovolenkári, ale taktiež business klientela, tzn. konferencie a iné firemné akcie. Tento výber cieľovej skupiny poukazuje na vyššiu úroveň hotela, vyššiu kapacitu a snahu o vysokú kvalitu poskytovaných služieb vrátane udržateľného vnímania, čo odzrkadľuje vysoká cena za ubytovanie v porovnaní s ostatnými hotelmi. Tá môže byť ovplyvnená taktiež bohatou históriou hotela a jeho brandom. Čo sa týka lokality, tú má jednoznačne najlukratívnejšiu hotel West situovaný iba 5 km od centra Bratislavy, pričom zároveň zákazníkom poskytuje výhodnú cenu za ubytovanie. Hotel West sa taktiež okrem bežnej klientely zameriava aj na kongresové akcie, avšak neposkytuje wellness. Najnižšou kapacitou disponuje tretí hotel – Galeria Pezinská Baba situovaný v sedle Pezinskej Baby blízko lyžiarskeho strediska, avšak s najhorším prístupom spomedzi sledovaných hotelov. Zároveň neposkytuje veľký počet doplnkových služieb, pričom cena za ubytovanie sa pohybuje mierne vyššie. V celkovej rovine je možné pozorovať značné kapacitné, lokalizačné i cenové rozdiely medzi všetkými troma vybranými hotelmi, za jediný zhodný údaj môže byť považovaná trieda hotela.

Údaje o vzorke respondentov

Výskum realizovaný dotazníkovým šetrením bol v hoteloch v rámci oblasti Malých Karpát realizovaný rovnakým spôsobom ako v Štiavnických vrchoch a taktiež bol zozbieraný rovnaký počet respondentov, tzn. 20 z každého osloveného hotela. Postup a priebeh výskumu je detailnejšie opísaný v práci na s. 56 (viď. bod 7.1.1). Nasledovná Tabuľka 11 zobrazuje prehľad vzorky respondentov v rámci oblasti Malých Karpát uvedený v absolútnej i relatívnej hodnote.

Tabuľka 11 Vzorka respondentov vo vybraných hoteloch v rámci CHKO Malé Karpaty

Hotel	Pohlavie	Dĺžka pobytu	Vek
West	6 Mužov (30 %) 14 Žien (70 %)	6 = 1 noc (30 %)	2 = 15–20 rokov (10 %)
		12 = 2 noci (60 %)	6 = 21–30 rokov (30 %)
		2 = 3 a viac nocí (10 %)	6 = 31–40 rokov (30 %)
			3 = 41–50 rokov (15 %)
			3 = 51 a viac rokov (15 %)

Hotel	Pohlavie	Dĺžka pobytu	Vek
Zochova Chata	9 Mužov (45 %) 11 Žien (55 %)	8 = 1 noc (40 %) 9 = 2 noci (45 %) 3 = 3 a viac nocí (15 %)	1 = 15–20 rokov (5 %) 3 = 21–30 rokov (15 %) 8 = 31–40 rokov (40 %) 4 = 41–50 rokov (20 %) 3 = 51 a viac rokov (15 %)
Galeria Pezinská Baba	11 Mužov (55 %) 9 Žien (45 %)	3 = 1 noc (15 %) 12 = 2 noci (60 %) 5 = 3 a viac nocí (25 %)	0 = 15–20 rokov (0 %) 4 = 21–30 rokov (20 %) 6 = 31–40 rokov (30 %) 6 = 41–50 rokov (30 %) 4 = 51 a viac rokov (20 %)

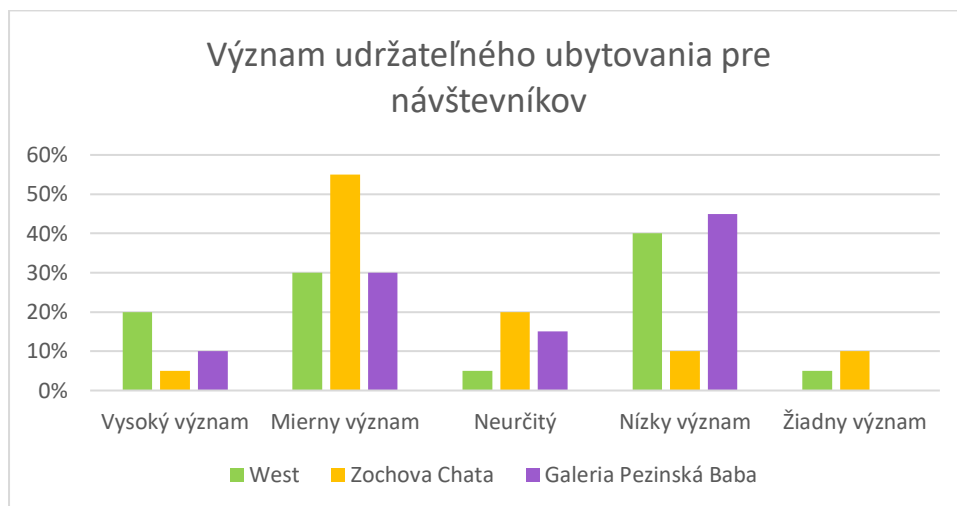
(zdroj: vlastné spracovanie)

U vzorky respondentov z hotelov v Malých Karpatoch je možné vidieť väčšiu variabilitu, čo sa týka pohlavia v porovnaní s respondentami v Štiavnických vrchoch, kde jasne dominovali muži. V hoteli West ženy viac ako dvojnásobne prevýšili mužské odpovede, v ostatných dvoch hoteloch sa odpovede od mužov i žien približne delia na polovicu. Iné pohlavie opäť nebolo zvolené ani u jedného respondenta. Hostia sa vo všetkých hoteloch zdržiavali najviac na 2 noci, tzn., že je možné opäť hovoriť o prevahe víkendových pobytov. Hostia hotela Zochova Chata odpovedajúci na dotazník boli taktiež často ubytovaní na 1 noc (40 %) a hotel Galeria Pezinská Baba zase zaznamenal najvyšší počet ubytovaných hostí na 3 a viac nocí spomedzi skúmaných hotelov v danej oblasti. Väčšiu variabilitu je možné pozorovať aj v parametri vek. Tu najčastejšie odpovedali 21–40 roční hostia v hoteli West, 31–40 roční v hoteli Zochova Chata a 31–50 roční v hoteli Galeria Pezinská Baba. Nízka hodnota je viditeľná u najmladších respondentov, kde sa výskumu zúčastnili celkovo iba 3 hostia s vekom nižším ako 21 rokov. Respondentov s vekom vyšším ako 50 rokov sa výskumu zúčastnilo prevažne viac oproti najmladším, a to celkovo 10.

8.1.1 Spôsob výberu udržiateľných hotelov návštevníkmi

Výber udržiateľne uvedomelého ubytovania u návštevníkov začína uvedením či im vôbec snaha takýchto zariadení dáva zmysel. Nasledovný Graf 9 zobrazuje práve hodnotu a význam udržiateľného ubytovania pre návštevníkov skúmaných hotelov v oblasti Malých Karpát.

Graf 9 Význam udržateľného ubytovania pre návštevníkov vybraných hotelov v CHKO Malé Karpaty



(zdroj: vlastné spracovanie)

Tak ako v predošlej oblasti, aj v Malých Karpatoch je možné všeobecne pozorovať odlišnosť v odpovediach návštevníkov, avšak v tejto oblasti sa názory rôznia intenzívnejšie ako v Štiavnických vrchoch. Zatiaľ čo v hoteli Zochova Chata označila viac ako polovica hostí významnosť na úrovni miernej, v ostatných dvoch hoteloch má udržateľné ubytovanie pre najviac hostí iba nízky význam, pričom hodnoty sa oboch hoteloch blížia 50 %. Mierny význam v týchto hoteloch označila rovnako približne tretina opýtaných. Výsledkom toho je, že k udržateľnému správaniu teda najviac inklinujú hostia hotela Zochova Chata. V hoteli West sa názory viac rôznia, avšak aj tento hotel si nájde svojich zákazníkov, ktorí vedia udržateľné praktiky veľmi oceniť, o čom svedčí 20 % odpovedí s vysokým významom. Pre väčšinu hostí hotela Galeria Pezinská Baba je udržateľnosť v ubytovacom zariadení buď mierne významný, alebo skoro nevýznamný pojem. Opäť je však možné pozitívne konštatovať, že všeobecne viac návštevníkov prikladá udržateľnému ubytovaniu naozaj vysoký význam v porovnaní s tými, ktorí označili, že ich udržateľné ubytovanie nezaujíma vôbec.

Podľa Prílohy P VIII je v oblasti Malých Karpát pre hostí najdôležitejším faktorom, ktorý najviac vystihuje udržateľnosť ubytovacieho zariadenia práve energetická a celková šetrnosť voči životnému prostrediu, čo sa zhoduje s oblasťou CHKO Štiavnické vrchy. V Malokarpatskej oblasti taktiež ľudia považujú za výstižný faktor, pokiaľ sa ubytovanie snaží byť doslovne zelené – zabezpečuje výsadby rastlín v areáli a nachádza sa v lokalite,

kde je vysoké množstvo zelene, vďaka ktorej sa produkuje viac kyslíka a zákazníci sa tak cítia príjemnejšie v obklopení čistejšieho vzduchu.

Čo v Malokarpatskej oblasti návštevníkov v cestovnom ruchu najviac motivuje, alebo odrádza od výberu udržateľne uvedomelého ubytovania prezrádza Tabuľka 12.

Tabuľka 12 Motivátory a bariéry výberu udržateľného ubytovania návštevníkmi vybraných hotelov v CHKO Malé Karpaty

	West	Zochova Chata	Galeria Pezinská Baba
Motivátory výberu			
Lokalita cieľového miesta	15 %	40 %	20 %
Zdravý životný štýl	15 %	5 %	15 %
Nasledovanie trendu	10 %	0 %	0 %
Prispievanie k ochrane prírody a udržateľnému rozvoju	40 %	35 %	35 %
Bez motivátorov	20 %	20 %	30 %
Bariéry výberu			
Vysoká cena	40 %	40 %	20 %
Presýtenosť pojmov bio, eko, eko-friendly	10 %	35 %	30 %
Nedôvera voči zariadeniam	20 %	0 %	5 %
Dodržiavanie udržateľných pravidiel	5 %	0 %	15 %
Bez bariér	25 %	25 %	30 %

(zdroj: vlastné spracovanie)

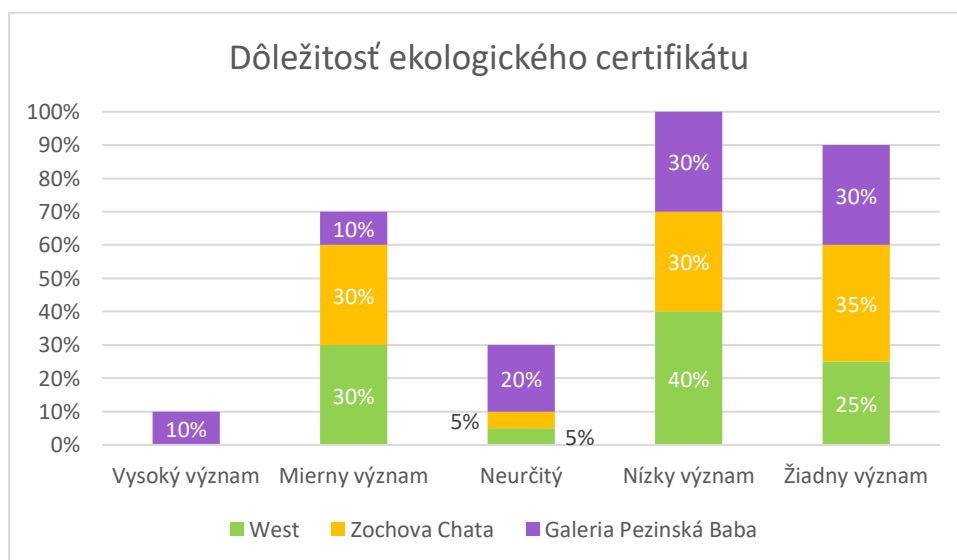
U návštevníkov oblasti Malých Karpát je možné vidieť niekoľko silných motivujúcich i odrádzajúcich faktorov z hľadiska výberu udržateľného ubytovania. Opäť je u jedného z hotelov najsilnejšou motiváciou lokalita a to u hotela Zochova Chata, ktorý sa nachádza približne v strede Malých Karpát priamo v bukovom lese pri lyžiarskom stredisku. Top motivátorom v ostatných dvoch skúmaných hoteloch je návštevnícka túžba a potreba výberom udržateľného hotela chrániť životné prostredie. Návštevníci za všetky hotely taktiež takmer vôbec nenasledujú trend udržateľnosti, preferujú subjektívny názor bez potreby byť moderní, o čom svedčí rozptýlenie hodnôt do iných konkrétnejších motivátorov. V porovnaní s CHKO Štiavnické vrchy majú však návštevníci v Malých Karpatoch oveľa menej motivácie ubytovať sa udržateľne, v hoteli Galeria Pezinská Baba túto odpoveď označilo až 30 % hostí.

Čo sa týka bariér, tu sa názory návštevníkov viac zhodujú. Pre hostí hotelov West a Zochova Chata je pri výbere najväčšou bariérou vysoká cena, čo je možné potvrdiť v tabuľke č. 10 najmä pri hoteli Zochova Chata. Zatiaľ čo v hoteli West hostia nie sú takmer vôbec

presýtení ekologických označení a pojmov, v ostatných dvoch hoteloch tvrdia opak, čo môže poukazovať na citlivosť cieľovej skupiny konkrétneho hotela ako aj marketingovú stratégiu hotelov. U hostí hotela West sa objavuje taktiež mierny sklon k nedôvere udržateľného správania v ubytovaní, u ostatných hotelov je tento jav zanedbateľný, alebo žiadny. Dodržiavanie udržateľných pravidiel prekáža najviac hosťom hotela Galeria Pezinská Baba, pre hostí ostatných hotelov tento bod nie je bariérou. Veľmi pozitívnym zistením je vysoký počet návštevníkov vo všetkých hoteloch v CHKO Malé Karpaty, pre ktorých pri výbere udržateľného ubytovania neexistuje momentálne žiadna bariéra.

Osobitným faktorom pri rozhodovaní je význam ekologického certifikátu pre návštevníkov. V Štiavnických vrchoch bolo možné si povšimnúť, že zatiaľ čo pre jeden typ hotelovej klientely hrala ekologická certifikácia celkom významnú úlohu, pre inú nebola skoro vôbec dôležitá. Aká je situácia v oblasti Malých Karpát objasňuje Graf 10.

Graf 10 Dôležitosť ekologického certifikátu pre hostí vybraných hotelov v CHKO Malé Karpaty



(zdroj: vlastné spracovanie)

Graf 10 ukazuje, že pre návštevníkov skúmaných hotelov v Malých Karpatoch je ekologický certifikát celkovo oveľa menej dôležitý ako v predošlej oblasti, čo ukazujú vysoké hodnoty s nízkym alebo žiadnym významom. Opäť je možné tieto hodnoty vysvetliť typom klientely navštevujúcou skúmané hotely. Zameranie všetkých troch hotelov nie je kongresové, čo znamená, že hotely primárne nesmerujú svoje aktivity na business klientelu, ktorá si na označenie úrovni udržateľnosti v hoteloch potrpí viac ako bežní dovolenkári. Označenie dôležitosti môže taktiež vyplývať z typu respondentov, keďže celkovo v oblasti Malých

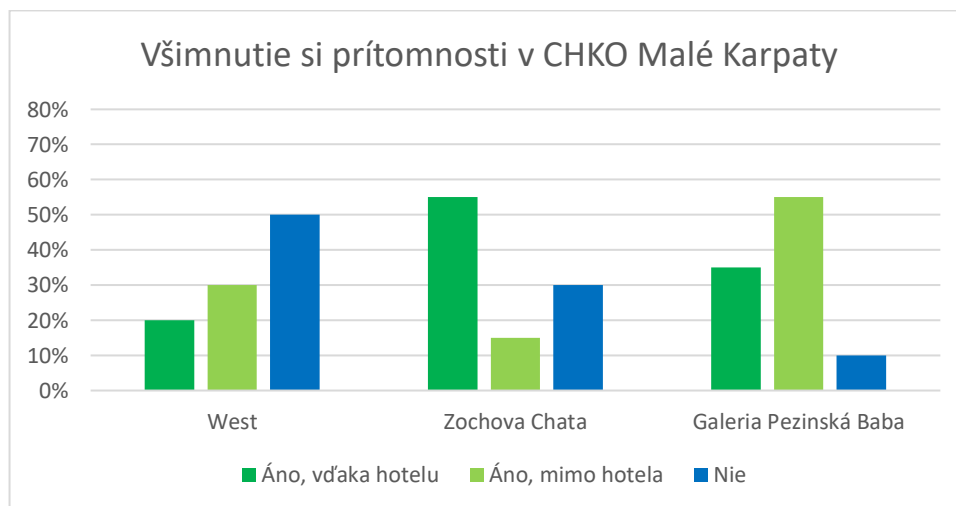
Karpát odpovedalo oveľa viac žien ako v predošlej oblasti. Mierny význam prikladá ekologickému certifikátu približne tretina návštevníkov z hotela West a Zochova Chata. Vysokú dôležitosť má certifikácia len u 2 návštevníkov hotela Galeria Pezinská Baba.

Okrem toho návštevníci celkovo hodnotia označenie udržateľného ubytovania ekologickým certifikátom ako vystihujúci faktor od najnižšieho bodu 1 do najvyššieho bodu 5, na úroveň 3 (viď. Príloha P VIII), čo odpovedá výskúmaným hodnotám z Grafu 10.

8.1.2 Hotely v súvislosti s trvalo udržateľným rozvojom v chránenej oblasti

Do akej miery si návštevníci uvedomujú, že sa nachádzajú v chránenej krajinskej oblasti Malé Karpaty a najmä akým spôsobom k tomuto uvedomeniu dochádza v skúmaných ubytovacích zariadeniach, ukazuje nasledovný Graf 11.

Graf 11 Všímavosť prítomnosti v CHKO Malé Karpaty počas pobytu host'a vo vybraných hoteloch



(zdroj: vlastné spracovanie)

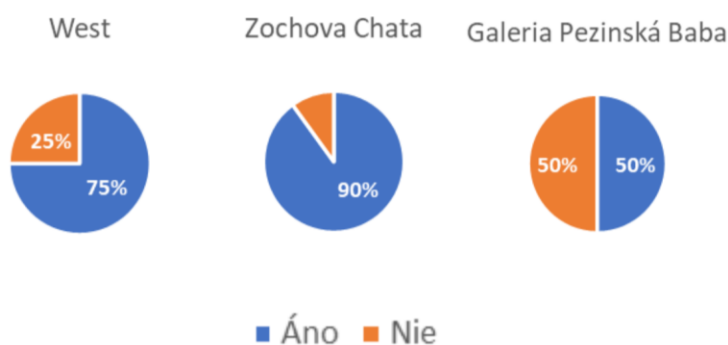
Na základe Grafu 11 sú už na prvý pohľad medzi hotelmi badateľné výrazné rozdiely, čo je zároveň veľká odlišnosť v porovnaní s oblasťou Štiavnických vrchov. Hostia hotela Zochova Chata si najčastejšie prítomnosť v CHKO uvedomili vďaka samotnému hotelu, pričom ich je viac ako polovica. Tento fakt naznačuje, že zariadenie aktívne komunikuje svoje umiestnenie v prírodne cennom prostredí. Toto je v kontraste s hotelom West, kde si len 20 % hostí uvedomilo prítomnosť v chránenej oblasti na základe informácií od hotela, zatiaľ čo 30 % si prítomnosti všimlo po vlastnej osi a až 50 % si prítomnosti v CHKO vôbec nevšimlo – čo je najvyššie negatívne zistenie spomedzi všetkých sledovaných hotelov. To môže byť spôsobené lokalitou, nakoľko hotel West sa nachádza na okraji CHKO Malé

Karpaty iba 10 minút od centra hlavného mesta Bratislava, čo ľuďom samo nenapovedá o prítomnosti v chránenej oblasti. Galeria Pezinská Baba má najvyšší podiel hostí, ktorí si prítomnosť uvedomili vlastnou cestou nezávisle od hotela, čo môže súvisieť s výraznejším prepojením lokality s turistickými aktivitami, alebo väčšou dostupnosťou informácií mimo hotelového zariadenia. Zároveň však približne tretina hostí vnímala túto informáciu aj vďaka hotelu, čo je relatívne dobrý podiel a iba 10 % hostí si vôbec chránenú oblasť neuvedomovalo.

V súvislosti s trvalo udržateľným rozvojom v lokalite CHKO Malé Karpaty sa názory návštevníkov takpovediac veľmi zhodujú. Hotely v oblasti Malých Karpát by sa podľa nich mali zameriavať najmä na zníženie svojho vplyvu na životné prostredie (v hoteli Zochova Chata túto možnosť označilo až 75 % hostí), zamestnávanie miestnych obyvateľov a podporu miestnych výrobcov, miernejšie na podporu kultúry ako aj investovanie do ochrany prírody a prírodných zdrojov. (viď. Príloha P IX).

8.1.3 Všímavosť hostí a ich informovanosť o udržateľných praktikách

Nasledujúci Obrázok 6 zobrazuje tri grafy znázorňujúce všímavosť prítomnosti udržateľných praktík hosťami počas ich pobytu v hoteli. Výsledky tohoto skúmania naznačujú okrem iného i mieru angažovanosti hotelov v rámci prezentácie svojej udržateľnej snahy.



Obrázok 6 Grafy zobrazujúce relatívnu hodnotu všímavosti udržateľných praktík vo vybraných hotelových zariadeniach v Malých Karpatoch

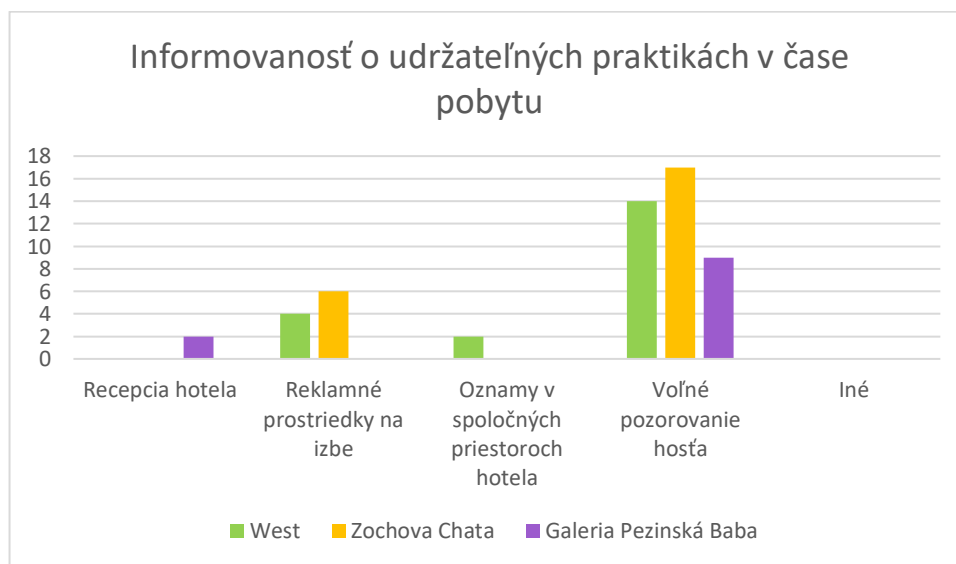
(zdroj: vlastné spracovanie)

Ako je možné vyčítať z Obrázku 6, i v tejto veci sú medzi hotelmi viditeľné veľké odlišnosti. Najpozitívnejšie vnímanie má hotel Zochova Chata, kde si až 90 % hostí všimlo udržateľné praktiky, čo poukazuje na dobre viditeľnú prezentáciu svojich udržateľných praktík. V hoteli

West si praktiky všimlo trochu menej 75 % hostí, avšak i táto vysoká hodnota hovorí o vysokej prítomnosti udržateľnej snahy. Najnižšiu úroveň zaznamenala Galeria Pezinská Baba, kde sa odpovede rovnomerne rozdelili 50 na 50. Nakoľko si až polovica hostí žiadnu udržateľnú praktiku v hoteli nevšimla, pravdepodobne tu absentuje aktívna komunikácia smerom k hosťom, alebo má hotel implementovaných málo udržateľných praktík. Analýzy sa budú ďalej v práci opäť upierať o počet kladných odpovedí z obrázku 3, tzn. v hoteli West o 15, v hoteli Zochova Chata o 18 a v hoteli Galeria Pezinská Baba o 10 odpovedí, pričom bude s týmito počtami ďalej rátané ako so 100 %.

Informovanosť hostí o udržateľných praktikách je už plne závislá na ich všímavosti. Graf 12 uvádza 6 možných zdrojov informácií o udržateľných postupoch pre hotelových hostí a mieru ich využitia, resp. vnímania týchto zdrojov hosťami počas pobytu.

Graf 12 Informovanosť hosťa o udržateľných praktikách v čase pobytu v hoteli v rámci Malých Karpát



(zdroj: vlastné spracovanie)

Viditeľne najdominantnejším spôsobom informovania vo všetkých sledovaných hoteloch bolo voľné pozorovanie hostí, teda prirodzené vnímanie ekologických prvkov bez nutnosti priamej komunikácie, pričom v každom hoteli túto možnosť označili takmer všetci hostia. Radikálne menej, avšak predsa boli hostia informovaní prostredníctvom reklamných prostriedkov na hotelových izbách, najviac túto možnosť označilo 6 respondentov v hoteli Zochova Chata. Recepcia hotela bola ako informačný kanál spomenutá iba v hoteli Galeria Pezinská Baba a to len v malom počte, čo naznačuje, že hotely tento kontakt využívajú veľmi málo, resp. vôbec nevyužívajú ako nástroj komunikácie svojich udržateľných aktivít.

Rovnaký scenár je možné pozorovať pri oznamoch v spoločných priestoroch, ktoré boli niektorými hosťami povšimnuté výhradne v hoteli West. Z údajov z grafu č. 12 vyplýva, že hotely sa vo veľkej miere spoliehajú na nepriame formy informovania a na vlastný úsudok hostí, pričom priamo a aktívne svoju klientelu neinformujú, čo sa veľmi podobá greenhushingu.

Príloha P X zároveň ukazuje ako sú hostia informovaní o udržateľných praktikách ešte predtým, než na pobyt nastúpia. Na webovej stránke sa o udržateľných praktikách dozvedelo 50 % hostí hotela Zochova Chata a 20 % hostí hotela West. Je možné vidieť, že hotely sa snažia o komunikáciu svojich aktivít aj prostredníctvom online portálov (najmä cez Booking.com) a Zochova Chata svoju snahu zdieľa taktiež na sociálnych sieťach. Vo všetkých hoteloch sa niekoľko hostí dozvedelo o udržateľnosti cez predošlých návštevníkov hotelov. Avšak najväčší počet sa dozvedel o praktikách až osobne na hoteli, čo svedčí opäť o nedostatočnej propagácii udržateľného smerovania zariadení.

8.1.4 Udržateľné praktiky v hotelových prevádzkach

Viditeľnosť udržateľných praktík v skúmaných hoteloch zobrazuje Tabuľka 13. Praktiky, ktoré si hostia povšimli z 60 % a viac sú v tabuľke zvýraznené písmom typu bold.

Tabuľka 13 Prehľad udržateľných praktík a relatívne vyjadrenie hodnoty všímvosti jednotlivých udržateľných praktík hosťami vo vybraných hoteloch v Malých Karpatoch

Praktika / hotel	West	v %	Zochova Chata	v %	Galeria Pezinská Baba	v %
Triedenie odpadu	✓	73,3 %	✓	66,7 %	✓	60 %
Recyklované produkty	✓	13,3 %	✓	27,8 %	✓	10 %
Nepoužívanie jednorazových plastov	✓	40 %	✓	38,9 %	✓	40 %
Jedlo a nápoje z miestnych zdrojov	✓	6,7 %	✓	66,7 %	✓	20 %
Solárne panely	✓	93,3 %	X	0 %	X	0 %
Úsporné žiarovky a svietidlá	✓	60 %	✓	38,9 %	X	0 %

Praktika / hotel	West	v %	Zochova Chata	v %	Galeria Pezinská Baba	v %
Výmena uterákov na vyžiadanie	✓	80 %	✓	61,1 %	✓	10 %
Prenájom bicyklov	✓	6,7 %	✓	66,7 %	✓	60 %
Eko hotelová kozmetika	✓	6,7 %	✓	44,4 %	X	0 %
Eko toaletné potreby	✓	6,7 %	✓	44,4 %	X	0 %
Kompostovanie	✓	6,7 %	X	0 %	X	0 %

(zdroj: vlastné spracovanie)

Na základe Tabuľky 13 možno konštatovať, že najvyššou mierou viditeľnosti udržateľných praktík disponuje hotel West, ktorý v porovnaní s ostatnými hotelmi dominuje najmä v oblasti triedenia odpadu, využívania úsporných svietidiel a v marketingovej komunikácii pre výmenu uterákov iba na vyžiadanie host'a. Dobré čísla ukazuje v tejto veci aj hotel Zochova Chata, kde si výmenu uterákov na vyžiadanie všimlo cca 61 % hostí. Najviac viditeľnou udržateľnou praktikou sú bezpochyby solárne panely v hoteli West, ktoré si vďaka výbornej polohe pri vstupe všimli skoro všetci hostia. Ostatné hotely solárnu energiu nevyužívajú. Hotel Zochova Chata sa výrazne líši vysokou viditeľnosťou svojich jedál a nápojov z miestnych zdrojov (66,7 %), čo vie potvrdiť ich silná propagácia lokálnej gastronómie a malokarpatských vinohradníckych špecialít. Hotel Galeria Pezinská Baba zaznamenal najvyššie hodnoty pri triedení odpadu, prenájme bicyklov, a nepoužívaní jednorazových plastov, avšak ostatné praktiky neukazuje vôbec, alebo len veľmi mierne. Z toho je možné konštatovať, že zo sledovaných hotelov má praktiky najmenej viditeľné, alebo ich ani nevyužíva. Možnosť požičať si bicykel si najviac všimli hostia v hoteli Zochova Chata a to z 66,6 %. Tento hotel taktiež najviac ukazuje svoju udržateľnosť host'om aj na izbách prostredníctvom udržateľnej hotelovej kozmetiky a eko toaletných potrieb.

Celkovo medzi praktiky s najnižšou viditeľnosťou patrí používanie recyklovaných produktov, ktoré dosahuje vo všetkých hoteloch len minimálne hodnoty, čo poukazuje na možnú rezervu v oblasti obstarávania ekologických výrobkov. Naopak najčastejšie vnímanou udržateľnou praktikou naprieč hotelmi je triedenie odpadu, ktoré zaznamenalo najvyššie hodnoty aj v oblasti Štiavnických vrchov. Zhoda je pozorovaná aj u praktík ako je

kompostovanie, alebo všeobecne využívanie eko kozmetiky, ktoré vykazuje veľmi malú mieru viditeľnosti. To môže byť spôsobené buď ich skutočne nízkym využívaním, alebo nedostatočnou informovanosťou hostí o ich existencii.

Ktoré so sledovaných praktík boli v hoteloch hosťami najviac využívané a oceňované, zobrazuje Tabuľka 14. Pokiaľ praktiky získali od hostí rovnaké hodnotenie, sú opäť umiestnené spoločne na rovnakej pozícii.

Tabuľka 14 Top 3 hosťami využívané a najviac oceňované udržateľné praktiky vo vybraných hoteloch v Malých Karpatoch

Hotel West	1. Solárne panely 2. Výmena uterákov iba na vyžiadanie 3. Triedenie odpadu
Hotel Zochova Chata	1. Jedlo a nápoje z miestnych zdrojov 2. Výmena uterákov iba na vyžiadanie 3. Prenájom bicyklov Triedenie odpadu
Hotel Galeria Pezinská Baba	1. Triedenie odpadu 2. Prenájom bicyklov 3. Výmena uterákov iba na vyžiadanie

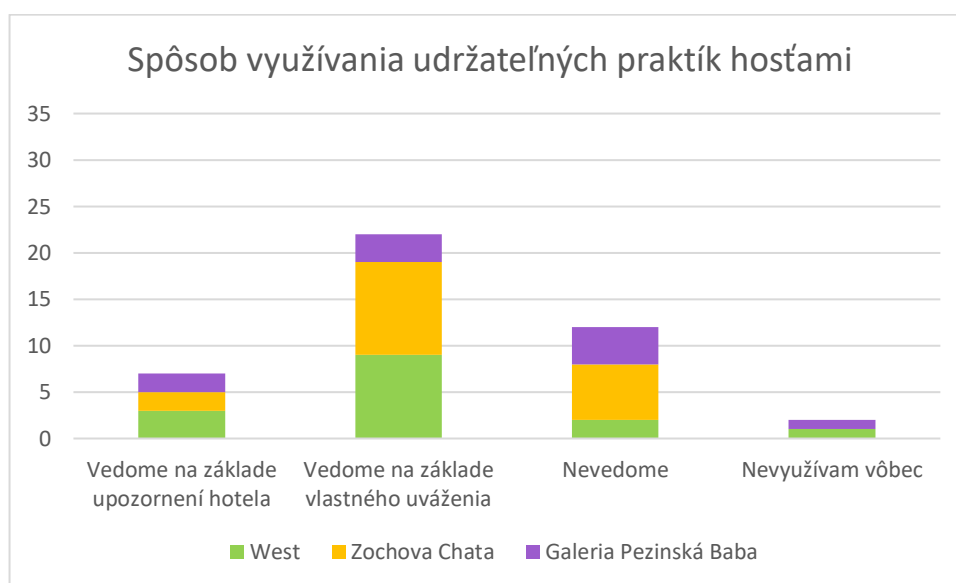
(zdroj: vlastné spracovanie)

Tabuľka ukázala, že v hoteli West sú solárne panely nielen že najviac viditeľné, ale aj hosťami najoceňovanejšie zo všetkých využívaných praktík. Neprekvapila ani udržateľná praktika umiestnená na 2. mieste – výmena uterákov na vyžiadanie host'a, nakoľko jej viditeľnosť dosahuje v hoteli West až 80 %, čo zvyšuje šancu na reálne využitie danej praktiky. Výmenu uterákov na vyžiadanie hostia veľa využívali a oceňovali aj v ďalších dvoch sledovaných hoteloch. Rovnako je to aj s triedením odpadu, ktoré bolo využívané/oceňované vo všetkých hoteloch a to aj v oblasti Štiavnických vrchov. V CHKO Malé Karpaty najviac triedili odpad v hoteli Galeria Pezinská Baba, kde hostia zároveň veľa využívali požičovňu bicyklov. Prenájom bicyklov sa dostal na 3. miesto aj v hoteli Zochova Chata. V tomto hoteli však vyhrala veľmi dôležitá praktika a to ponúkanie lokálnych jedál a

nápojov, ktoré zákazníci hotela vítali najviac, využívali a zároveň túto aktivitu aj najviac oceňovali, čo potvrdzuje vysoké percento jej viditeľnosti. Všeobecne je možné povedať, že využívanie udržateľných praktík hosťami je do veľkej miery podmienené ich viditeľnosťou, lokalitou a spôsobom, ktorým hotel vedie svoju udržateľnú stratégiu.

Prístup hostí k využívaniu udržateľných praktík v hotelových zariadeniach počas pobytu znázorňuje nasledovný Graf 13.

Graf 13 Spôsob využívania udržateľných praktík hosťami vo vybraných hoteloch v Malých Karpatoch



(zdroj: vlastné spracovanie)

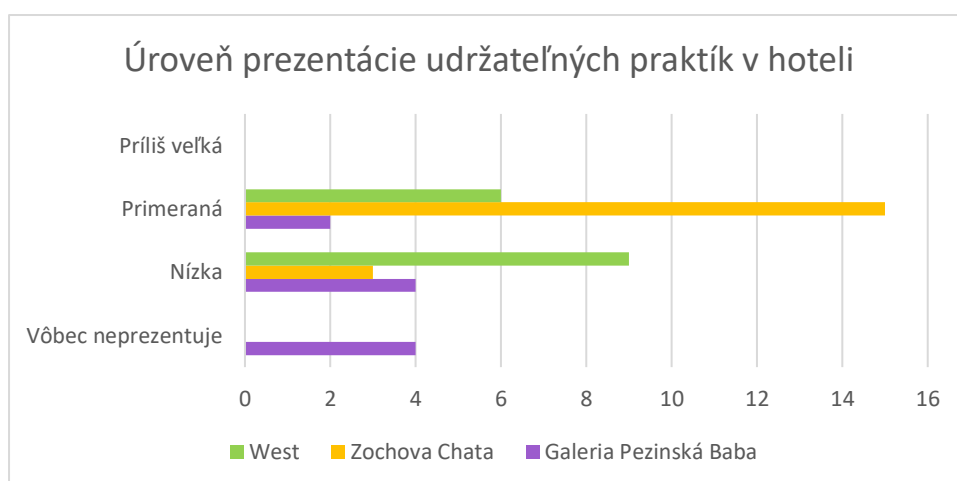
Výsledky z Grafu 13 poukazujú na fakt, že najčastejším spôsobom medzi hosťami je vedomé využívanie udržateľných praktík na základe vlastného rozhodnutia, nakoľko túto odpoveď uviedla najväčšia skupina respondentov naprieč všetkými skúmanými hotelmi a to nielen v oblasti Malých Karpát. Najvýraznejšie sa v rámci tejto oblasti vlastné vedomé využívanie praktík prejavilo v hoteloch Zochova Chata a West. Druhým najčastejším spôsobom bolo nevedomé využívanie praktík, teda hostia si vo veľkej miere dodržiavanie udržateľných zásad v hoteloch ani neuvedomovali a napriek tomu praktiky využívali. Tento spôsob je možné najviac pozorovať v hoteloch Zochova Chata a Galeria Pezinská Baba. Vedomé konanie na základe upozornení hotela sa vyskytlo len v malej miere a to celkom u 7 hostí vo všetkých hoteloch. Pozitívnym zistením je, že len minimálny počet hostí (2 osoby) praktiky nevyužíva vôbec, tzn., že záujem o udržateľné praktiky je zo strany návštevníkov veľmi vysoký. Tieto výsledky naznačujú, že hostia sú často prirodzene motivovaní správať sa udržateľne, avšak informovanosť zo strany hotelov by mohla byť mnohokrát intenzívnejšia.

Či boli hostia hotelmi aktívne zapájaní do udržateľného diania je zobrazené v Prílohe P XI. Hotel West zapája svojich hostí najviac, a to z 73,3 %, hotel Zochova Chata z polovice áno a z polovice nie a hotel Galeria Pezinská Baba skôr svojich hostí nezapája, nakoľko kladnú odpoveď označilo len 30 % respondentov.

8.1.5 Celková udržateľnosť vo vybraných hoteloch

Okrem ostatných analyzovaných faktorov je veľmi dôležitá taktiež prezentácia udržateľných praktík v hoteli a celkovo zariadenia ako udržateľného. Či sa hotely v Malých Karpatoch prezentujú pre hostí dostatočne a primerane udržateľne, uvádza Graf 14 zobrazený nižšie.

Graf 14 Úroveň celkovej prezentácie udržateľných praktík vo vybraných hoteloch v oblasti Malé Karpaty

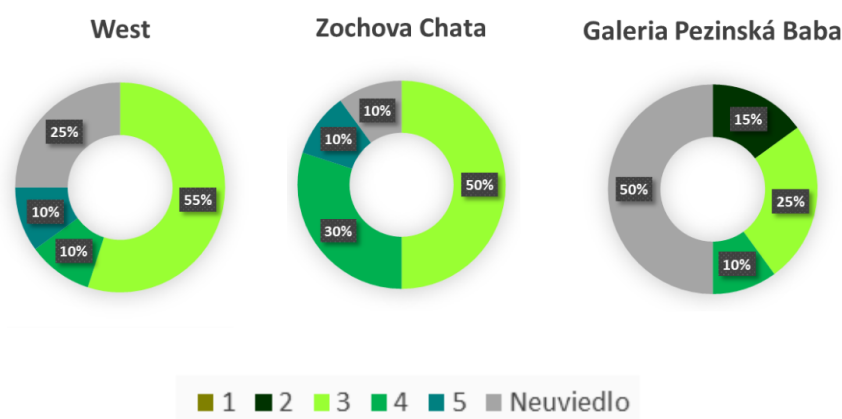


(zdroj: vlastné spracovanie)

Najpozitívnejšie výsledky v úrovni prezentácie svojich udržateľných praktík dosiahol hotel Zochova Chata, kde sa 15 hostí (83 %) zhodlo, že hotel svoju udržateľnosť prezentuje primerane, čo znamená, že volí vhodnú mieru informovania – zrozumiteľnú, ale nie dotieravú. V hoteli West je názor hostí rozdelený medzi primeranú a nízku úroveň prezentácie, pričom viac hostí sa prikláňa práve k druhej variante. To značí na jednej strane spokojnosť s komunikáciou udržateľných aktivít, na druhej strane jej nedostatočnosť, čo sa javí ako škoda v súvislosti s veľkým množstvom využívaných udržateľných praktík a postupov. Hotel Galeria Pezinská Baba sa ako udržateľný podľa hostí prezentuje najhoršie. Najviac odpovedí sa tu týkalo nízkej úrovne prezentácie a dokonca 4 hostia uviedli, že hotel svoju snahu o udržateľnosť vôbec neprezentuje. Že hotel prezentuje svoje praktiky primerane označilo len zanedbateľné množstvo respondentov. Výsledkom toho je poukázanie na potrebu zlepšenia komunikácie environmentálne uvedomelých aktivít

v hoteli Galeria Pezinská Baba. Zároveň je dôležité poznamenať, že žiadny hotel v danej oblasti nebol vnímaný vo svojej prezentácii ako príliš výrazný.

Celková udržateľnosť hotelov podľa subjektívneho názoru hostí je zobrazená v grafoch v rámci Obrázku 7. Použitá bola opäť päťstupňová škála, pričom vyššie číslo zodpovedá vyššiemu hodnoteniu udržateľnosti. Grafy jednotlivých hotelov zahŕňajú aj hodnotu „Neuviedlo“, ktorá činí v hoteli West 25 %, v hoteli Zochova Chata 10 % a v hoteli Galeria Pezinská Baba až 50 %. Táto hodnota hovorí o počte respondentov, ktorí si žiadnej praktiky v hoteli nevšimli (viď. Obrázok 6) a teda vyjadriť sa k celkovej udržateľnosti hotela by bolo pre nich značne náročné, preto na túto otázku daní respondenti neodpovedali.



Obrázok 7 Grafy hodnotenia celkovej udržateľnosti vo vybraných hoteloch v oblasti CHKO Malé Karpaty

(zdroj: vlastné spracovanie)

Výsledky v grafoch ukazujú, že hotely boli v súvislosti s ich udržateľným správaním vnímané návštevníkmi opäť rozdielne. Hotel West hodnotilo najviac respondentov na úrovni 3 a to viac ako polovica. Vyššie hodnoty „4“ a „5“ boli zastúpené len minimálne. Z toho vyplýva, že hotel sa očividne snaží byť udržateľným, avšak, na základe predošlých analýz menej svoje aktivity hosťom dáva na vedomie, čo je typický príklad greenhushingu. Pokiaľ by teda hotel svoje praktiky vhodne viac komunikoval, mohol by sa dostať s hodnotením na vyššiu úroveň. Hotel Zochova Chata bol v porovnaní s hotelom West hodnotený výrazne lepšie. Až 30 % hostí označilo stupeň „4“ a presne polovica stupeň „3“, čo svedčí o pomerne silnom vnímaní udržateľného prístupu daného hotela. 10 % hostí tu taktiež označilo najvyššiu hodnotu „5“. Na základe týchto skutočností je možné konštatovať, že hotel Galeria Pezinská Baba sa umiestnil z 3 skúmaných hotelov celkovo najhoršie. Tu iba štvrtina hostí tvrdí, že udržateľnosť hotela je hodná úrovne „3“ a iba 10 % sa zhodlo na vyššom stupni

hodnotenia. Zároveň ako jediný z hotelov v oblasti získal aj horšie hodnotenie „2“, čo naznačuje nízke povedomie alebo absenciu zreteľných udržateľných praktík a prvkov v hoteli. V celkovej rovine získal od hostí najpozitívnejšie a najvyrovnanejšie hodnotenie svojej udržateľnosti hotel Zochova Chata, zatiaľ čo najmenej lichotivé „vysvedčenie“ obdržal hotel Galeria Pezinská Baba. Tento stav by pre posledný hotel mohol predstavovať výzvu na zvýšenie komunikácie, implementáciu viacerých udržateľných praktík a zlepšiť viditeľnosť tých existujúcich.

Podľa Prílohy P XII snaha hotelierov zavádzať vo svojich zariadeniach udržateľné praktiky vplývala na hostí celkovo veľmi dobre. Hostia túto skutočnosť najlepšie vnímali v hoteli West, kde až na 80 % mala udržateľná snaha na nich pozitívny vplyv, zbytok respondentov zachovalo neutrálny postoj. Hostia hotela Zochova Chata sa k jeho environmentálnemu snaženiu postavilo veľmi podobne pozitívne ako hostia v predošlom hoteli, na jedného respondenta však nemala hotelová snaha vôbec žiaden vplyv. Hostia hotela Galeria Pezinská Baba najmenej oceňujú zavádzanie udržateľných praktík v hoteli, nakoľko 40 % hostíom toto správanie nič nehovorí a na 20 % hostí hotelová snaha nijako nevplýva. To môže byť spôsobené nízkou informovanosťou hostí o svojich praktikách, resp. malou snahou zavádzať udržateľné praktiky. Pozitívnym zistením je ale fakt, že pre žiadneho hotelového hosta nie je vplyv udržateľnej hotelovej snahy negatívny, čo sa zhoduje aj s predchádzajúcou analyzovanou chránenou oblasťou.

9 SÚHRNNÉ POROVNANIE OBLASTÍ

V predošlej analýze šiestich hotelov nachádzajúcich sa v CHKO Štiavnické vrchy a Malé Karpaty bolo možné pozorovať medzi ubytovaniami i celými oblasťami určité podobnosti ako aj odlišnosti v udržateľnosti vyjadrené názormi hotelových hostí a medzi parametrami cestovného ruchu vyjadrenými pomocou štatisticky dostupných údajov. Tieto hľadiská porovnania sú zhrnuté v danej kapitole v podobe súhrnnej porovnávacej tabuľky a SWOT analýzy pre obidve skúmané oblasti.

Nasledujúca Tabuľka 15 predstavuje komplexné zhrnutie analyzovaných chránených oblastí a porovnanie čiastkových zistení z verejne dostupných zdrojov a zistení vyplývajúcich z predošlej analýzy.

Tabuľka 15 Celkové porovnanie chránených krajinných oblastí z vybraných hľadísk

Hľadisko porovnania	CHKO Štiavnické vrchy	CHKO Malé Karpaty
Návštevnosť za rok 2024	209 tis.	294 tis.
Počet ubytovaní za rok 2024	257	185
Tržby ubytovaní za rok 2024	32 940 293 €	21 674 658 €
Priemerná cena vybraných hotelov (k 2.–3. 5. 2025)	176 €	129 €
Udržateľné praktiky z pohľadu hostí:		
Motivátor výberu udržateľného ubytovania	Prispievanie k ochrane prírody a udržateľnému rozvoju	
Bariéra výberu udržateľného ubytovania	Bez bariér	Vysoká cena
Význam ekologického certifikátu	Nejednoznačný	Nízky až žiadny
Získavanie info. o udržateľných praktikách	Voľným pozorovaním počas pobytu	
Najviac povšimnutá udržateľná praktika	Triedenie odpadu	
Najmenej povšimnutá udržateľná praktika	Kompostovanie	
Najvyužívanější udržateľná praktika	Výmena uterákov na vyžiadanie a triedenie odpadu	
Spôsob využívania udržateľných praktík	Vedomé na základe svojho uváženia	
Úroveň prezentácie udržateľných praktík	Primeraná alebo nízka	

(zdroj: vlastné spracovanie)

Súhrnné porovnanie naznačuje, že napriek tomu, že oblasť Malých Karpát vykazuje vyššiu návštevnosť, v porovnaní so Štiavnickými vrchmi utrážila podstatne menej na ubytovaní. Dôvodom môže byť podstatne vyšší počet ubytovacích zariadení v CHKO Štiavnické vrchy, výber dlhších pobytov, využívanie drahších služieb alebo druh klientely, pričom v CHKO Malé Karpaty viac návštevníkov pravdepodobne preferuje jednoduché výlety bez potreby prespatia. Návštevníci so záujmom o udržateľné ubytovanie sa vo vyššej triede hotelov ubytujú priemerne lacnejšie v Malých Karpatoch.

Pozitívnym zistením je fakt, že pre hostí je najväčšou motiváciou ubytovať sa v udržateľne uvedomelom ubytovacom zariadení práve pocit potreby prispieť týmto dielom k celkovej ochrane prírody a udržateľnému rozvoju a nie potreba nasledovať krátkodobý trend. Rozhodnutie pre voľbu udržateľného ubytovania sprevádza pre týchto návštevníkov niekoľko bariér, avšak najväčšou z nich je vyššia cena ubytovania, čo je výrazne cítiť najmä v CHKO Malé Karpaty. V Štiavnických vrchoch najväčšiemu počtu hostí nič nebráni ubytovať sa udržateľne, avšak veľa z nich vidí problém taktiež vo vysokej cene, alebo im prekážajú pojmy ako sú „bio“, „eko“, „eko-friendly“, ktoré už považujú za klišé a veľmi týmto označeniam neveria. Tieto odpovede boli v celkom veľkom počte pozorované aj v oblasti Malých Karpát.

Názor hostí na ekologickú certifikáciu, ktorou nedisponuje ani jeden zo sledovaných hotelov, je nejednoznačný, alebo nie je považovaný pre hostí za veľmi potrebný, čo znamená, že nehrá významnú úlohu pri výbere ubytovania, avšak, pokiaľ by ním hotely viac disponovali, hostí by tento faktor neodrádzal, ba naopak, mohol by zvýšiť dôveru v hotely a ich dodržiavanie zavedených udržateľných praktík.

Z pohľadu implementovaných ekologických opatrení sa ukázalo, že najčastejšie hostia vnímali a využívali triedenie vzniknutého odpadu a zároveň možnosť výmeny uterákov na ich vyžiadanie. Obe praktiky sú očividne v hoteloch na Slovensku ľahko zrozumiteľné, pre ľudí prijateľné a najviac hosťom sprostredkované najmä na hotelových izbách, kde sa o nich hostia ľahko dozvedia. Najnižšiu vizibilitu malo kompostovanie, ktoré pokiaľ je v hoteloch praktikované, je umiestnené na málo viditeľnom mieste a hostia doň väčšinou nie sú aktívne zapojení, čo je vskutku pochopiteľné. Pozitívnym zistením však je, že väčšina hostí praktiky využívala vedome a zapájala sa dobrovoľne do udržateľných činností bez hotelových upozornení, čo odzrkadľuje rastúcu environmentálnu zodpovednosť zákazníkov.

Častou prekážkou pre hostí bol hlavne nedostatok informácií o udržateľných praktikách pred pobytom i počas neho, čo je spoločným znakom pre obe oblasti. Hostia získavali

informácie a všímali si udržateľné praktiky prevažne sami takpovediac náhodou – voľným pozorovaním interiéru a exteriéru hotelov. Hotelové zariadenia teda nevenujú dostatočnú pozornosť marketingovej komunikácii a prezentácii svojich udržateľných snáh na webových stránkach, rezervačných portáloch, sociálnych sieťach, ba dokonca nevyvíjajú veľa aktivít ani v samotnom zariadení. Vzhľadom na relatívne vysoký počet všímaných udržateľných praktík hosťami je možné konštatovať, že hotely praktikujú greenhushing voči svojim zákazníkom, čo sa javí ako veľká škoda. Dobrou správou je, že nakoľko hostia obidvoch oblastí hodnotili prezentáciu udržateľnosti ako primeranú alebo skôr nízku, nie je možné hovoriť o zveličovaní – greenwashingu.

9.1 SWOT analýza

Nasledujúca Tabuľka 16 zhŕňa silné a slabé aspekty obidvoch chránených oblastí, príležitosti k rozvoju a prípadné ohrozenia z vonkajšieho prostredia v podobe SWOT analýzy. Údaje v SWOT analýze sa opierajú o predošlú Tabuľku 15, zistenia z hotelových analýz a získaných poznatkov o skúmaných oblastiach, pričom slúžia ako pomôcka pre vytýčenie návrhových bodov a záverečné zhrnutie.

Tabuľka 16 Súhrnná SWOT analýza vybraných chránených krajinných oblastí

Silné stránky	Slabé stránky
- Návštevníci so všeobecným záujmom o udržateľnosť a environmentálne uvedoméle ubytovania - Veľké hotely v oblastiach podnikajú kroky pre zmiernenie dopadu na životné prostredie - Prítomnosť silnej primárnej ponuky (veľký počet prírodných útvarov, kultúrno-historické pamiatky, unikátna gastronómia a pod.) - Lokalita chránených oblastí	- Nízka informovanosť návštevníkov zo strany hotelov (o udržateľných praktikách, o prítomnosti v CHKO a pod.) a pasivita hotelov - Nedostatočne využitý potenciál území a ich nízka propagácia ako turisticky udržateľných oblastí - Sezónny charakter cestovného ruchu - Nízka úroveň green managementu, nízka kvalifikácia/vzdelávanie v oblasti udržateľného rozvoja

• Dobrá dostupnosť do CHKO z hľadiska okolitej dopravy a komunikácie	• Miestami zlá technická a dopravná infraštruktúra
Príležitosti	Ohrozenia
• Zriadenie väčšieho počtu turistických informačných centier, alebo ich pobočiek v CHKO s cieľom vyššej informovanosti návštevníkov • Vyšší záujem udržateľne uvedomelých návštevníkov prísť do CHKO v rámci cestovného ruchu • Väčší rozvoj lokálnych podnikov cestovného ruchu a zároveň zvýšenie pracovných príležitostí • Vyššia podpora cestovného ruchu a zelených projektov (najmä pre ubytovacie zariadenia) v daných oblastiach zo strany štátu • Rozvinutejšia technická i dopravná infraštruktúra v celej oblasti	• Finančné obmedzenia pre propagáciu a rozvoj cestovného ruchu v CHKO • Zlá politická a ekonomická situácia • Obmedzenie vstupu do CHKO z dôvodu trvalého poškodenia prírody a kultúrno-historických pamiatok masovým turizmom • Vytlačenie lokálnych podnikov a výrobcov veľkými konkurenčnými organizáciami a reťazcami • Konkurenčná chránená oblasť s rozvinutejšou ponukou cestovného ruchu

(zdroj: vlastné spracovanie)

10 NÁVRHY NA ZLEPŠENIE

Posledná časť bakalárskej práce sa venuje možným návrhom pre celkové zlepšenie udržateľnosti v analyzovaných hotelových zariadeniach a rozvoju udržateľného cestovného ruchu v rámci chránených krajinných oblastí. Návrhy vychádzajú z analýz v praktickej časti, najmä z výskumu zhrnutého do súhrnného porovnania oblastí a SWOT analýzy a ďalších získaných informácií.

1. Viac propagovať udržateľné praktiky v hoteloch a vhodne informovať aktuálnych aj potenciálnych zákazníkov o environmentálnej snahe a trvalo udržateľnom rozvoji.

Aby hotely nespádali do spomínaného greenhushingu a ich hostia boli viac informovaní o ich udržateľnej filozofii a aktivitách, mali by sa viac zamerať na vkusnú „zelenú propagáciu“, napr. prostredníctvom:

Webovej stránky – vytvorenie blogu o udržateľnom správaní hotela, pridávanie rôznych nápadov, informácií, postrehov a inovácií. Výhodou je jednoduchosť, ľahká a nenásilná dostupnosť informácií zelených aktivít.

Sociálnych sietí Facebook, Instagram, TikTok, a i. – pridávanie príspevkov a obsahu so zaujímavým, resp. vtipným kontextom, zákulisných záberov zobrazujúcich udržateľný chod hotela, čím by sa hotely viac priblížili, spojili a vytvorili bližší kontakt so svojou cieľovou skupinou zákazníkov.

Propagačných materiálov na recepcii, alebo na izbách – digitálny leták na televízore, digitálna tabuľa na recepcii, karta so zoznamom udržateľných praktík, ktoré môžu v prípade záujmu hostia využiť, QR kód smerujúci na blog (alebo aj sociálne siete), kde by sa hotely propagácií svojich udržateľných praktík aktívne venovali a zákazníci sa mohli dozvedieť viac.

Aplikácie so zábavnými hrami a kvízmi o udržateľných praktikách a o CHKO lokalite – po splnení niekoľkých úloh (hier) cielených na zvýšenie povedomia o environmentálnom úsilí hotela v spojitosti s chránenou oblasťou by zákazník získal určitú formu zľavy, napr. 10 % z doplnkových služieb ako wellness, menu v reštaurácii, skipas na jeden deň zdarma, 10 % na ďalší pobyt a pod.

Komunikácie zanechajúcej psychologický dojem – oznam v reštaurácii, ktorý by nabádal hostí uvedomiť si množstvo skonzumovaného jedla a potrebu jeho šetrenia.

Nakoľko priemerný človek skonzumuje približne 1,8 kg jedla za deň (SITA, 2017), oznam by mohol obsahovať napr. sprievodný text: „Dnes sme vyhodili 15 kg jedla, ktoré by nasýtilo 8 ľudí“, pričom by bol obmieňaný každý deň s aktuálnymi hodnotami. Podobné oznamy môžu byť implementované aj v systéme výmeny uterákov. Hotely by týmito spôsobmi mohli efektívne a nenátlakovo informovať svojich hostí o ich environmentálnej snahe a zároveň psychologicky viac nabádať k environmentálnej uvedomelosti.

2. *Viac zorganizovať svoj green management*

Riadenie udržateľných postupov v skúmaných hoteloch nie je jasne definované, často sa prehadzuje z pozície na pozíciu, alebo ho vykonáva viac pracovníkov súčasne a nejednotne. V niektorých hoteloch sa o green management starajú majitelia (hotel Barcadam, hotel Galeria Pezinská Baba), v iných napríklad CEO (hotel Zochova Chata), avšak v ostatných hoteloch riadenie daného odvetvia nie je jasne pridelené. Situáciu by mohol vyriešiť napr.:

Green manažér – stačil by jeden vyškolený odborník, ktorý sa bude zaoberať zelenými postupmi v hoteli, stratégiami pre lepšiu podnikovú udržateľnosť, komunikáciou i spoluprácou s ostatnými oddeleniami, meraním návratnosti a nákladovosti udržateľných praktík (ktorú si žiaden hotel v práci oficiálne nevedie) a kontrolou dodržiavania zavedených postupov. Výhodou, ktorú by táto pozícia priniesla, je jasné zakotvenie udržateľnej myšlienky hotela, zjednotenie postupov, finančná úspora (vďaka znalostiam green manažéra) a pravidelné vzdelávanie prostredníctvom školení pre ostatných manažérov a zamestnancov pre lepšiu zrozumiteľnosť ekologických iniciatív.

Vyškolenie poverených pracovníkov (manažérov/majiteľov) – opatrenie pre hotely s nižším počtom zamestnancov, kde by sa poverený manažér, resp. majiteľ hotela vzdelal v oblasti udržateľného rozvoja podniku (napr. cez kurz organizácie Green Business Academy) a nakoniec okrem svojej primárnej činnosti by sa mu pridružila taktiež zodpovednosť za udržateľný rozvoj v hoteli.

Zavedenie EMS – ISO 14001 alebo EMAS, ktoré by green manažérom, resp. povereným pracovníkom pomáhalo riadiť vplyvy na životné prostredie.

3. *Zlepšiť udržateľné postupy a praktiky v hoteli.*

S cieľom dosiahnutia vyššej udržateľnosti by mohli hotely podniknúť niekoľko krokov pre zlepšenie doterajšej situácie, a to napr.:

Zvýšiť viditeľnosť a funkčnosť svojich aktuálnych udržateľných praktík – presunúť na viditeľnejšiu pozíciu pre zákazníkov, lepšie označiť, kontrolovať stav dodržiavania praktík, ktoré nemôžu byť využívané zákazníkmi (príkladom môže byť triedenie biologického odpadu v kuchyni, kde sa často postupy dostatočne nedodržujú), v prípade zlého fungovania praktiky zmeniť k nej prístup, alebo sa zamyslieť či je vhodná pre konkrétny typ hotelového zariadenia a nemala by byť nahradená inou, lepšou alternatívou.

Implementovať nové udržateľné postupy – s malou počiatočnou investíciou ako napr. zavedenie ekologických pracích prostriedkov, úsporných svietidiel, alebo pri finančne a technicky náročnejších praktikách, ako je zapojenie fotovoltaiických panelov (s veľkým výkonom pohybujúcich sa v cene 50 000 – 150 000 €) či tepelných čerpadiel (pohybujúcich sa v cene 25 000 – 60 000 €) skúsiť využiť napr. možnosť dotácie či spolufinancovania napr. cez Environmentálny fond SR, alebo projekt „Zelená podnikom“, ktorý poskytuje štátnu dotáciu do výšky 70 000 €.

4. *Aktívnejšie zapájať hostí do využívania udržateľných praktík.*

Čo skúmaným hotelovým prevádzkam určite chýba, je nízka miera aktívneho zapojenia svojich hostí do udržateľných postupov. To by sa mohlo zmeniť napr.:

Motivovaním hostí k udržateľnému správaniu prostredníctvom zliav – odmeniť zákazníkov, ak by sa počas pobytu presúvali iba na bicykli či prostredníctvom hromadnej dopravy, prišli jednou z týchto foriem už pri nástupe do hotela, aktívne triedili odpad, zhasínali po každom odchode z izby a pod. Odmena v podobe zliav by mohla predstavovať napr. celkovú 10 % zľavu z aktuálneho pobytu, určitý počet prenájmov bicyklov zdarma, alebo lístky do hromadnej dopravy v cene pobytu.

Zapojenie hostí do miestnych dobrovoľníckych aktivít – hostia, ktorí by mali o dané veci záujem by sa mohli prihlásiť do aktivít, do ktorých by sa hotel aktívne zapájal, napr. do výsadby stromčekov, čistenia turistických chodníkov, pomoci na farmách, ktorá by bola spestrená jej ukážkou, atď.

Aktivita „Zasad' si vlastnú rastlinku“ – hostia by mali možnosť počas pobytu zasadiť si vlastnú rastlinu do malého kvetináča, ktorú by si buď odniesli domov, alebo zanechali v hotelovej záhrade, ktorá by bola určená pre výsadbu rastlín od hostí.

5. *Oficiálne spolupracovať s niekoľkými lokálnymi podnikmi, výrobcami a inštitúciami.*

Pre podporu trvalo udržateľného rozvoja v CHKO môžu hotely vytvárať dlhodobé partnerstvá s miestnymi farmármi, remeselníkmi, dodávateľmi, umelcami či inštitúciami ako napr. školy (príkladom sú unikáty ako ZŠ s MŠ Maximiliána Hella v Štiavnických Baniach ako jediná na svete vyučujúca sokoliarstvo, alebo SOŠ vinársko-ovocinárska v Modre podporujúca tradíciu lokality). O lokálnych spoluprákach môžu hotely informovať hostí napr. v rámci menu v reštaurácií, bare, v spomínanom blogu na webe, organizovať rôzne workshopy/akcie v spolupráci so školami či výrobcami, alebo zvýšiť svoju unikátnosť spísaním výhradného zastúpenia výrobkov daného lokálneho dodávateľa pre konkrétny hotel.

6. *Rozvíjať udržateľné formy turizmu a minimalizovať sezónny nával návštevníkov do CHKO.*

V boji proti masovému turizmu v turisticky najatraktívnejších lokalitách CHKO môžu hotely v chránenej oblasti prispieť napr.:

Celoročnou ponukou tematických balíkov – napr. pobyt + výlet s certifikovaným sprievodcom + degustácia miestnych výrobkov, alebo vstupy do niektorých pamiatok, pivníc a pod.

Využitím potenciálu existujúcej primárnej ponuky – propagáciou cyklotrás, náučných chodníkov, lokálnych príbehov, legend, histórie a prvkov, ktoré by prilákali do oblasti návštevníkov aj mimo hlavnej sezóny.

7. *Vytvoriť projekt spolupráce udržateľných hotelov v CHKO.*

Čo v rámci CHKO na Slovensku rozhodne chýba, je jednotný koncept a propagácia udržateľného rozvoja cestovného ruchu. Ďalšou iniciatívou hotelov by preto mohol byť projekt vytvorenia takéhoto jednotného konceptu – platformy zastrešujúcej udržateľne uvedomelé ubytovania v rámci chránenej oblasti v spolupráci so správami CHKO a príslušnými OOCR. Projekt by mal niekoľko výhod:

Pre návštevníkov a udržateľne uvedomelých turistov – poskytnutie komplexných informácií o udržateľných ubytovaniach (v prvej fázi o skúmaných hoteloch, neskôr o pridávajúcich sa zariadeniach), o ich spolupráci s lokálnymi podnikmi, možnosť ohodnotiť zelené ubytovanie napr. počtom lístkov od 1 do 5, informácie

o sprístupnených prírodných útvaroch, turistických atrakciách a sekundárnej ponuke v CHKO.

Pre hotelierov a ostatných ubytovateľov – prilákanie väčšieho počtu udržateľne uvedomelých zákazníkov, výmena informácií s ostatnými zapojenými hotelmi a prevádzkami a pomoc v oblasti udržateľnosti, organizovanie workshopov a školení pre zapojené subjekty.

Projekt by mohol byť spolufinancovaný cez úplne nový Fond na podporu cestovného ruchu, alebo Európsky fond regionálneho rozvoja. Myslím, že projekt by bol veľkým prínosom ako pre ekologicky uvedomelých návštevníkov a ubytovateľov, tak aj pre udržateľný rozvoj cestovného ruchu v chránených oblastiach, nakoľko ten je na Slovensku stále veľmi málo rozvinutý.

ZÁVER

Hlavným cieľom práce bolo zhodnotiť súčasný stav využívania udržateľných praktík vo vybraných hotelových prevádzkach na území Slovenska v CHKO a na základe získaných poznatkov a prevedenej analýzy navrhnúť vhodné opatrenia pre zlepšenie udržateľnosti v daných hoteloch. I keď legislatíva v Slovenskej republike neprikazuje hotelierom v rámci CHKO byť udržateľnými, začína pre nich čoraz častejšie plynúť potreba šetrnosti k životnému prostrediu vzhľadom na charakter územia a každoročne zvyšujúci sa počet návštevníkov. Z analýzy sa zistilo, že úroveň udržateľnosti skúmaných hotelov je veľmi variabilná, čo znamená, že nie je možné všetky hotely jednoznačne ohodnotiť jednotnou absolútnou či relatívnou hodnotou, avšak najviac hostí naprieč hotelmi a chránenými oblasťami sa prikláňa k celkovému ohodnoteniu na úrovni 3, na základe čoho je možné tvrdiť, že stav celkovej udržateľnosti hotelov je dobrý, resp. priemerný.

Dobrou správou je fakt, že všetky skúmané hotely sa v rámci chránených území snažia podporovať udržateľný rozvoj podľa ich aktuálnych možností a schopností, čo je viditeľné v ich snahe o zavádzanie či už základných, alebo finančne a technicky náročnejších udržateľných praktík. Zároveň sú však badateľné veľké rozdiely medzi názormi hostí skúmaných hotelov na niektoré aspekty a to aj v rámci jednej CHKO. V Štiavnických vrchoch je najviac badateľný rozdielny názor na význam ekologického certifikátu či celkovú prezentáciu udržateľných praktík hotelov, V Malých Karpatoch sa hotely medzi sebou podľa hostí najviac odlišujú v poskytovaní informácií o prítomnosti v CHKO a rovnako aj podľa úrovne prezentácie svojich environmentálnych postupov.

Najväčším mínusom v udržateľnej stratégii, na ktorom sa zhodla väčšina hostí naprieč skúmanými hotelmi, je jednoznačne celková slabá komunikácia svojho environmentálneho úsilia a vo veľa hoteloch taktiež slabá viditeľnosť využívaných praktík napriek ich celkom veľkému počtu. Z tohto zistenia je možné konštatovať, že skúmané hotely praktikujú greenhushing, teda zatajovanie svojich udržateľných snáh. Faktory, ktoré návštevníkom bránia ubytovať sa v udržateľnom hoteli, sú najmä vysoká cena a nevôľa voči ekologickým označeniam ako „bio“, „eko“ či „eko-friendly“. Naopak najväčším motivátorom, ktorý návštevníkov láka ubytovať sa udržateľne je fakt, že týmto činom prispievajú k ochrane prírody a udržateľnému rozvoju.

Na základe analýzy sa ďalej zistilo, že najväčšími a najvyužívanějšími udržateľnými praktikami naprieč skúmanými hotelmi bolo triedenie odpadu a výmena

uterákov na vyžiadanie hostí, čo sú bežné praktiky, ktoré sa už dnes zavádzajú vo veľkom množstve hotelov. Okrem toho sa v jednotlivých hoteloch objavuje aj požičovňa bicyklov, využitie solárnych panelov, jedlo a nápoje z miestnych zdrojov či ekologická hotelová kozmetika. Zároveň je možné konštatovať, že návštevníci sa snažia byť čoraz viac environmentálne uvedomelí, ich pocit zodpovednosti za životné prostredie stále rastie a snahu hotelierov naprieč skúmanými oblasťami viac ako oceňujú. Napriek tomu sa nedá zatiaľ povedať, že by čoraz väčší záujem o udržateľné chovanie zo strany hostí automaticky súvisel s prítomnosťou v CHKO.

Na základe vykonanej analýzy a získaných informácií bola v rámci súhrnného zhrnutia využitá aj SWOT analýza, ktorá obohatila pohľad na skúmanú problematiku, pričom hlavne stanovené slabé stránky a príležitosti pre rozvoj pomohli pri spracovaní návrhov na zlepšenie udržateľnej situácie v skúmaných hoteloch ako aj udržateľného rozvoja cestovného ruchu v oboch CHKO. Medzi návrhy na riešenie zistených nedostatkov patrí vyššia propagácia udržateľných hotelových praktík a vhodná informovanosť o prítomnosti v CHKO (prostredníctvom webovej stránky, sociálnych sietí, propagačných materiálov na prevádzke, alebo mobilnej aplikácie), zavedenie green managementu, zviditeľnenie stávajúcich či implementácia nových udržateľných postupov, aktívnejšie zapájanie hostí do udržateľných praktík (prostredníctvom zliav, dobrovoľníckych činností, alebo vysadením vlastnej rastliny), spolupráce s miestnymi podnikmi či inštitúciami, celoročná ponuka tematických balíkov a v neposlednom rade vytvorenie spoločného projektu spolupráce udržateľných hotelov v CHKO. Tieto návrhy sú síce konkrétne, avšak nie sú prispôsobené na mieru každému zo skúmaných hotelov. Ich cieľom je priniesť nápady na zlepšenie udržateľnej stratégie pre hotely, ktoré si medzi nimi môžu vybrať pre nich najviac vyhovujúce opatrenia a prispôbiť ich podľa svojej konkrétnej potreby.

Je očividné, že kým pred niekoľkými rokmi bolo udržateľné správanie podnikov v cestovnom ruchu iba výhodou, dnes začína byť nevyhnutnosťou, jak z hľadiska ochrany prírody, tak aj ekonomiky podniku. Tento fakt nabera ešte väčší rozmer v chránených územiach, pričom na Slovensku udržateľný cestovný ruch a jeho rozvoj nie je v rámci CHKO dostatočne propagovaný. V zlepšení situácie môžu pomôcť hotelieri, ktorí svojim vysokým udržateľným správaním a jeho vhodnou propagáciou môžu prilákať viac environmentálne uvedomelých návštevníkov do CHKO, znižovať svoje náklady a ísť príkladom ostatným podnikom i celým odvetviám.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

ALYAHIA, Mansour; AZAZZ, Alaa M. S.; FAYYAD, Sameh; ELSHAER, Ibrahim A.; MOHAMMAD, Abuelkassem A. A. Greenwashing Behavior in Hotels Industry: The Role of Green Transparency and Green Authenticity. Online. *Sustainability*. 2024, vol. 16, article 1050. Dostupné z: MDPI, <https://doi.org/10.3390/su16031050> [cit. 2024-12-4].

BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Online, PDF. Praha: Grada, 2016. ISBN 978-80-271-9361-5. Dostupné z: Bookport, <https://www.bookport.cz/kniha/ekonomika-cestovniho-ruchu-1414/> [cit. 2024-10-27].

Cenník ubytovania, © 2025. Online. Hotelgaleria.sk. Dostupné z: <https://hotelgaleria.sk/index.php/project-details/> [cit. 2025-03-15].

COOK, Roy A.; HSU, Cathy H. C. and TAYLOR, Lorraine L., 2018. *Tourism: the business of hospitality and travel*. Seventh edition. Harlow: Pearson. ISBN 978-1-292-22167-0.

Databázy: Verejná databáza DATAcube, 2025. Online. Štatistický úrad Slovenskej republiky. Bratislava: Štatistický úrad SR. Dostupné z: <https://1url.cz/2uiGN> [cit. 2025-02-03].

DENNÍK N, 2024. *Asociácia hotelov a ministerstvo cestovného ruchu rokujú o jednotnom hodnotení hotelov na Slovensku*. Online. In: Denník N. Bratislava: N Press, s.r.o. Dostupné z: <https://e.dennikn.sk/minuta/3989198> [cit. 2024-12-05].

DHANANI, Roma, 2023. *What is greenhushing & why are brands doing it?* Online. In: The Sustainable Agency. Dostupné z: <https://thesustainableagency.com/blog/what-is-greenhushing/> [cit. 2024-11-27].

DUDLEY, Nigel, 2008. *Guidelines for Applying Protected Area Management Categories*. Switzerland: IUCN. ISBN 978-2-8317-1636-7.

Eco Tourism Certificates, © 2025. Online. Select Green Hotels. Dresden: Select Green GmbH. Dostupné z: <https://selectgreenhotels.com/en/certificates> [cit. 2025-01-15].

FENNELL, David A. and COOPER, Chris, 2020. *Sustainable tourism: principles, contexts and practices*. Aspects of tourism texts. Bristol: Channel View Publications. ISBN 978-1-84541-765-9.

FORET, Miroslav a MELAS, David, 2021. *Marketingový výzkum v udržitelném marketingovém managementu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-1723-9.

GAJDOŠÍKOVÁ, Zuzana, 2020. *Udržitelný rozvoj cestovního ruchu v horských strediskách*. Banská Bystrica: Belianum. ISBN 978-80-557-1709-8.

Glossary of tourism terms, © 2025. Online. UN Tourism. Madrid: unwto.org. Dostupné z: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> [cit. 2025-02-20].

GÚČIK, Marian, 2010. *Cestovný ruch: úvod do štúdia*. Knížnica cestovního ruchu. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism. ISBN 978-80-89090-80-8.

GÚČIK, Marian, 2020. *Cestovný ruch v ekonomike a spoločnosti*. Bratislava: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-571-0273-1.

HOPPEJ, Radoslav. #ObjavUdrzatelneSlovensko: Projekt, ktorý propaguje šetrný cestovný ruch. Online, blogový príspevok. In: Nie je túra bez Štúra. 2020. Dostupné z: https://www.niejeturabezstura.sk/objavudrzatelnoslovensko-projekt-ktory-propaguje-setrny-cestovny-ruch?utm_source=chatgpt.com [cit. 2024-11-14].

Hotel West. Online. hotel-west.sk, © 2025. Dostupné z: <https://www.hotel-west.sk/index.html> [cit. 2025-03-15].

CHAKRABORTY, Partha P., 2022. *Eco-friendly certifications do not financially help hotels*. Online. In: LinkedIn. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/eco-friendly-certifications-do-financially-help-chakraborty> [cit. 2024-12-03].

Izby, © 2022. Online. Barcadam.com. Dostupné z: <https://www.barcadam.com/izby> [cit. 2025-03-14].

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar a JANEČEK, Petr, 2023. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 3. přeprac. a rozš. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-3722-0.

KHALIL, Natasha; ABDULLAH, Siti Noorfairus Che; HARON, Siti Norsazlina; HAMID, Md Yusof. A review of green practices and initiatives from stakeholder's perspectives towards sustainable hotel operations and performance impact. Online. *Journal of Facilities Management*. 2022, vol. 22, article 653-682. Dostupné z: Emerald, <https://doi.org/10.1108/JFM-03-2022-0025> [cit. 2024-11-19].

KARLÍČEK, Miroslav, 2016. *Marketingová komunikace: Jak komunikovat na našem trhu – 2 aktualizované a doplněné vydání*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-9064-5.

KOZEL, Roman; MYNÁŘOVÁ, Lenka a SVOBODOVÁ, Hana, 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3527-6.

KŘÍŽEK, Felix a NEUFUS, Josef, 2014. *Moderní hotelový management: nové trendy a metody v řízení hotelů, aktualizované informace o hotelovém provozu a jeho organizaci, optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku, praktické příklady a fotografická příloha*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4835-1.

LACIKA, Ján a ONDREJKA, Kliment, 2009. *Prírodné krásy Slovenska: Chránené krajinné oblasti*. Bratislava: Dajama. ISBN 978-80-89226-29-0.

LEGRAND, Willy; CHEN, Joseph S. and LAEIS, Gabriel C. M., 2023. *Sustainability in the hospitality industry: principles of sustainable operations*. Fourth edition. London: Routledge, Taylor & Francis Group. ISBN 978-0-367-53250-5.

MÁLEK, Jakub; KOUKLÍKOVÁ, Ráchel a HRUDKOVÁ, Tereza, 2024. *Znáte fenomén greenhushing?* Online. In: Asociace společenské odpovědnosti. Praha: spolecenskaodpovednost.cz. Dostupné z: <https://www.spolecenskaodpovednost.cz/znate-fenomen-greenhushing/> [cit. 2025-04-10].

MILO, Steve, 2022. *Implementing Sustainability Into The Hospitality Industry*. Online. In: Forbes. Jersey City: forbes.com. Dostupné z: <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2022/09/29/implementing-sustainability-into-the-hospitality-industry/> [cit. 2024-12-01].

MARCIŠ, Matúš; KVASNOVÁ, Diana a STRNÁDOVÁ, Petra. Sustainable Hotel Practices: A Comparison Between Higher and Lower Ranking Hotels. Online. *Deturope – The Central European Journal of Regional Development and Tourism*. 2024, vol. 16, article 2. License: CC BY 4.0. ISSN 1821-2506. Dostupné z: DOI:[10.32725/det.2024.019](https://doi.org/10.32725/det.2024.019). [cit. 2025-05-05].

PATÚŠ, Peter, 1997. *Manažment regiónu a strediska cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Cestovateľ. ISBN 80-967649-1-8.

Podľa recepcie hotela Salamandra Resort (telefonický rozhovor, dňa 19. 3. 2025) je kapacita hotela 54 izieb a 150 lôžok.

Podľa recepcie hotela West (telefonický rozhovor, dňa 3. 4. 2025) je kapacita hotela 39 izieb a 78 lôžok.

Podľa recepcie hotela Zochova Chata (telefonický rozhovor, dňa 3. 4. 2025) je počet lôžok v hoteli 134.

Priestory a služby: Izby, © 2025. Online. HotelSitno.sk. Dostupné z: <https://1url.cz/4J1lH> [cit. 2025-03-14].

Product Development, © 2025. Online. UN Tourism. Madrid: unwto.org. Dostupné z: <https://www.unwto.org/tourism-development-products> [cit. 2025-02-20].

PŮČEK, Milan Jan. *Techniky efektivního řízení měst a obcí – část „SWOT analýza“ (metodika)*. Online, PDF. Praha: Národní síť Zdravých měst ČR, 2020. Dostupné z: https://www.dataplan.info/img_upload/f96fc5d7def29509aeffc6784e61f65b/analyza-swot-metodika.pdf [cit. 2025-05-06].

Rankings, 2024. Online. Sustainable Development Report. Dostupné z: <https://dashboards.sdgindex.org/rankings> [cit. 2024-12-03].

REFLEX, 2023. *Slovensko: Celoroční krásy, které byste si neměli nechat ujít*. Online. In: Reflex.cz. Praha: reflex.cz. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/zajimavosti/117695/slovensko-celorocni-krasy-ktere-byste-si-nemeli-nechat-ujit.html?> [cit. 2024-11-19].

REICHEL, Jiří, 2009. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3006-6.

SAFDIE, Stephanie, 2024. *Why is Greenhushing Not a Good Strategy For Your Company?* Online. In: Leaf Media by Greenly. Paris: Greenly. Dostupné z: <https://greenly.earth/en-gb/blog/company-guide/why-is-greenhushing-not-a-good-strategy-for-your-company> [cit. 2024-12-03].

SÁBIO, Delmar J. R., 2024. *What is greenwashing in the hotel industry?* Online. In: LinkedIn. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/what-greenwashing-hotel-industry-delmar-jos%C3%A9-ribeiro-s%C3%A1bio-fkh0f> [cit. 2024-11-27].

SEKERÁK, Rastislav a PAULE, Igor, 2020. *Oznámenie o strategickom dokumente: Stratégia rozvoja udržateľného cestovného ruchu do roku 2030*. Online, PDF. In: Enviroportál. Bratislava: Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky. Dostupné z: <https://www.enviroportal.sk/eia/detail/strategia-rozvoja-udrzatelneho-cestovneho-ruchu-do-roku-2030> [cit. 2025-01-25].

SITA, 2017. *Kolko jedla sa zje vo svete za jeden deň?* Online. In: Sita.sk. Dostupné z: <https://sita.sk/kolko-jedla-sa-zje-vo-svete-za-jeden-den/> [cit. 2025-05-08].

SLOBODNÍKOVÁ, Oľga, 2022. *Analýzy a návrhy k prírodnému a udržateľnému turizmu na príkladoch piatich území Slovenska*. Ministerstvo životného prostredia SR a Slovenská agentúra životného prostredia. ISBN 978-80-8213-065-5.

SLOVENSKO, 2008. Zákon č. 277 zo dňa 26. júna 2008, o klasifikačných znakoch ustanovených na ubytovacie zariadenia pri ich zaradovaní do kategórií a tried (vyhláška Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky). Online. In: *Slov-Lex*. Dostupné z: https://www.slov-lex.sk/ezbierky/pravne-predpisy/SK/ZZ/2008/277/vyhlasene_znenie.html [cit. 2024-12-14].

Sustainable development. © 2025. Online. UN Tourism. Madrid: unwto.org. Dostupné z: <https://www.unwto.org/sustainable-development> [cit. 2025-02-20].

ŠOPSR, © 2025. *Prehľad chránených území národnej sústavy k 31.12.2024*. Online, DOCX. In: ŠOPSR. Banská Bystrica: Ministerstvo životného prostredia Slovenskej republiky. Dostupné z: <https://www.sopsr.sk/web/?cl=114> [cit. 2025-01-25].

ŠTRBA, Ľubomír; KOLAČKOVSKÁ, Jana; KRŠÁK, Branislav; SIDOR, Csaba; LUKÁČ, Marián. Perception of the Impacts of Tourism by the Administrations of Protected Areas and Sustainable Tourism (Un)Development in Slovakia. Online. *Sustainability*. 2022, vol. 14, article 6696. Dostupné z: MDPI, <https://doi.org/10.3390/su14116696> [cit. 2024-11-28].

TTW, 2024. *Booking.com zvyšuje udržateľnosť partnerov vďaka vysoko účinnému certifikačnému programu pre ubytovacie zariadenia*. Online. In: Travel and Tour World. Dostupné z: <https://1url.cz/yJ112> [cit. 2024-12-15].

Ubytovanie, © 2019–2025. Online. Hotel Zochova Chata. Dostupné z: <https://www.hotelzochovachata.sk/ubytovanie/> [cit. 2025-03-15].

Udržiteľný cestovní ruch, © 2008–2025. Online. CzechTourism. Praha: eden-czechtourism.cz. Dostupné z: <https://www.eden-czechtourism.cz/udrzitelny-cestovni-ruch/> [cit. 2025-02-20].

UKPANA, Inemesit, 2024. *Top Green Destinations: Sustainable Travel Spots for 2025*. Online. In: GreenMatch.co.uk. Market Harborough: greenmatch.co.uk. Dostupné z: <https://www.greenmatch.co.uk/blog/top-sustainable-destinations> [cit. 2024-11-15].

UNITED NATIONS, 2015. *Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. Online. In: United Nations. Dostupné z:

<https://sdgs.un.org/sites/default/files/publications/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf> [cit. 2024-11-16].

VAJCÍK, Juraj, 2024. *Environmentálne označovanie produktov*. Online. In: Enviroportál. Banská Bystrica: Slovenská agentúra životného prostredia. Dostupné z: <https://www.enviroportal.sk/indikator/1221> [cit. 2024-11-25].

VAJCÍK, Juraj, 2023. *Schéma pre environmentálne manažérstvo a audit (EMAS)*. Online. In: Enviroportál. Banská Bystrica: Slovenská agentúra životného prostredia. Dostupné z: <https://www.enviroportal.sk/indikator/detail?id=3661> [cit. 2024-11-18].

Vyhľadajte si svoj pobyt, © 2025. Online. Salamandra Resort. Dostupné z: <https://1url.cz/7J1lw> [cit. 2025-03-15].

WTO. *UNWTO Tourism Definitions*. Online. Madrid: UNWTO, 2019. eISBN: 978-92-844-2085-8. Dostupné z: eLibrary <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858> [cit. 2024-11-27].

ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Udržitelný cestovní ruch: Principy, certifikace a měření*. Online, PDF. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. ISBN 978-80-244-4811-4. Dostupné z: Bookport, <https://www.bookport.cz/kniha/udrzitelny-cestovni-ruch-principy-certifikace-a-mereni-12771/> [cit. 2024-11-2].

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

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obrázok 1 Schéma Planet – People – Profit	20
Obrázok 2 Mapa veľkoplošných chránených území na Slovensku	33
Obrázok 3 Kategórie a triedy ubytovacích zariadení podľa vyhlášky č. 277/2008 Z. z.	35
Obrázok 4 Grafy zobrazujúce relatívnu hodnotu všímvosti udržateľných praktík vo vybraných hotelových zariadeniach v Štiavnických vrchoch.....	63
Obrázok 5 Grafy hodnotenia celkovej udržateľnosti vo vybraných hoteloch v oblasti CHKO Štiavnické vrchy	70
Obrázok 6 Grafy zobrazujúce relatívnu hodnotu všímvosti udržateľných praktík vo vybraných hotelových zariadeniach v Malých Karpatoch.....	82
Obrázok 7 Grafy hodnotenia celkovej udržateľnosti vo vybraných hoteloch v oblasti CHKO Malé Karpaty	89

ZOZNAM TABULIEK

Tabuľka 1 Prehľad návštevnosti okresov v CHKO Štiavnické vrchy počas rokov 2020–2024	54
Tabuľka 2 Prehľad počtu ubytovacích zariadení a ostatných parametrov súvisiacich s ubytovaním v okresoch v CHKO Štiavnické vrchy za rok 2024	55
Tabuľka 3 Základné údaje o vybraných hoteloch v rámci CHKO Štiavnické vrchy	56
Tabuľka 4 Vzorka respondentov vo vybraných hoteloch v rámci CHKO Štiavnické vrchy	57
Tabuľka 5 Motivátory a bariéry výberu udržateľného ubytovania návštevníkmi vybraných hotelov v CHKO Štiavnické vrchy	60
Tabuľka 6 Prehľad udržateľných praktík a relatívne vyjadrenie hodnoty všímvosti jednotlivých udržateľných praktík hosťami vo vybraných hoteloch v Štiavnických vrchoch	65
Tabuľka 7 Top 3 hosťami využívané a najviac oceňované udržateľné praktiky vo vybraných hoteloch v Štiavnických vrchoch	67
Tabuľka 8 Prehľad návštevnosti okresov v CHKO Malé Karpaty počas rokov 2020–2024	72
Tabuľka 9 Aktuálny prehľad počtu ubytovacích zariadení a ostatných ukazovateľov súvisiacich s ubytovaním v okresoch v CHKO Malé Karpaty za rok 2024	73
Tabuľka 10 Základné údaje o vybraných hoteloch v rámci CHKO Štiavnické vrchy	75
Tabuľka 11 Vzorka respondentov vo vybraných hoteloch v rámci CHKO Malé Karpaty ..	76
Tabuľka 12 Motivátory a bariéry výberu udržateľného ubytovania návštevníkmi vybraných hotelov v CHKO Malé Karpaty	79
Tabuľka 13 Prehľad udržateľných praktík a relatívne vyjadrenie hodnoty všímvosti jednotlivých udržateľných praktík hosťami vo vybraných hoteloch v Malých Karpatoch ..	84
Tabuľka 14 Top 3 hosťami využívané a najviac oceňované udržateľné praktiky vo vybraných hoteloch v Malých Karpatoch	86
Tabuľka 15 Celkové porovnanie chránených krajinných oblastí z vybraných hľadísk	91
Tabuľka 16 Súhrnná SWOT analýza vybraných chránených krajinných oblastí	93

ZOZNAM GRAFOV

Graf 1 Přírodní útvary v CHKO Štiavnické vrchy	53
Graf 2 Význam udržateľného ubytovania pre návštevníkov vybraných hotelov v CHKO Štiavnické vrchy	59
Graf 3 Dôležitosť ekologického certifikátu pre hostí vybraných hotelov v CHKO Štiavnické vrchy	61
Graf 4 Všímavosť prítomnosti v CHKO Štiavnické vrchy počas pobytu hosťa vo vybraných hoteloch.....	62
Graf 5 Informovanosť hosťa o udržateľných praktikách v čase pobytu v hoteli v rámci Štiavnických vrchov	64
Graf 6 Spôsob využívania udržateľných praktík hosťami vo vybraných hoteloch v Štiavnických vrchoch.....	68
Graf 7 Úroveň celkovej prezentácie udržateľných praktík vo vybraných hoteloch v oblasti Štiavnické vrchy	69
Graf 8 Přírodní útvary v CHKO Malé Karpaty.....	71
Graf 9 Význam udržateľného ubytovania pre návštevníkov vybraných hotelov v CHKO Malé Karpaty	78
Graf 10 Dôležitosť ekologického certifikátu pre hostí vybraných hotelov v CHKO Malé Karpaty.....	80
Graf 11 Všímavosť prítomnosti v CHKO Malé Karpaty počas pobytu hosťa vo vybraných hoteloch.....	81
Graf 12 Informovanosť hosťa o udržateľných praktikách v čase pobytu v hoteli v rámci Malých Karpát	83
Graf 13 Spôsob využívania udržateľných praktík hosťami vo vybraných hoteloch v Malých Karpatoch.....	87
Graf 14 Úroveň celkovej prezentácie udržateľných praktík vo vybraných hoteloch v oblasti Malé Karpaty	88

ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK

a i.	A iné
a pod.	A podobne
atď.	A tak ďalej
CSRD	Corporate Sustainability Reporting Directive (Smernica o podávaní správ o udržateľnosti podnikov)
č.	Číslo
EU	European Union (Európska únia)
EMAS	Eco-Management and Audit Scheme (Schéma pre environmentálne manažérstvo a audit)
EMS	Environmental Management Systems (Systém environmentálneho riadenia)
EPI	Environmental Performance Index (Index environmentálnej výkonnosti)
GSTC	Global Sustainable Tourism Council (Rada pre globálny trvalo udržateľný cestovný ruch)
ha	Hektár
CHKO	Chránená krajinná oblasť
info.	Informácia
ISO	International Organization for Standardization (Medzinárodná organizácia pre normalizáciu)
IUCN	International Union for Conservation of Nature (Medzinárodná únia na ochranu prírody a prírodných zdrojov)
mil.	Milión
m n. m.	Metrov nad morom
MŠ	Materská škola
napr.	Napríklad
NP	Národný park

OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development (Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj)
OOCR	Oblastná organizácia cestovného ruchu
OSN	Organizácia spojených národov
resp.	Respektíve
s.	Strana
SOŠ	Stredná odborná škola
SR	Slovenská republika
ŠOPSR	Štátna ochrana prírody Slovenskej republiky
ŠÚ SR	Štatistický úrad Slovenskej republiky
tis.	Tisíc
t. j.	To jest
tzn.	To znamená
tzv.	Takzvaný
UN	United Nations (Spojené národy)
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organizácia Spojených národov pre vzdelávanie, vedu a kultúru)
UNWTO	United Nation World Tourism Organization (Svetová organizácia cestovného ruchu)
WTTC	World Travel and Tourism Council (Svetová rada pre cestovanie a cestovný ruch)
ZŠ	Základná škola
Z. z.	Zbierka zákonov
©	Copyright

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha P I: Dotazník – Analýza udržateľných praktík hotela z pohľadu host'a (slovensky)

Príloha P II: Dotazník – An analysis of sustainable hotel practices from the guest's perspective (anglicky)

Príloha P III: Výstižnosť ubytovacieho zariadenia – CHKO Štiavnické vrchy

Príloha P IV: Hotel a trvalo udržateľný rozvoj – CHKO Štiavnické vrchy

Príloha P V: Informovanosť host'a o udržateľných praktikách pred nástupom na pobyt – CHKO Štiavnické vrchy

Príloha P VI: Zapojenie hostí do udržateľných praktík – CHKO Štiavnické vrchy

Príloha P VII: Vplyv snahy zavádzať udržateľné praktiky na hostí – CHKO Štiavnické vrchy

Príloha P VIII: Výstižnosť ubytovacieho zariadenia – CHKO Malé Karpaty

Príloha P IX: Hotel a trvalo udržateľný rozvoj – CHKO Malé Karpaty

Príloha P X: Informovanosť host'a o udržateľných praktikách pred nástupom na pobyt – CHKO Malé Karpaty

Príloha P XI: Zapojenie hostí do udržateľných praktík – CHKO Malé Karpaty

Príloha P XII: Vplyv snahy zavádzať udržateľné praktiky na hostí – CHKO Malé Karpaty

PRÍLOHA P I: DOTAZNÍK – ANALÝZA UDRŽATEĽNÝCH PRAKTÍK HOTELA Z POHLADU HOSTA (SLOVENSKY)

Dobrý deň,

moje meno je Diana Valachová a som študentkou 3. ročníka na Fakulte managementu a ekonomiky na Univerzite Tomáše Bati v Zlíne. Chcela by som Vás požiadať o vyplnenie krátkeho dotazníka zameraného na udržateľné praktiky hotela, v ktorom ste momentálne ubytovaní. Jedná sa o zelené aktivity, vďaka ktorým ubytovanie napr. spotrebúva menej energie, produkuje menej odpadu a správa sa celkovo ekologickejšie k životnému prostrediu. Vyplnením tohto dotazníka mi veľmi pomôžete v ďalšom spracovaní mojej bakalárskej práce. Zároveň môžete pomôcť aj hotelovým prevádzkam zlepšiť ich udržateľné praktiky. Dotazník je anonymný a zaberie Vám maximálne 10 minút. Ďakujem veľmi pekne za Váš čas a ochotu.

1. Čo podľa Vás najviac vystihuje udržateľné ubytovanie? (1 = najmenej, 5 = najviac)

- | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| • Šetrenie energií a životného prostredia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Ubytovanie z ekologických materiálov | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Veľa rastlín, zelene a čistého vzduchu | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Ekologický certifikát | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

2. Pri výbere ubytovania je pre Vás dôležité, aby bolo udržateľné?

- Áno, veľmi
- Áno, trochu
- Neviem
- Skôr nie
- Vôbec nie

3. Čo Vás motivuje k výberu udržateľného ubytovania?

- Lokalita, do ktorej cestujem
- Prispievanie k ochrane prírody a udržateľnosti
- Záujem o zdravý životný štýl

- Udržateľné ubytovanie je moderné
- Nemám záujem o udržateľné ubytovanie

4. Čo Vás odrádza od výberu udržateľného ubytovania?

- Vysoká cena
- Nedôvera voči zariadeniam a ich udržateľnému správaniu
- Presýtenosť pojmov bie, eko, eko-friendly a pod.
- Pravidlá dodržiavania zelených praktík v ubytovaní
- Nič ma neodrádza

5. Je pre Vás dôležité, aby udržateľný hotel zároveň vlastnil ekologický certifikát?

- Áno, veľmi
- Áno, trochu
- Neviem
- Skôr nie
- Vôbec nie

6. Postrehli ste, ako hotelový hosť, že sa nachádzate v chránenej krajinskej oblasti (CHKO)?

- Áno, vďaka hotelu
- Áno, mimo hotela
- Nie

7. Ktorý z nasledujúcich bodov by mal byť podľa Vás pre hotel najdôležitejší v súvislosti s trvalo udržateľným rozvojom v CHKO? (1 = najmenej, 5 = najviac)

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| • Zníženie vplyvu hotela na životné prostredie | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Investovanie do ochrany prírody a prírodných zdrojov | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Podpora kultúry a historických pamiatok | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Podpora miestnych výrobcov | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

- Zamestnávanie miestnych obyvateľov 1 2 3 4 5

8. Všimli ste si počas pobytu, že hotel využíva udržateľné praktiky?

- Áno
- Nie *Preskočiť na 19. otázku*

9. Aké udržateľné praktiky ste si počas pobytu v hoteli všimli? (*Môžete označiť viac odpovedí*)

- Triedenie odpadu
- Recyklované produkty (kancelársky papier, príbor, servítky a pod.)
- Nepoužívanie jednorazových plastov
- Jedlo alebo nápoje z miestnych zdrojov
- Solárne panely
- Úsporné žiarovky a svietidlá
- Výmena uterákov iba na vyžiadanie
- Prenájom bicyklov
- Ekologická hotelová kozmetika
- Ekologické toaletné potreby
- Kompostovanie
- Iné ...

10. Ktorú z udržateľných praktík ste počas pobytu využili, ocenili najviac?

.....

11. Akým spôsobom zvyčajne využívate udržateľné praktiky v hoteli?

- Vedome na základe upozornení hotela
- Vedome na základe vlastného uváženia
- Nevedome
- Udržateľné praktiky nevyužívam vôbec

12. Boli ste zapojení prostredníctvom hotela do udržateľných praktík?

- Áno
- Nie

13. Ako ste počas pobytu zistili, že sa hotel správa udržateľne? *(Môžete označiť viac odpovedí)*

- Informovali ma na recepcii
- Čítal/a som leták na izbe
- Videl/a som oznamy na chodbách a v spoločných priestoroch
- Voľným pozorovaním
- Iné ...

14. Vedeli ste pred nástupom na pobyt, že je hotel udržateľný?

- Áno
- Nie

15. Kde ste sa o udržateľných praktikách hotela dozvedeli? *(Môžete označiť viac odpovedí)*

- Osobne na hoteli
- Na webovej stránke hotela
- Na sociálnych sieťach
- Na online portáli (napr. Booking, Trivadvisor)
- Z ponuky cestovnej kancelárie/agentúry
- Od predošlých návštevníkov hotela
- Iné ...

16. Ako na Vás pôsobí snaha hotela riešiť otázku udržateľnosti?

- Na môj vkus príliš veľa
- Primerane
- Málo
- Vôbec neprezentuje

17. Ako celkovo hodnotíte udržateľnosť hotela?

zlá 1 2 3 4 5 veľmi vysoká

18. Pohlavie

- Muž
- Žena
- Iné

19. Vek

- 15–20 rokov
- 21–30 rokov
- 31–40 rokov
- 41–50 rokov
- 51 a viac rokov

20. Dĺžka pobytu

- 1 noc
- 2 noci
- 3 a viac nocí

21. Hotel, v ktorom ste ubytovaní

.....

Ďakujem za vyplnenie dotazníka

PRÍLOHA P II: DOTAZNÍK – AN ANALYSIS OF SUSTAINABLE HOTEL PRACTICES FROM THE GUEST’S PERSPECTIVE (ANGLICKY)

Hello,

My name is Diana Valachová and I am a student at the Faculty of Management and Economics at the Tomas Bata University in Zlín. I would like to ask you to fill in a short questionnaire focused on sustainable practices of the hotel where you are currently staying. These are green activities, thanks to which the accommodation e.g. consumes less energy, produces less waste and behaves more environmentally friendly in general. By completing this questionnaire you will be of great help to me in the further development of my bachelor thesis. At the same time, you can also help hotel operations to improve their sustainable practices. The questionnaire is anonymous and will take you a maximum of 10 minutes. Thank you very much for your time and willingness.

1. What do you think best describes a sustainable accommodation? (1 = least, 5 = most)

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| • Saving energy and the environment | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Accommodation made of eco-friendly materials | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Lots of plants, greenery and fresh air | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • Ecological certificate | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

2. When choosing an accommodation, is it important to you that it is sustainable?

- Yes, very much
- Yes, a bit
- I do not know
- Rather not
- Not at all

3. What motivates you to choose a sustainable accommodation?

- Location I travel to

- Contributing to nature protection and sustainability
 - Interest in healthy lifestyle
 - Sustainable accommodation is modern
 - I am not interested in sustainable accommodation
4. What discourages you from choosing a sustainable accommodation?
- High price
 - Distrust of facilities and their sustainable behaviour
 - The oversaturation of the terms bio, eco, eco-friendly, etc.
 - Rules for green practices in accommodation
 - Nothing discourages me
5. Is it important to you that a sustainable hotel also has an eco-certificate?
- Yes, very much
 - Yes, a bit
 - I do not know
 - Rather not
 - Not at all
6. As a hotel guest, have you noticed that you are in the Protected Landscape Area?
- Yes, thank to the hotel
 - Yes, outside of the hotel
 - No, I have not
7. Which of the following points do you think should be the most important for the hotel in relation to sustainable development in the Protected Landscape Area? (*1 = least, 5 = most*)
- Reducing the hotel's environmental impact
 - Investing in nature protection and natural resources
 - Promotion of culture and historical monuments

- Support for local producers
- Employment of local residents

8. Did you notice during your stay at the hotel that it uses sustainable practices?

- Yes, I did
- No, I did not *Skip to question No. 19.*

9. What sustainable practices did you notice during your stay at the hotel? *(You can tick multiple answers)*

- Waste sorting
- Recycled products
- Not using single-use plastics
- Food or drinks from local sources
- Solar panels
- Energy saving light bulbs and luminaires
- Towel exchange on request only
- Bike rental
- Ecological hotel cosmetics
- Ecological toiletries
- Composting
- Other ...

10. Which of sustainable practices did you use and appreciate the most during your stay?

.....

11. How do you typically use sustainable practices in the hotel?

- Knowingly following the hotel's instructions
- Knowingly at own discretion
- Unknowingly

- I do not use sustainable practices at all

12. Have you been involved in sustainable practices via the hotel?

- Yes, I have
- No, I have not

13. How did you find the hotel behaving sustainably during your stay? (*You can tick multiple answers*)

- I was informed at reception
- I read the leaflet in my guest room
- I saw notices in the corridors and common areas of the hotel
- By free observation
- Other ...

14. Did you know the hotel is sustainable before you came to stay?

- Yes, I did
- No, I did not

15. Where did you find out about the hotel's sustainable practices? (*You can tick multiple answers*)

- In person at the hotel
- On the hotel website
- On social networks
- On an online portal (e.g. Booking, Tripadvisor)
- From the travel agency's offer
- From previous hotel guests
- Other ...

16. How does hotel's efforts to address sustainability affect you?

- Positively
- Neutrally

- Negatively
- I have no feelings

17. How do you think the hotel presents its sustainable practices?

- Too much for ma taste
- Appropriately
- Little
- Not present at all

18. How would you rate the overall sustainability of the hotel?

Very low sustainability 1 2 3 4 5 Very high sustainability

19. Gender

- Male
- Female
- Other

20. Age

- 15–20
- 21–30
- 31–40
- 41–50
- 51 and over

21. Length of stay

- 1 night
- 2 nights
- 3 and more nights

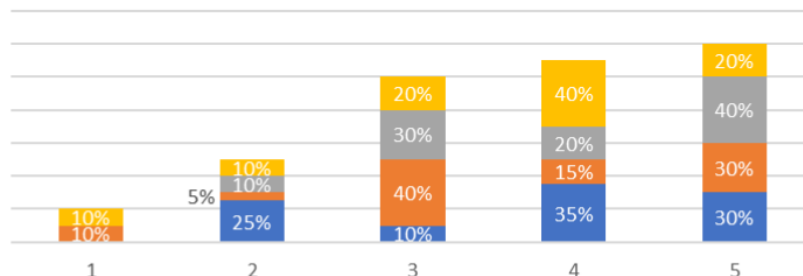
22. The hotel you are staying at

.....

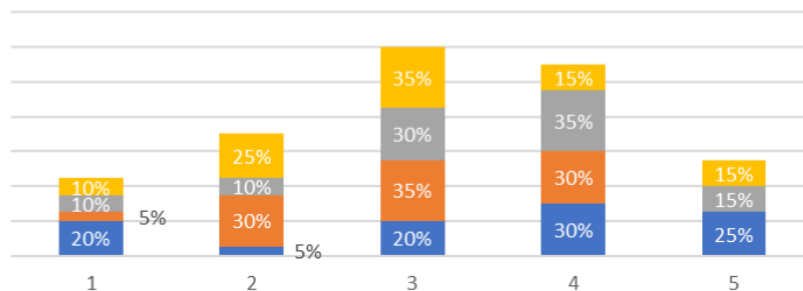
Thank you for completing the questionnaire.

PRÍLOHA P III: VÝSTIŽNOSŤ UBYTOVACIEHO ZARIADENIA – CHKO ŠTIAVNICKÉ VRCHY

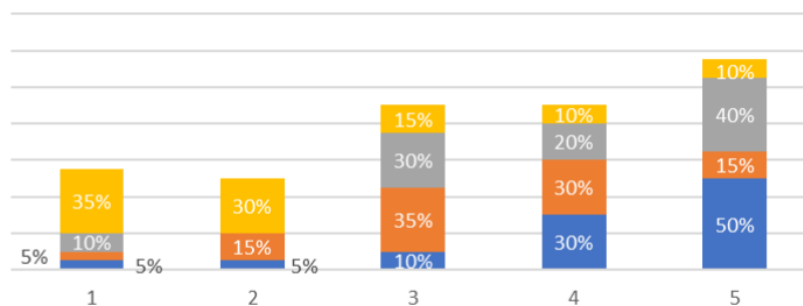
Čo najviac vystihuje udržateľné ubytovanie?
hotel Sitno Forest Resort



hotel Salamandra Resort



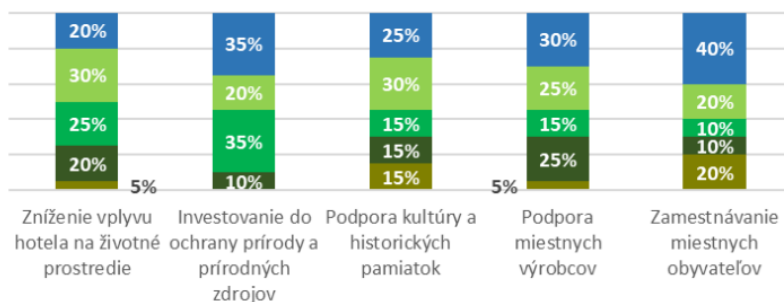
hotel Barcadam



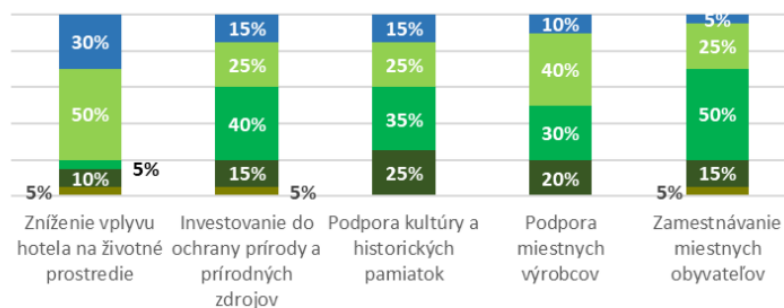
■ Šetrenie energií a životného prostredia ■ Ubytovanie z ekologických materiálov
■ Veľa rastlín, zelene a čistého vzduchu ■ Ekologický certifikát

PRÍLOHA P IV: HOTEL A TRVALO UDRŽATEĽNÝ ROZVOJ – CHKO ŠTIAVNICKÉ VRCHY

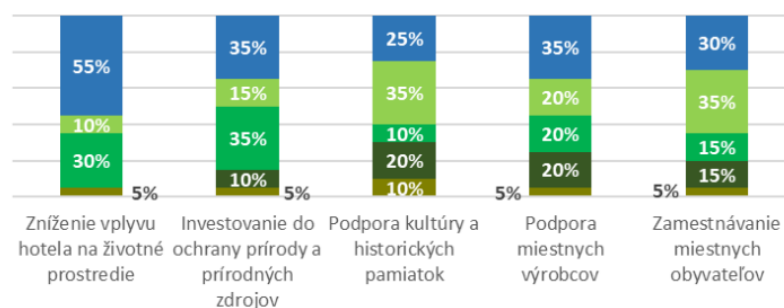
Hotel a trvalo udržateľný rozvoj v CHKO
Sitno Forest Resort



Salamandra Resort

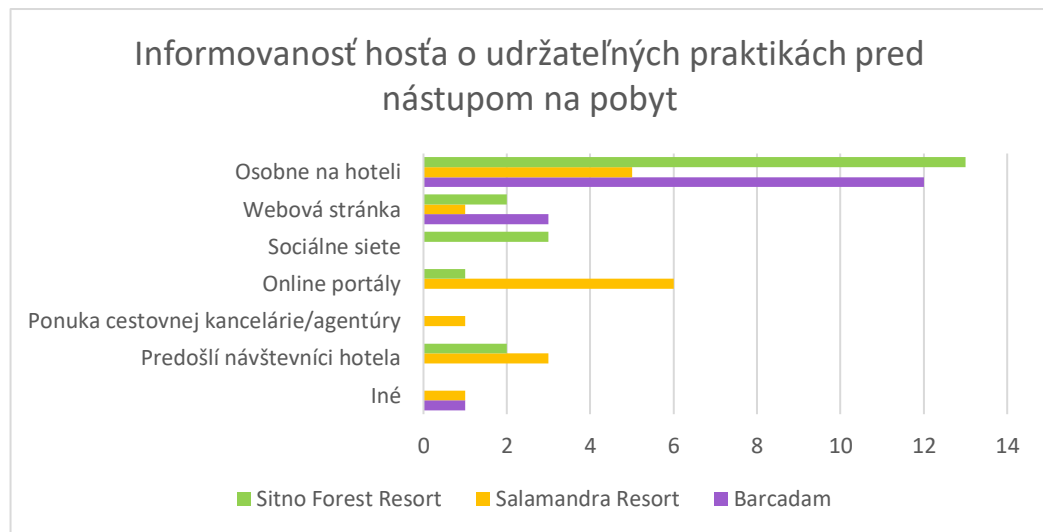


Barcadam

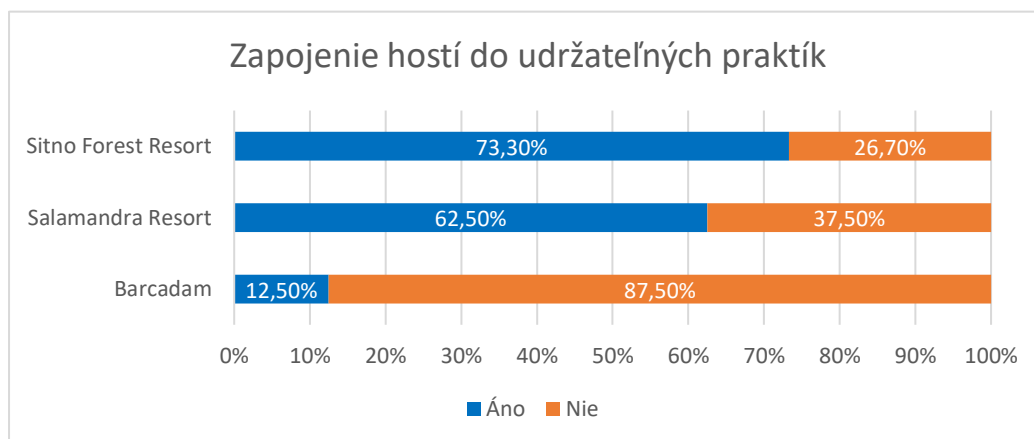


1 2 3 4 5

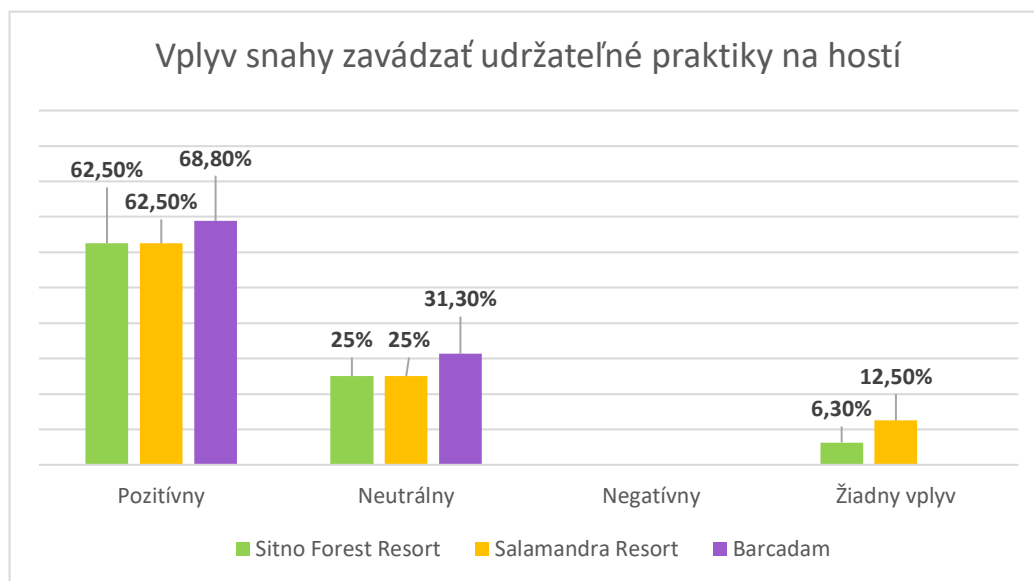
PRÍLOHA P V: INFORMOVANOSŤ HOSTA O UDRŽATEĽNÝCH PRAKTIKÁCH PRED NÁSTUPOM NA POBYT – CHKO ŠTIAVNICKÉ VRCHY



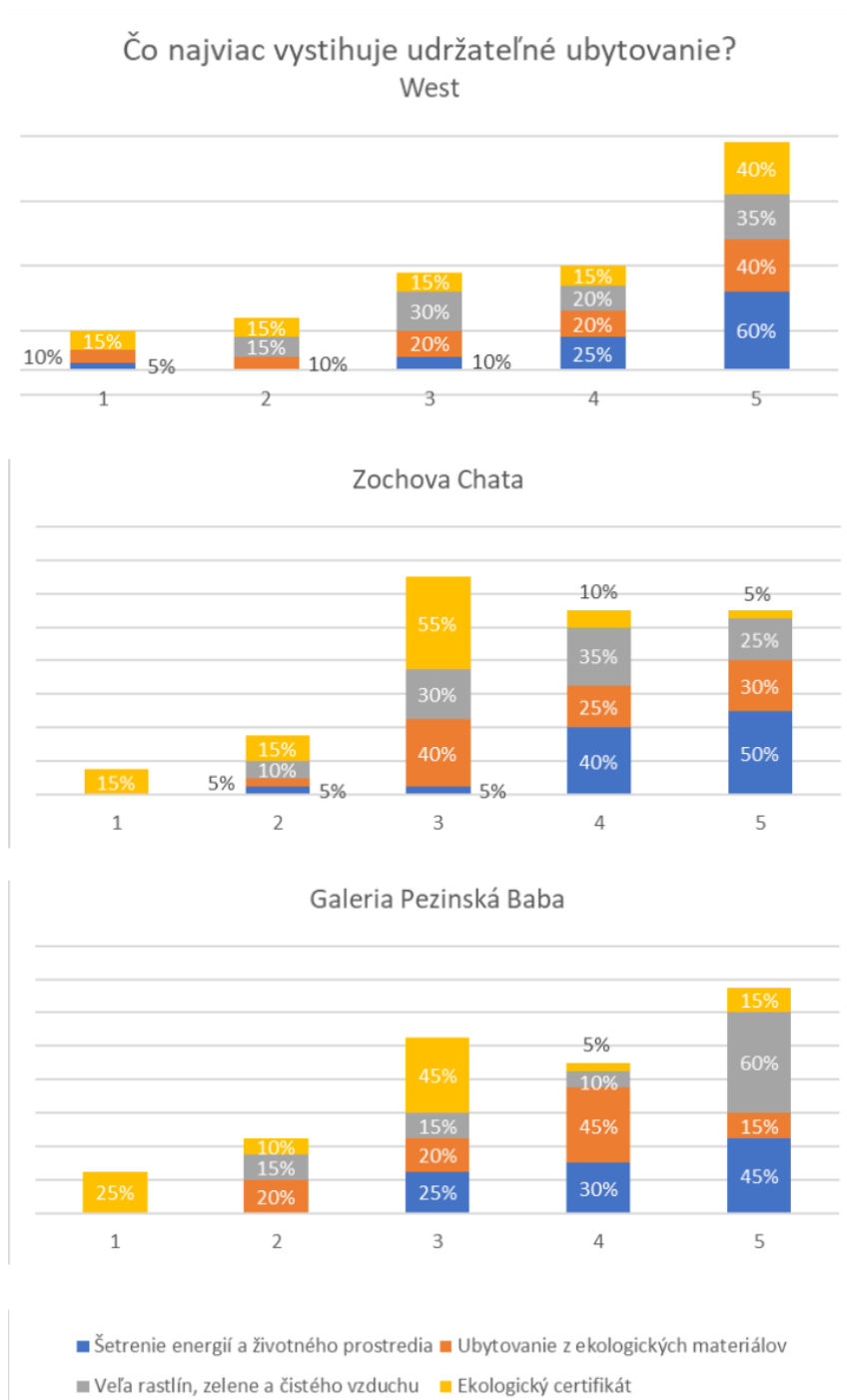
PRÍLOHA P VI: ZAPOJENIE HOSTÍ DO UDRŽATEĽNÝCH PRAKTÍK – CHKO ŠTIAVNICKÉ VRCHY



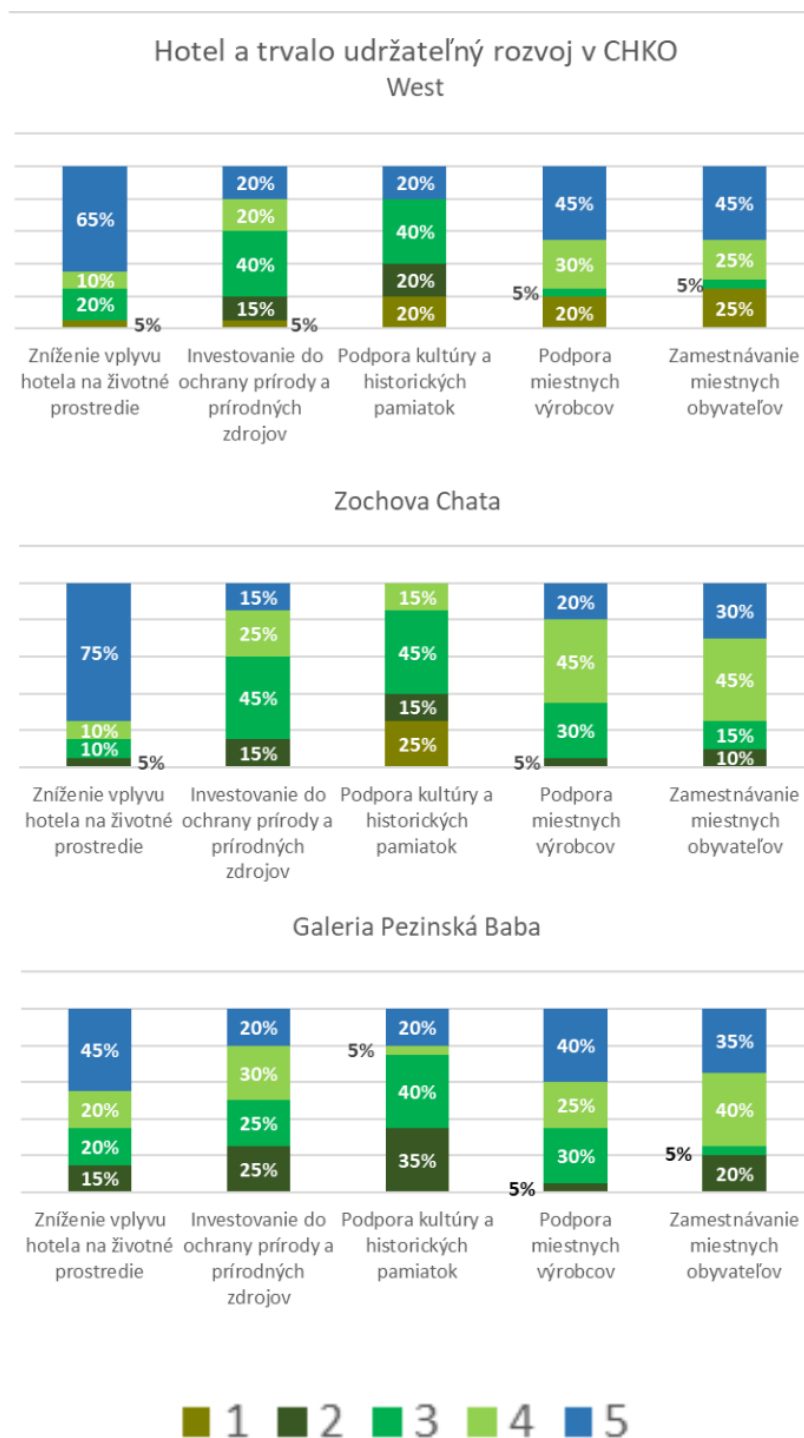
PRÍLOHA P VII: VPLYV SNAHY ZAVÁDZAŤ UDRŽATEĽNÉ PRAKTIKY NA HOSTÍ – CHKO ŠTIAVNICKÉ VRCHY



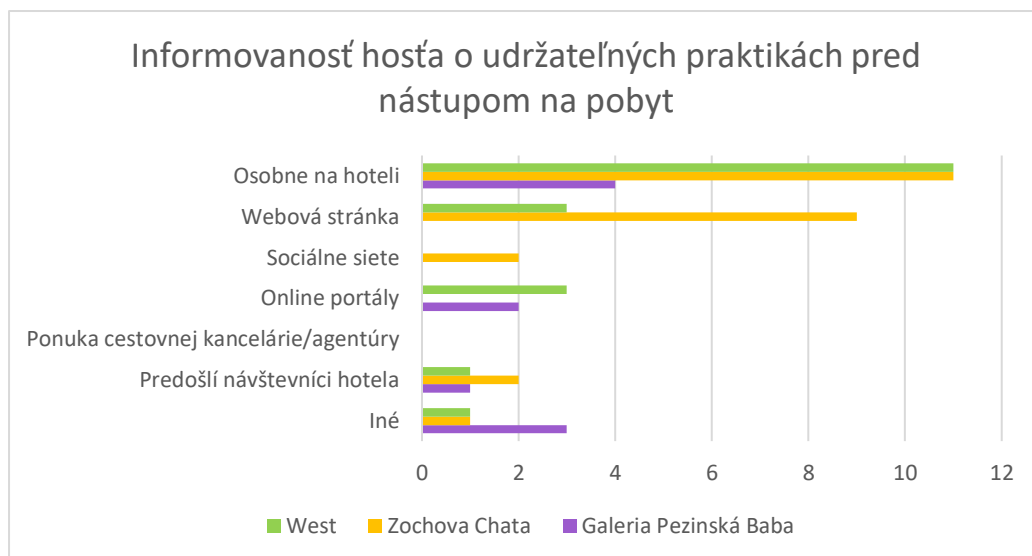
PRÍLOHA P VIII: VÝSTIŽNOSŤ UBYTOVACIEHO ZARIADENIA – CHKO MALÉ KARPATY



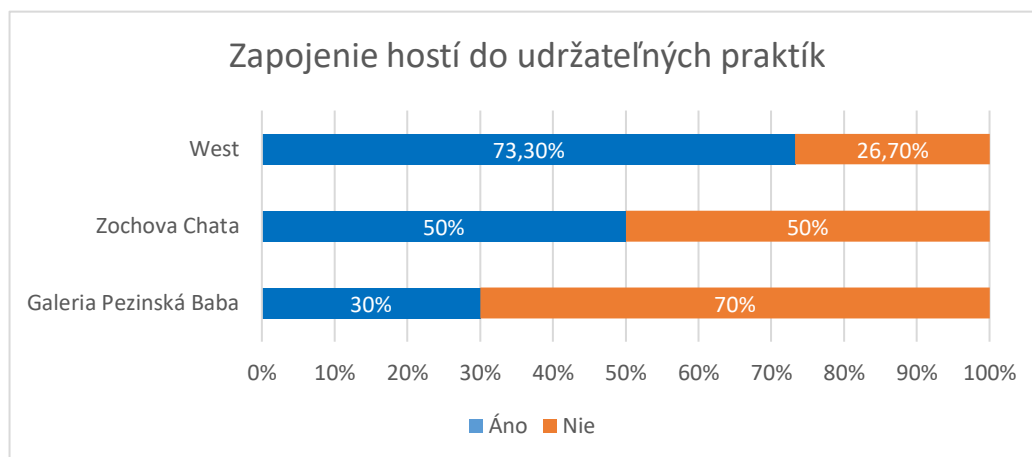
PRÍLOHA IX: HOTEL A TRVALO UDRŽATEĽNÝ ROZVOJ – CHKO MALÉ KARPATY



PRÍLOHA P X: INFORMOVANOSŤ HOSTA O UDRŽATEĽNÝCH PRAKTIKÁCH PRED NÁSTUPOM NA POBYT – CHKO MALÉ KARPATY



PRÍLOHA P XI: ZAPOJENIE HOSTÍ DO UDRŽATEĽNÝCH PRAKTÍK – CHKO MALÉ KARPATY



PRÍLOHA P XII: VPLYV SNAHY ZAVÁDZAŤ UDRŽATEĽNÉ PRAKTIKY NA HOSTÍ – CHKO MALÉ KARPATY

