

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH  
BUDĚJOVICÍCH**

**Ekonomická fakulta**  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

**Uplatnění environmentálních přístupů  
v obchodních podnicích**

Vedoucí diplomové práce  
Ing. Kamil Pícha, Ph.D.

Autor  
Bc. Ivana Svatková

2013

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2010/2011

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Ivana SVATKOVÁ**  
Osobní číslo: **E10967**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**  
Název tématu: **Uplatnění environmentálních přístupů v obchodních  
podnicích**  
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

### *Zásady pro vypracování:*

#### **Cíl práce:**

Cílem práce je zjistit úroveň a formu uplatňování prvků environmentálního managementu v obchodních podnicích.

#### **Metodický postup:**

1. Studium odborné literatury
2. Sběr a utřídění sekundárních dat
3. Provedení výzkumu a analýza získaných dat
4. Návrh opatření

**Rámcová osnova:** 1. Úvod. 2. Cíl práce a metodika. 3. Literární rešerše. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Závěr. 6. Seznam literatury. 7. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah pracovní zprávy: **60 - 80 stran**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

**Cimler, P., Zadražilová, D. *Retail management*. Praha: Management Press, 2007.**

**Veber, J. *Environmentální management*. Praha: Oecommnica, 2002.**

**Veber, J. *Management kvality a environmentu*. Praha: VŠE, 2004.**

**Systémy environmentálního managementu - specifikace s návodem pro její použití. Praha: Český normalizační institut, 1997.**

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Kamil Pícha, Ph.D.**  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datam zadání diplomové práce: **15. února 2011**

Termín odevzdání diplomové práce: **16. dubna 2012**

  
doc. Ing. Ludmila Balíková, Ph.D.  
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Sulcova 15 250 02  
370 05 České Budějovice

  
Ing. Kamil Pícha, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 3. března 2011

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Uplatnění environmentálních přístupů v obchodních podnicích vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu použité literatury.

Prohlašuji, že v souladu s §47 b zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění, souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb., zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích,

Bc. Ivana Svatková

---

## **Poděkování**

Děkuji zejména **Ing. Kamilu Píchovi, Ph.D.**, vedoucímu diplomové práce, za vedení, poskytnuté rady, trpělivost, připomínky a odbornou pomoc při zpracování této diplomové práce.

# Obsah

<b>1 Úvod .....</b>	<b>3</b>
<b>2 Cíl práce a metodika.....</b>	<b>4</b>
<b>3 Literární rešerše.....</b>	<b>6</b>
3.1 Vymezení základních pojmů .....	6
3.1.1 Životní prostředí .....	6
3.1.2 Udržitelný rozvoj .....	6
3.1.3 Environmentální politika .....	7
3.1.4 Environmentální management .....	9
3.2 EMS-System environmentálního managementu .....	9
3.2.1 Obecné přínosy aplikace EMS.....	10
3.2.2 Náklady aplikace EMS .....	10
3.2.3 Přínosy EMS pro podnik.....	11
3.2.3.1 Kvantifikovatelné přínosy.....	11
3.2.3.2 Obtížně kvantifikovatelné přínosy.....	11
3.2.3.3 Nekvantifikovatelné přínosy.....	11
3.2.4 Náklady EMS pro podnik .....	12
3.3 EMAS-Eco Management and Audit Scheme .....	14
3.3.1 Zavedení systému EMAS .....	14
3.3.2 Program EMAS zajišťují v ČR následující subjekty.....	16
3.3.3 Rada programu EMAS.....	16
3.3.4 Agentura EMAS .....	17
3.3.4.1 Český institut pro akreditaci .....	17
3.3.4.2 Česká inspekce životního prostředí .....	17
3.4 INEM .....	17
3.5 Obchod a životní prostředí.....	18
3.5.1 Vývoj environmentálního managementu v podnicích.....	18
3.5.2 Vliv podniku na životní prostředí .....	19
3.5.3 Vývoj přístupu podniku k ochraně životního prostředí .....	20
3.6 Zapojení obchodníků do ochrany životního prostředí .....	21
3.6.1 Environmentální značení .....	21

3.6.2 Odpadové hospodářství.....	25
3.6.2.1 Zpětný odběr výrobků.....	25
3.6.2.2 EKO-KOM.....	26
3.6.2.3 ISPOP.....	27
3.7 Dobrovolné environmentální aktivity-doporučené přístupy.....	28
<b>4 Analýza poznatků z vlastního zkoumání .....</b>	<b>29</b>
4.1 Analýza dotazníkového šetření.....	29
4.1.1 Charakteristika zkoumaného vzorku .....	29
4.1.2 Problematika ochrany životního prostředí.....	33
4.1.3 Testování hypotéz z dotazníkového šetření respondentů .....	41
4.2 Strukturované rozhovory ve zvolených obchodních podnicích.....	45
4.2.1 Kaufland.....	45
4.2.2 Jednota České Budějovice .....	48
4.2.3 Konica Minolta Business Solutions Czech, spol. s r.o. ....	49
4.2.4 Albert (AHOLD Czech Republic, a. s).....	50
4.2.5 Prodejna Trefa Olešník .....	52
<b>5 Shrnutí výsledků .....</b>	<b>56</b>
5.1 Shrnutí výsledků z dotazníkového šetření .....	56
5.2 Shrnutí výsledků zjištěných ve zvolených obchodních podnicích .....	58
<b>6 Návrhy a opatření .....</b>	<b>61</b>
<b>7 Závěr .....</b>	<b>65</b>
<b>8 Summary.....</b>	<b>69</b>
<b>9 Přehled použité literatury .....</b>	<b>72</b>
<b>10 Seznam obrázků, tabulek a grafů.....</b>	<b>75</b>
<b>11 Přílohy.....</b>	<b>77</b>

# 1 Úvod

Za tématem diplomové práce „Uplatnění environmentálních přístupů v obchodních podnicích“ byla snaha hlouběji poznat problematiku týkající se ochrany životního prostředí v obchodních podnicích z pohledu zákazníka i z pohledu obchodních podniků.

Jedná se o velmi významné a aktuální téma. Snižování ekologické zátěže je důležitou globální otázkou z důvodu trvale udržitelného rozvoje.

Zavedení systému environmentálního managementu v podnicích přispívá k ekonomickému růstu a prosperitě podniku. Toto zavedení dále snižuje negativní dopady činností podniku, služeb a výrobků na životní prostředí.

Význam ochrany životního prostředí je velmi rostoucí a podniky se tomuto sílícímu trendu musí přizpůsobovat. Kombinace podnikatelských aktivit podniků představuje značný vliv na životní prostředí.

Cílem práce bylo zjistit úroveň a formu uplatňování prvků environmentálního managementu v obchodních podnicích z pohledu zákazníka i z pohledu obchodních podniků.

Diplomová práce je rozdělena do dvou stěžejních částí. Skládá se z části teoretické a praktické.

Praktická část byla rozdělena do několika kapitol a subkapitol, aby došlo k naplnění cílů diplomové práce.

K úspěšnému naplnění cílů byly provedeny rozhovory s představiteli vybraných podniků a dotazníkové šetření mezi spotřebiteli.

Informační zdroje, které byly použity k vypracování diplomové práce, jsou odborná literatura a internet.



## 2 Cíl práce a metodika

Cílem práce je zjistit úroveň a formu uplatňování prvků environmentálního managementu v obchodních podnicích z pohledu vnímání zákazníka i z pohledu obchodních podniků.

Dílními cíli jsou identifikace přístupů šetrných k životnímu prostředí, opatření a návrhy týkající se životního prostředí pro obchodní podniky.

Dále byly stanoveny i pracovní hypotézy.

Hypotézy k dotazníkovému šetření:

H1 Neexistuje závislost mezi pohlavím a zájmem o ochranu životního prostředí.

H2 Neexistuje závislost mezi věkem a sledováním environmentálních aktivit obchodu.

Hypotézy k analýze ve vybraných podnicích:

H1 Obchodní podniky se zajímají o ochranu životního prostředí.

H2 Obchodní podniky nedostatečně informují své zákazníky o svých environmentálních aktivitách.

H3 Obchodní podniky mají povinnost dodržovat zákony týkající se odpadového hospodářství.

Diplomová práce je rozdělena do čtyř částí. V teoretické části jsou uvedeny jednotlivé definice a vymezeny pojmy týkající se environmentálních přístupů, environmentální politiky, environmentálních aktivit, dobrovolných nástrojů a životního prostředí. Podklady pro tuto část diplomové práce byly čerpány z dostupné odborné literatury, odborných textů a to jak v tištěné, tak i v elektronické podobě dostupné prostřednictvím internetu.

Praktická část je rozdělena do třech částí. První část tvoří analýza vlastního zkoumání, která se skládá z části analýzy dotazníkového šetření a analýzy řízených rozhovorů ve vybraných obchodních podnicích.

Další část se zabývá shrnutím zjištěných výsledků a poslední část předkládá návrhy a možná opatření pro zvolené podniky.

Podstatnými informačními zdroji pro diplomovou práci byly, vedle již zmíněných odborných knih a statí, vyplněné dotazníky a rozhovory s vedoucími představiteli zvolených obchodních podniků.

V diplomové práci byly použity tyto metody:

- analytické – analýza dotazníkového šetření a analýza environmentálních přístupů ve vybraných obchodních podnicích
- řízený rozhovor – rozhovory byly vykonány s vedoucími představiteli zvolených obchodních podniků

Použitím výše zmíněných metod byly získány potřebné a podstatné informace, které se staly přínosem pro praktickou část diplomové práce.

## **3 Literární rešerše**

### **3.1 Vymezení základních pojmů**

#### **3.1.1 Životní prostředí**

Dle KREUZE a VOJÁČKA je životní prostředí definováno mnoha způsoby, přičemž znění všech definic odráží okolnosti historické, kulturní a specifické pro formulování definice. [1]

Životní prostředí je definováno jako vše, co vytváří přirozené podmínky existence organismů včetně člověka a co je předpokladem jejich dalšího vývoje. Složkami životního prostředí jsou ovzduší, voda, horniny, půda, organismy, ekosystémy a energie. Většina definic a vymezení pojmu životního prostředí obsahuje méně či více termínů uvedených v této definici, některé jsou obecnější, jiné naopak v rozsahu výše uvedenou definici přesahují. [2]

Zajištění ochrany životního prostředí zahrnuje řadu rozhodnutí. Jak jsou rozhodnutí tvořena, záleží na tom, jestli je přijat technokratický<sup>1</sup> nebo konzultativní model. Konzultativní model byl přijat za vzor v USA a Kanadě a stále více převažuje v Japonsku a Evropě, tím odráží trend směřující ke svobodě informací. Celkový přístup řízení životního prostředí je „nesčetné množství individuálních a kolektivních rozhodnutí osob, skupin, organizací“. Dohromady tato rozhodnutí tvoří proces, který ve výsledku vede k řízení, nebo nezvládnutí přírodních zdrojů společnosti. [3]

#### **3.1.2 Udržitelný rozvoj**

Co je cílem udržitelného rozvoje? Jak ho dosáhnout? Na tyto otázky by měly odpovídat strategie udržitelného rozvoje. Jejich důležitou součástí jsou indikátory, které slouží nejen k hodnocení úspěšnosti strategií, ale i k definování obsahu pojmu udržitelný rozvoj.

Indikátory umožňují měřit a vyhodnocovat jednotlivé základní složky udržitelnosti – nosnou kapacitu přírody, vliv lidských aktivit na životní prostředí a kvalitu života

---

<sup>1</sup> Uvažuje o ISO normách jako o univerzálním prostředku pro řešení i etických dilemat.

a lidského společenství (tedy environmentální, ekonomický a sociální pilíř udržitelnosti).

Problémem je, že měření základních složek udržitelného rozvoje je velmi obtížné. To zpětně ztěžuje formulaci strategií udržitelnosti, které by měl být v první řadě realistické. Nejasnosti v základních otázkách činí problematickým i samo plánování udržitelného rozvoje. [4]

K základním příčinám obtížného měření a prioritizace udržitelného rozvoje patří:

- Nejasná vazba mezi environmentálním, ekonomickým a sociálním pilířem- v teoretické rovině platí, že tyto tři pilíře by měly být ve vzájemné rovnováze. V praxi se však dostávají do rozporu (ochrana přírody x výstavba dálnice).
  - Nedostatek dat o některých základních parametrech udržitelnosti-naše znalosti o vlivu lidských aktivit na komplexní přírodní systémy jsou stále velmi útržkovité. Nedostatek základních dat může znemožnit vytváření relevantních indikátorů.
  - Přebytek dílčích, specializovaných dat a informací-tento bod je s předchozím v rozporu jen zdánlivě. Informační revoluce uplynulého desetiletí vedla k devalvaci informací. Existuje ohromné a narůstající množství nejrůznějších expertiz, studií a dílčích dat, srozumitelných pouze úzkému okruhu specialistů.
- [4]

### **3.1.3 Environmentální politika**

Základním účelem politiky životního prostředí je poskytovat rámec a vodítko pro rozhodování a aktivity na mezinárodní, celostátní, krajské i místní úrovni, směřující k dosažení dalšího zlepšení kvality životního prostředí jako celku i stavu jeho složek a součástí. Politika životního prostředí se zaměřuje na uplatnění principů udržitelného rozvoje, na pokračování integrace hlediska životního prostředí do sektorových politik a na zvyšování ekonomické efektivity a sociální přijatelnosti environmentálních programů, projektů a činností. [5]

Environmentální politika je mnohem více diferencovaná, než tomu bylo dříve. Charakteristickým rysem rozšiřování portfolia přístupů k environmentální politice a jejím nástrojům je větší diversifikace, posun od převážně administrativního řízení k ekonomickým nástrojům (daně a poplatky za negativní externality) a tržním mechanismům (obchodovatelná práva). [6]

Tento posun odráží uvědomění si:

- komplexnosti aktivit spojených se snahou docílit definované kvality životního prostředí,
- skutečnosti, že nejsme schopni z vědeckého hlediska stanovit optimální úroveň této kvality, protože nedisponujeme potřebnými poznatky, a to ani ekologickými, ani společenskovedními,
- že asymetrie informací o podmínkách a dopadech realizace environmentálních politik z hlediska zainteresovaných subjektů neumožňuje optimalizovat tyto politiky z hlediska alokace zdrojů,
- efektivní integrace různých environmentálních politik navzájem i s jinými politikami (např. hospodářskou) je v podmínkách nejistoty týkající se dopadů komplexu těchto politik na společnost obtížná,
- že optimální úroveň kvality životního prostředí je subjektivní, tj. pro různé jedince a skupiny lidí je vzhledem k jejich hodnotám a sociálnímu postavení odlišná. [6]

Současná environmentální politika je mnohem diferencovanější, než tomu bylo ještě v osmdesátých letech minulého století. Vyplývá to z celkové změny nazírání na životní prostředí a jeho ochranu jako součást komplexu vztahů, jež lze usměrňovat jen jako celkově udržitelný rozvoj ve všech relevantních interakcích. [4]

O potřebě diferencovat nástroje environmentální politiky se ovšem hovořilo již delší dobu. Poukazovalo se zejména na to, že systém přímého administrativního řízení ochrany životního prostředí a hospodaření se zdroji státem již vyčerpal své možnosti. Z analýz vyplynulo, že uplatňování pouze administrativních nástrojů nestimulovalo

adresáty ekologických požadavků k hledání a nalézání způsobů, jež by vedly k dalšímu omezování znečištění a k hospodárnějšímu využívání přírodních zdrojů. [4]

### **3.1.4 Environmentální management**

Environmentální management představuje přístup k péči o životním prostředí, které integruje životní prostředí, politiky, plánování a sociální rozvoj. Zahrnuje:

- prevenci a řešení environmentálních problémů,
- stanovení limitů,
- zřízení a péči o instituce, které účinně podporují environmentální výzkum, řízení a monitorování,
- varování před ohrožením a identifikací příležitostí,
- udržení, a pokud možno zlepšení stávajících zdrojů,
- zlepšení kvality života,
- identifikace nových technologií nebo politik, které jsou užitečné. [3]

## **3.2 EMS-System environmentálního managementu**

System environmentálního managementu (EMS) podle požadavků mezinárodní normy ISO 14001 představuje vyznání životního stylu ve světě podnikání a jasnou deklaraci pro okolí o chování a přístupu organizace k životnímu prostředí. Certifikace EMS potvrzuje, že vlastníci, management a zaměstnanci podnikatelského subjektu nejenom vnímají odpovědnost k životnímu prostředí, ale jsou ochotni si nechat tuto odpovědnost potvrdit nezávislým auditem a veřejně ukázat, že stanovené zásady v chování a v přístupu k životnímu prostředí jsou součástí jejich podnikání. [7]

Certifikace podle ISO 14001 je v současné době již nezbytností v mnoha oblastech podnikání. Certifikáty jsou vyžadovány v obchodních vztazích, v rámci výběrových řízení nejen v dodavatelských řetězcích, ale i v soutěžích dle zákona o zadávání

veřejných zakázek. Plnění požadavků normy ISO 14001 je základem i pro některé další certifikace oborové/profesionální např. SUCO.<sup>2</sup> [7]

Snad nejzřetelnějšími stranami, které působí na přijetí postupů ochrany životního prostředí ve firmách, jsou různé vládní organizace. Také vlády hrají důležitou roli ve firemních rozhodnutích o přijetí ISO 14001. Předně, vlády mohou vystupovat jako donucovací síla a zasíláním jasných signálů, zvyšovat pověst firem, které přijaly ISO 14001. Za druhé, vláda může usnadnit přijetí regulace poskytnutím technické asistence potencionálním žadatelům a snížit tak hledání informací a nákladů spojených s přijetím standardu. [8]

Zavádění EMS podnikem je vždy motivováno očekáváním určitých přínosů pro firmu a zároveň s vědomím toho, že firma ponese určité náklady. [1]

### **3.2.1 Obecné přínosy aplikace EMS**

Základní obecné přínosy zavedení systému environmentálního managementu lze rozdělit na dvě skupiny:

- Kvantifikovatelné ekonomické (např. úspora nákladů) nebo ekologické výsledky (snížení spotřeby surovin).
- Obtížně kvantifikovatelné sociální (zlepšení image, vnitřní komunikace, vyšší ztotožnění se zaměstnanců s podnikem) nebo organizační výsledky (zlepšení dokumentace). [1]

### **3.2.2 Náklady aplikace EMS**

Náklady zavedení EMS zahrnují především:

- Spotřebu výrobních faktorů (personál, investice)
- Spotřebu služeb třetích subjektů

---

<sup>2</sup> SUCO – odborný podnik v nakládání s odpady

Dle určitých průzkumů prováděných v Německu, byly se zavedením normy ISO 14001 v průměrné firmě v devadesátých letech spojeny průměrně náklady ve výši 139 tis. Euro, kterým korespondovaly úspory ve výši 87 tis. Euro. [1]

### **3.2.3 Přínosy EMS pro podnik**

Rozlišujeme kvantifikovatelné, obtížně kvantifikovatelné a nekvantifikovatelné přínosy.

#### **3.2.3.1 Kvantifikovatelné přínosy**

V důsledku implementace EMS je možné je vysledovat zejména ve dvou oblastech.

- Přímý pokles nákladů (úspory vody, energií, odpadové hospodářství, recyklace)- podnik může sledovat prakticky bezprostředně po zavedení opatření realizovaných v průběhu procesu implementace EMS,
- Úspory v důsledku změny výrobků nebo výrobních postupů-podnik sleduje ve střednědobém a dlouhodobém časovém horizontu. Je však nutné rozsáhlé investiční plánování nebo vyžadují určité vyprofilování podniku.

#### **3.2.3.2 Obtížně kvantifikovatelné přínosy**

Podnik jich může dosahovat a nezdědka i dosahuje, patří například dosažení souladu s požadavky environmentální legislativy, omezení rizika vzniku závažných havárií a zlepšení vztahu s okolím podniku. [1]

#### **3.2.3.3 Nekvantifikovatelné přínosy**

- 1) Environmentální management zlepšuje vztahy s odpovědnými úřady – správní orgány budou kladně reagovat na výbornou environmentální výkonnost podniku a mohou v rámci kladné reakce ulevit proaktivnímu podniku z administrativní zátěže. Výkon environmentálního managementu může otevřít cestou žádostem podniku o veřejné dotace.
- 2) Environmentální management posiluje konkurenční schopnost podniku.
- 3) Environmentální management otevírá cestu k půjčkám a může snížit odvody pojistného.



- 4) Environmentální management zlepšuje zdraví osob, pracovníků, obyvatel obce a spotřebitelů.
- 5) Environmentální management zlepšuje vztahy s geograficky blízkým okolím podniku,
- 6) Environmentální management představuje modernizaci celého systému řízení-managementu.
- 7) Environmentální management může vést ke zvýšení kvality výrobků a služeb.
- 8) Environmentální management zlepšuje identifikaci zaměstnanců s podnikem.[1]

### **Příklady z praxe:**

KREUZ a VOJÁČEK [1] uvedli příklady z Velké Británie a Maďarska po zavedení EMS.

- Velká Británie-Rada města Kirkless zavedla EMS v 17 odděleních. Výsledkem je dosažení ročních úspor 180 tis. liber za energii spotřebovanou v budovách, což je pokles nákladů za energii o 5.2 %, úsporu 10 tis. liber v nákladech za hospodaření s odpady městského úřadu a úsporu nákladů ve velikosti zhruba 70 tis. liber za provoz automobilového parku úřadu.
- Maďarsko-Dunapack Paper and Packaging Materiál CO. – uvádí, že snížila spotřebu vody o 55 %, snížila měrnou spotřebu elektrické energie o 25 %, spotřebu tepelné energie o 28 %, zlepšila image společnosti a snížila poplatky za vypouštění znečišťujících látek.

### **3.2.4 Náklady EMS pro podnik**

Náklady můžeme rozčlenit náklady takto [1]:

- vysávání a udržování EMS (personální, investiční, poradenství),
- interní audit (personální náklady, náklady na poradenství),
- externí audit (náklady na auditora),
- validace/certifikace (náklady na certifikaci, práce s veřejností).

V rámci zavádění environmentálního managementu musí vedení organizace zajistit tyto základní činnosti:

- určit a posoudit environmentální dopady, které vznikají v důsledku existujících nebo navržených provozních činností organizace, výrobků a služeb,
- posoudit environmentální dopady, možnost vzniku havarijních situací a situací havarijního ražení,
- určit požadavky právních předpisů, které se týkají provozní činnosti, výrobků, služeb a organizace,
- formulovat a vyhlásit environmentální politiku,
- stanovit priority a environmentální cíle,
- plánovat, měřit, monitorovat a kontrolovat činnosti tak, aby byl zajištěn jejich soulad s politikou životního prostředí organizace,
- přizpůsobit se měnícím se podnikatelským, technologickým, sociálním a environmentálním podmínkám,
- zpracovat funkční dokumentace environmentálního managementu,
- provést interní audit environmentálního managementu,
- přezkoumat vedení zavedeného environmentálního managementu a rozhodnout o následné validaci.

### 3.3 EMAS-Eco Management and Audit Scheme

Obrázek 1: EMAS



Zdroj: [9]

EMAS je jedním z dobrovolných nástrojů ochrany životního prostředí, tzn., že pozitivně motivuje organizace k odpovědnému přístupu a ke zlepšování environmentální výkonnosti nad rámec legislativních požadavků. Byl zřízen Evropskou unií, za účelem zjišťování a sledování vlivu činností organizací na životní prostředí a zveřejňování informací formou jednotlivých environmentálních prohlášení (prohlášení k životnímu prostředí). [9]

#### 3.3.1 Zavedení systému EMAS

Pro zavedení EMAS neexistuje žádná standardní metodika. Celý proces závisí na mnoha faktorech, jako je velikost, oblast činnosti, výrobky či služby, ale i celková úroveň řízení organizace. EMAS je systémem, který vyžaduje neustálé zlepšování (je to i jedna z podmínek nařízení), proto není možné systém pouze zavést a dále ho nerozvíjet. EMAS vyžaduje identifikaci, vyhodnocování a úpravu environmentálních aspektů, jejichž svědomité řízení vede k neustálému snižování vlivu činností organizace na životní prostředí. Získáním registrace v programu EMAS práce nekončí – právě naopak. [10]

Základní princip pro zavádění systému environmentálního managementu dle EMAS vychází z normy ISO 9001. Jedná se o Demingův model, který se skládá ze čtyř základních kroků:

- **Plan** – vše pečlivě promysli a naplánuj.
- **Do** – zaveď systém a sleduj jeho fungování.
- **Check** – vyhodnoť dopady pro zákazníky a pro organizaci.
- **Act** – zajisti stabilizaci a pokračuj v neustálém zlepšování. [10]

**Obrázek 2: Demingův model**



Zdroj: [10]

Program EMAS byl v České republice ustanoven na Usnesení vlády České republiky č. 466/1998 o schválení Národního programu zavedení systému řízení podniku a auditu z hlediska ochrany životního prostředí.

**Na základě tohoto usnesení byly:**

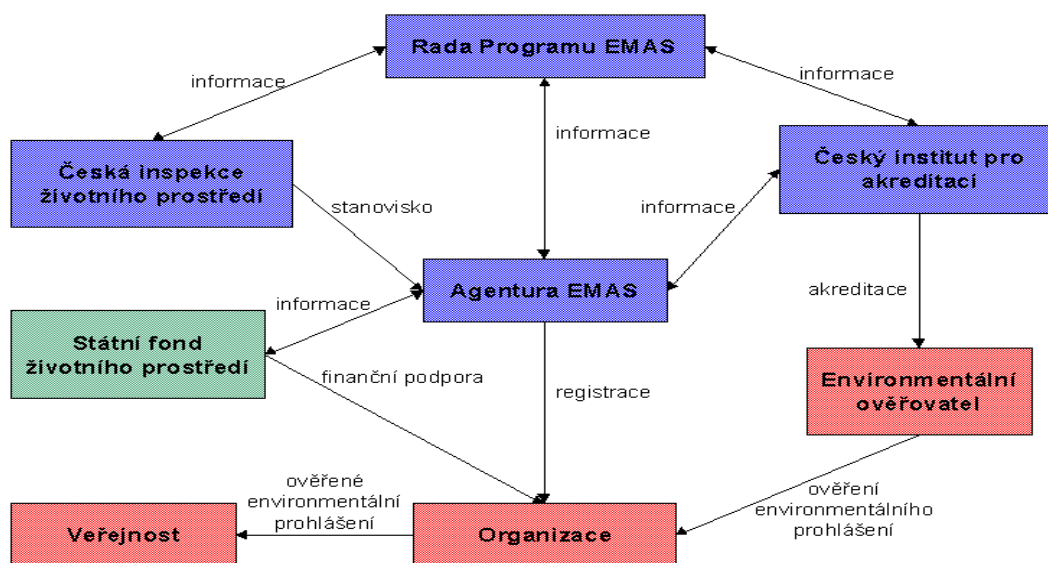
- zřízeny Rada Programu EMAS a Agentura EMAS, jakožto odpovědné orgány Programu EMAS v ČR;
- vydány „Národní program zavedení systému řízení podniku a auditu z hlediska ochrany životního prostředí“ (Národní program EMAS) a „Pravidla k zavedení systému řízení podniku a auditu z hlediska ochrany životního prostředí“ (Pravidla zavedení EMAS);
- zřízen akreditační orgán Programu EMAS;
- vydány metodické pokyny pro akreditaci environmentálních ověřovatelů. [11]

### 3.3.2 Program EMAS zajišťují v ČR následující subjekty

- Rada Programu EMAS
- Agentura EMAS
- Český institut pro akreditaci
- Česká inspekce životního prostředí

Jejich postavení zobrazuje následující diagram [11]

Obrázek 3: Diagram EMAS



### 3.3.3 Rada programu EMAS

Rada Programu EMAS je stálý koncepční, řídicí a kontrolní orgán Programu EMAS v ČR, pracující v souladu s činností obdobných orgánů v jednotlivých členských zemích EU dle Nařízení.

Předsedou Rady je ministr životního prostředí, resp. náměstek ministra životního prostředí a místopředsedou ministr průmyslu a obchodu, resp. náměstek ministra průmyslu a obchodu s tím, že statut a jednací řád stanoví prováděcí předpis. [12]

### **3.3.4 Agentura EMAS**

Agentura EMAS zabezpečuje manažerské a odborné činnosti spojené s Programem EMAS v ČR, tzn., zabezpečuje zejména registraci organizací v Programu EMAS, vede a zveřejňuje seznamy organizací, které byly zaregistrovány v Programu EMAS, vede a zveřejňuje seznamy akreditovaných environmentálních ověřovatelů a zabezpečuje také administrativní a organizační činnost Rady. Agentura je v kontaktu se všemi příslušnými subjekty a správními úřady pro Program EMAS v ČR i zahraničí. [12]

#### **3.3.4.1 Český institut pro akreditaci**

- je obecně prospěšnou společností. Vykonává funkci akreditačního orgánu pro akreditaci environmentálních ověřovatelů a dohled nad nimi. [12]

#### **3.3.4.2 Česká inspekce životního prostředí**

Vykonává funkci poradního a konzultačního orgánu. [12]

### **3.4 INEM**

INEM<sup>3</sup> je světová federace neziskových vnitrostátních sdružení pro správu životního prostředí, která byla založena v roce 1991. Má celkem 30 členských asociací, její centra najdeme v 25 zemích. Organizace se nacházejí např. v Rakousku, Brazílii, České Republice, Řecku, Estonsku, Malajsii, Tanzanii.

Cílem sdružení je podpora:

- ochrany životního prostředí-zejména vody, půdy, ovzduší, ochrany zvířat,
- ochrany lidského zdraví,
- vědy a vědeckého výzkumu, zejména v oblasti ochrany životního prostředí.

INEM podporuje a rozšiřuje environmentální management prostřednictvím zřízení národních podnikatelských asociací po celém světě a pořádá mezinárodní spolupráce mezi členskými sdruženími. INEM realizuje projekty, konference, workshopy a rozvíjí a rozšiřuje provádění pomoci pro praxi (např. Blueprint for Green řízení, Eco-

---

<sup>3</sup> mezinárodní síť environmentálního managementu

mapování, EMAS sadu nástrojů pro malé a střední podniky, INEM Sustainability Reporting Guide). [13]

### **3.5 Obchod a životní prostředí**

Problematiku vztahu životního prostředí a obchodu v současnosti nelze považovat za novou. Důležitou roli hraje Výbor pro obchod a životní prostředí (Committee on Trade and Environment, CTE) – orgán Světové obchodní organizace, jehož primárním úkolem je řešit otázky vzájemných vztahů obchodních a environmentálních opatření za účelem podpory udržitelného rozvoje.

Koncem 90. let minulého století se problematika obchodu a životních prostředí stala jedním z nových témat.

Počáteční pozice České republiky k problematice životního prostředí a obchodu byla formulována v roce 1999. Česká republika byla zaměřena pouze na vybrané aspekty, které se týkaly problematiky obchodu a životního prostředí.

Česká republika, stejně tak jako EU, považovala koordinovaný přístup k udržitelnému rozvoji za klíč k úspěšné politice, jak v oblasti obchodu, tak životního prostředí.

Doporučovala proto zařazení problematiky obchodu a životního prostředí do programu dalšího kola mnohostranných obchodních jednání WTO, a to na základě jednání konsensu, nikoliv používáním jednostranných nebo dokonce diskriminačních opatření a protekcionismu.[14]

#### **3.5.1 Vývoj environmentálního managementu v podnicích**

Na zpřísnující se legislativní předpisy v oblasti ochrany životního prostředí zhruba od konce 70. let reagovaly podniky nejprve jednotlivými dodatečnými opatřeními na ochranu životního prostředí na operativní úrovni. Převážně s pomocí koncových technologií (filtrů, odlučovačů, recyklací) se pokoušely znečištění životního prostředí omezit. Šlo tedy převážně o omezování množství zbytkových látek a emisí.

Environmentální požadavky byly postupně zahrnuty i do oblastí personalistiky, organizaci podniku a také činnosti controllingu prováděné vrcholovým managementem.

Na operativní úrovni je tedy možné konstatovat ve vývoji environmentálního managementu zřetelný posun od následného či doplňkového zavádění k integrovanému přístupu.

V 90. letech šel environmentální management ještě o krok dál, a to tím, že ochrana životního prostředí (resp. minimalizace vlivu na životní prostředí) se stala jedním z cílů, o které podniky začaly při své činnosti usilovat.

Na operativní, strategické a normativní úrovni existují rozdílné požadavky na prosazení environmentálně orientovaného řízení podniku. Aby mohl podnik tyto rozdílné požadavky lépe uchopit, začaly vznikat v 90. letech systémy environmentálního managementu na bázi mezinárodních platných norem (ISO 14001, EMAS). Jejich předchůdcem byl v jistém smyslu například systém BS 7750.<sup>4</sup>

Z výše uvedeného vyplývá, že pojem environmentální management implikuje celistvé, aktivní až proaktivní chování podniku. [1]

### **3.5.2 Vliv podniku na životní prostředí**

Z hlediska životního prostředí je zřejmé, že každý podnik ovlivňuje svou existencí životní prostředí, a to jak prostředí, jež je uvnitř podniku (prostředí pracovní), tak i prostředí, které je vně podniku, prostředí vnější. Pracovní prostředí má vliv především na zaměstnance podniku, kdežto vnější prostředí ovlivňuje celou společnost. Z této skutečnosti vyplývají některé rozdíly při hodnocení vlivu procesů podniku na životní prostředí. [15]

Vliv podniku na životní prostředí z hlediska environmentální politiky se však mění. Lze pozorovat, že v průběhu svého vývoje zahrnuje environmentální politika do své sféry, stále větší rozsah procesů, za něž činí podnik odpovědným.

První environmentální politika se zaměřovala pouze na výrobní procesy a snažila se kontrolovat a řídit odpadní toky, tj. emise do ovzduší, odpadní vody a tuhé odpady. Preventivně zaměřená environmentální politika založená na strategii čistší produkce se

---

<sup>4</sup>BS 7750 je specifikace pro systém environmentálního managementu. Tento systém se používá k popisu systému environmentálního managementu společnosti, hodnotí výkony, definuje politiky, postupy, cíle a úkoly a poskytuje katalyzátor pro kontinuální zlepšování.



snažila odstranit i jejich příčiny. Výrobně orientovaná environmentální politika rozšířila svůj vliv o celý životní cyklus vyráběného produktu a učinila podnik zodpovědným za výběr surovin, chování výrobku ve spotřební sféře a také způsoby likvidace výrobku. Oficiálně je už tento rozsah zdůrazněn v normě ČSN EN ISO 14001, podle níž je vliv podniku na životní prostředí dán jeho environmentálními aspekty, které norma definuje jako všechny prvky jeho činnosti, výrobků a služeb, jimiž může ovlivňovat životní prostředí a vyvolávat v něm nějaké dopady. [15]

### 3.5.3 Vývoj přístupu podniku k ochraně životního prostředí

Přístup podniku k ochraně životního prostředí a z toho vyplývající environmentální strategie podniku, jsou vždy výsledkem působení mnoha faktorů. Nejvíce jsou ovlivňovány vnějšími faktory, v první řadě státní environmentální politikou, její strategií a sortimentem používaných nástrojů. Velký vliv má úroveň environmentálního povědomí společnosti a zájmových skupin. [15]

Podle REMTOVÉ rozeznáváme tři typy přístupu podniku k ochraně životního prostředí. [15]

- **přístup pasivní** – vyznačuje se absencí jakéhokoliv akceptování nových trendů v ochraně životního prostředí a své aktivity v ochraně životního prostředí podnik omezuje na dosahování souladu s legislativními předpisy,
- **přístup aktivní** – podniky tento přístup začaly akceptovat po zjištění, že preventivní opatření jsou v podstatě ekonomická, často dokonce i s velkou návratností. Největší vliv na vznik aktivního přístupu mělo rozšiřování strategie čistší produkce, jejíž aplikace prokazatelně vedla k finančním úsporám. Bylo však zapotřebí podnik s metodou seznámit a přesvědčit jej o jejích výhodách, nejlépe realizací pilotního projektu,
- **proaktivní přístup** – v souladu s obecným rozvojem environmentální politiky, se zvětšuje množství prostředků, kterých lze využít k ochraně životního prostředí a objevují se nové strategie a nástroje na dosažení vytýčených cílů. Také dochází ke zvětšování se rozsahu aktivit podniku, za něž je podnik z environmentálního hlediska činěn odpovědným. Podniky s proaktivním

přístupem nejen, že většinou rychle akceptují nové trendy a zkouší nové prosazované nástroje, ale velice často samy přijdou s novými nápady a iniciativami, které jako první rozvíjejí a budují si tak pověst progresivních podniků, chránících životní prostředí v zájmu společnosti, čímž na druhé straně získávají opět mnohé výhody. Proaktivní přístup je často označován jako win-win strategie, neboť podnik dosahuje dvojích vítězství: na poli životního prostředí a na poli ekonomickém.

### **3.6 Zapojení obchodníků do ochrany životního prostředí**

#### **3.6.1 Environmentální značení**

Environmentální značení je celosvětově uplatňovaným konceptem založeným na mezinárodních normách (řady ISO 14020), jež patří mezi dobrovolné informační nástroje. Jeho základem je vyhodnocení vlastností produktů (výrobků nebo služeb) a jejich vliv na životní prostředí.

V podstatě se jedná o označování produktů různými značkami v některých případech doplněnými o stručnou informaci o vlastnostech produktu. Celkovým cílem environmentálních značek a prohlášení je povzbudit poptávku a nabídku takových produktů, které způsobují menší tlak na životní prostředí, a to prostřednictvím sdělování ověřitelných, přesných a nezávadějících informací o environmentálních aspektech produktů, a tím stimulovat potenciál pro neustálé, trhem řízené environmentální zlepšování. [16]

Existují tři standardizované (normované) typy environmentálního značení a prohlášení:

1. Typ I. Ekoznačení nebo-li eco-labeling – nástroj, který je založen na označování výrobků, služeb, které mají negativní dopady nižší na životní prostředí než výrobky, kterou jsou s nimi srovnatelné, tzn., že jsou zaměnitelné ve fázi užívání. Označeny mohou být pouze výrobky, které splní předem stanovená environmentální kritéria v rámci definované výrobní kategorie, a které jsou ověřeny nezávisle třetí stranou.[16]

Národní program označování ekologicky šetrných výrobků a služeb se řídí ustanoveními technické normy ČSN ISO 14024 Environmentální značky a prohlášení – Environmentální značení typu I. Ekoznačka Ekologicky šetrný výrobek/služba je proto uznávaným dokladem o kvalitách výrobků a služeb i v zahraničí, ačkoli se vztahuje jen na produkty nabízené na trhu České republiky. [17]

**Obrázek 4: Ekologicky šetrný výrobek**



Zdroj: [17]

Vedle Národního programu EŠV je v České republice souběžně realizován též program ekoznačení Evropské unie „The Flower“ (Květina). [18]

**Obrázek 5: „The Flower“**



Zdroj: [18]

2. Environmentální tvrzení (typ II.) – je definováno jako „prohlášení, značka nebo obrazec poukazující na environmentální aspekt výrobku, součástky nebo obalu.“ (např. biologicky degradovatelný, recyklovatelný, apod.). Je vydáno výrobcem, bez ověření či certifikace třetí stranou, avšak musí být veřejně ověřitelné (tzv. ověření druhou stranou), a to na základě informací zpřístupněných vyhledávatelem. [16]
3. Environmentální prohlášení o produktu (EPD – Environmental Product Declaration) (typ III.) – poskytuje kvantitativní informace o vlivu daného

produktu na životní prostředí, a to v celém jeho životním cyklu – tzn. od těžby surovin až po jeho odstranění či recyklaci. Základem je tedy uplatnění metody hodnocení životního cyklu (LCA). [16]

### **Metoda LCA**

Metoda hodnocení životního cyklu představuje porovnávání environmentálních dopadů produktů, hmatatelných výrobků či služeb, s ohledem na celý jejich životní cyklus, tzv. od kolébky do hrobu. Uvažovány jsou emise do všech složek životního prostředí během výroby, užívání i odstraňování produktu. Zahrnovány jsou rovněž přídatky procesů získávání surovin, výroby materiálů a energie, pomocných procesů, či subprocesů. [19]

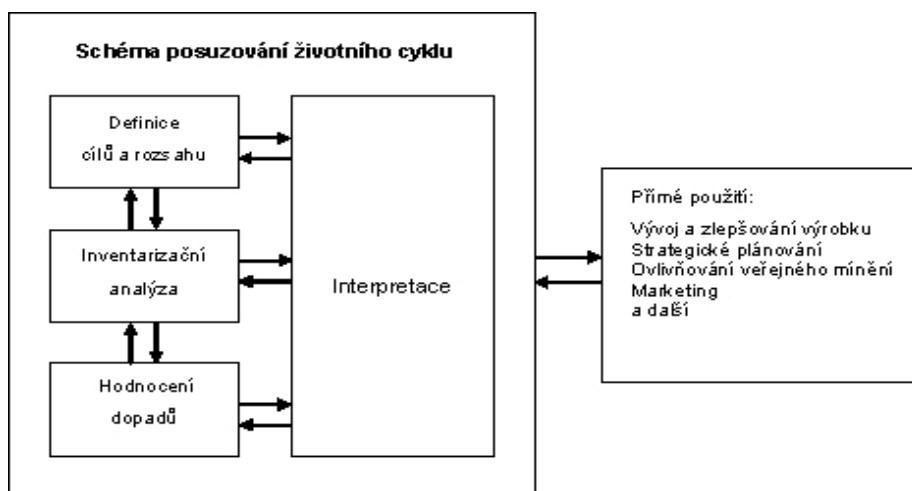
Aplikace metody LCA je velmi složitou a drahou záležitostí, provádění analýz životního cyklu jednotlivými výrobci, by bylo velmi neefektivní záležitostí. Z toho důvodu navrhuje Evropská Komise, aby potřebné informace o životním cyklu výrobků byly shromažďovány v Soupisech životních cyklů a interpretovány v Analýzách životních cyklů, popřípadě aby byly sestaveny nové potřebné databáze.

Metodika LCA se skládá ze 4 hlavních fází:

1. definice cílů a rozsahu,
2. inventarizační analýza,
3. hodnocení dopadů,
4. interpretace životního cyklu.[15]

Schéma posuzování životního cyklu podle normy ČSN EN ISO 14040 [19]

Obrázek 6: Schéma životního cyklu



Zdroj: [19]

Add 1: Definice cílů a rozsahu slouží k definování, jak velká část životního cyklu produktu bude zahrnuta do hodnocení a k čemu bude hodnocení sloužit. Jsou zde popsána kritéria sloužící k porovnávání systémů a zvolený časový horizont.

Add 2: Součástí inventarizace je popis materiálových a energetických toků v rámci produktového systému a především jeho interakce s okolím, spotřebované suroviny a emise do prostředí. Jsou zde popsány všechny významné procesy a vedlejší toky energie a materiálů.

Add 3: Podklady zjištěné z inventarizace slouží k hodnocení dopadů. Jsou zde vypočítávány výsledky indikátorů všech dopadových kategorií, vzájemně je zhodnocena významnost každé dopadové kategorie normalizací, případně i vážením. Výsledkem hodnocení dopadů bývá tabelární souhrn všech dopadů.

Add 4: Interpretace životního cyklu zahrnuje kritické přezkoumání, zjištění citlivosti dat a prezentaci výsledků.

### 3.6.2 Odpadové hospodářství

Je mladou, avšak dynamicky se rozvíjející oblastí národního hospodářství. Průmyslově a ekonomicky vyspělé země se začaly odpadovým hospodářstvím intenzivně zabývat teprve v posledních 20 – 30 letech, v České republice vznikl první zákon o odpadech až v roce 1991. Před rokem 1991 nebylo nakládání s odpady v ČR na legislativní úrovni nijak kontrolováno ani řízeno a s výjimkou tzv. druhotných surovin<sup>5</sup> nebylo ošetřeno žádným složkovým předpisem.

V České republice odpady řeší zákon 185/2001 Sb., kterým se řídí již 12 let. Zákon byl mnohokrát novelizován, a to zejména v rámci transpozice<sup>6</sup> nejrůznějších směrnic EU. Norma, která u nás implementuje celou skupinu vzájemně na sobě nezávislých směrnic, se tak postupem času stala normou velmi nepřehlednou. [20]

**Zákon 185/2001 Sb. § 39** – Původci odpadů a oprávněné osoby, které nakládají s odpady, jsou povinni vést průběžnou evidenci o odpadech a způsobech nakládání s odpady. Evidence se vede za každou samostatnou provozovnu a za každý druh odpadu samostatně. Způsob vedení evidence pro jednotlivé druhy odpadů stanoví prováděcí právní předpis.

Původci odpadů jsou povinni v případě, že produkuje nebo nakládají s více než 100 kg nebezpečných odpadů za kalendářní rok nebo s více než 100 tunami ostatních odpadů za kalendářní rok, nebo v daném kalendářním roce produkuje nebo nakládají s odpady stanovenými prováděcím právním předpisem bez ohledu na množství těchto odpadů, zasílat každoročně do 15. února následujícího roku pravdivé a úplné hlášení o druzích, množství odpadů a způsobech nakládání s nimi obecnímu úřadu obce s rozšířenou působností příslušnému podle místa provozovny. [29]

#### 3.6.2.1 Zpětný odběr výrobků

Vychází z individuální odpovědnosti výrobce zajistit nakládání s výrobky po skončení jejich doby životnosti. Smyslem zpětného odběru výrobků je motivovat výrobce

---

<sup>5</sup> Druhotná surovina není v legislativě odpadového hospodářství vymezena. Druhotnou surovinou se rozumí materiály, které se využívají ve výrobním procesu a jsou určeny k materiálové recyklaci, bez jakékoliv úpravy či zpracování.

<sup>6</sup> Transpozice – přenos, převod.

k produkování výrobků s co nejnižším obsahem nebezpečných látek, aby jejich následné využití po uplynutí doby životnosti bylo co nejlevnější a také nejjednodušší.

Při plnění cílů stanovených pro zpětný odběr výrobků po skončení jejich životnosti, hrají také roli koneční spotřebitelé. Musí být informováni, kam takové výrobky umístit, aby nedávali výrobky do směsného<sup>7</sup> komunálního odpadu.

Za celý životní cyklus výrobku včetně zajištění zpětného odběru výrobků je stanovena odpovědnost, která je v souladu s evropskou legislativou. Odpovědnost musí dodržovat všechny osoby, které v České republice uvádějí na trh obaly, baterie a akumulátory, minerální oleje, atd. [21]

### **3.6.2.2 EKO-KOM**

Je nezisková akciová společnost, která vytvořila a efektivně provozuje celorepublikový systém, který zajišťuje třídění, recyklaci a využití obalového odpadu na kvalitní evropské úrovni.

---

<sup>7</sup> Odpad, který nám zbude po vytřídění využitelných, nebezpečných, objemných opadů a výrobků podléhajících zpětnému odběru.

**Obrázek 7: Schéma EKO-KOM**



Zdroj: [22]

Společnost EKO-KOM dlouhodobě dosahuje požadované míry recyklace, aby mohla splnit za své klienty povinnosti zpětného odběru a využití obalových odpadů ve standardech vyžadovaných zákonem. [22]

### 3.6.2.3 ISPOP

Je integrovaný systém plnění ohlašovacích povinností (dále jen „ISPOP“), který umožňuje příjem vybraných hlášení z oblasti životního prostředí.

ISPOP je řízen zákonem 25/2008 Sb., o integrovaném registru znečišťování životního prostředí.

Legislativa z oblasti životního prostředí ukládá ekonomickým subjektům povinnost hlásit státní nebo veřejné správě informace o vlivu jejich ekonomické činnosti na životní prostředí. Účelem hlášení je získat informace potřebné pro výkony státní správy v oblasti životního prostředí, jejímž primárním cílem je ochrana a zlepšování kvality životního prostředí. [23]



### **3.7 Dobrovolné environmentální aktivity-doporučené přístupy**

Jedním z nejnovějších doporučených přístupů je společenská odpovědnost firem – CSR (corporate social responsibility), tento přístup zahrnuje velmi široký soubor činností.

Integruje v sobě hlediska environmentální, sociální i ekonomická, aktivity podniku v místě působnosti apod. Charakter, způsob vlastního provádění a pořadí realizace jednotlivých činností je obtížné stanovit jednotně tak, aby pro každý podnik představovaly nejefektivnější a nejúčinnější řešení. Podnik si proto zatím musí volit svůj vlastní způsob, jak tuto společenskou odpovědnost realizovat.

Není však vyloučeno, že pro podniky vznikne určité jednotné schéma základního postupu.

V některých případech, jako je například doporučený přístup „nahrazovat výrobek službou“ („product-service system“, kam se řadí i tzv. „outsourcing“, tj. využívání vnějších zdrojů) je jedním z hlavních důvodů obtížnosti formalizace ta skutečnost, že dosažení žádaného výsledku (tj. snížení negativního dopadu na životní prostředí) nezávisí jen na postupu, ale také na mnoha jiných okolnostech včetně chování a postoji dotčených zájmových skupin a s nimi souvisejících ekonomických zájmů.

Často uváděným příkladem náhrady výrobku službou je náhrada vnitřní pošty poštou elektronickou. Ale na druhou stranu, když si příjemce zprávy každou zprávu vytiskne, tak také k úspoře papíru nedojde. [24]

## **4 Analýza poznatků z vlastního zkoumání**

### **4.1 Analýza dotazníkového šetření**

Získaná data dotazníkového šetření vychází z 200 vyplněných dotazníků. Dotazník se skládal ze sedmnácti otázek, kde patnáct otázek bylo uzavřených, a dvě otázky byly otevřené. Dotazníkové šetření probíhalo s přestávkami čtvrt roku, kdy průzkum byl realizován spíše v pozdních odpoledních hodinách. Dotazník byl také k dispozici tři týdny na internetovém portálu vyplnto.cz, kde respondenti mohli též dotazník vyplnit. Přes tento portál vyplnilo dotazník 111 respondentů, z toho 50 dotázaných bylo účelově osloveno a všichni odpověděli. Účelově osloveni byli kolegové z práce a spolužáci. 89 respondentů bylo náhodně osloveno u hypermarketu Globus v Českých Budějovicích. Z celkového počtu (n=200) bylo účelově osloveno 7 respondentů – Městský úřad Týn nad Vltavou – 3 představitelé odboru životního prostředí, 2 obchodní zástupci koupelnového studia a 2 soukromí podnikatelé.

Ke zpracování dat z dotazníkového šetření byly použity programy Statistica, Microsoft Word a Microsoft Excel, do kterého byla převedena data z dotazníkového šetření a následně nakódována.

Výsledky jsou zformulovány do grafů, kde se u každého grafu nachází stručné zhodnocení.

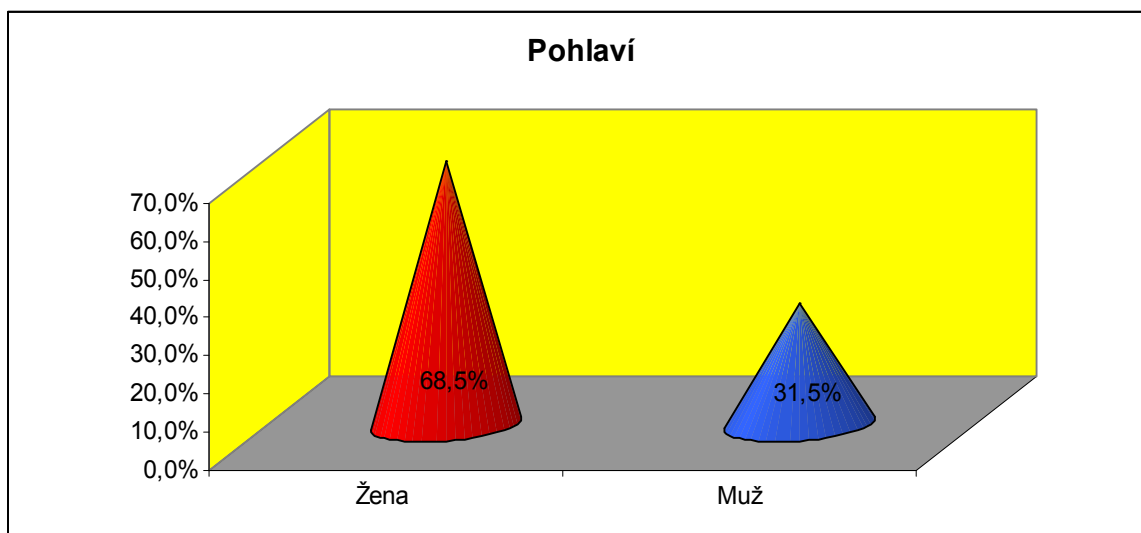
#### **4.1.1 Charakteristika zkoumaného vzorku**

Z dotazníkového šetření je zřejmé, že z celkového počtu 200 dotázaných respondentů bylo 68,5 % žen a 31,5 % mužů. Ze 111 dotázaných respondentů přes internetový portál bylo

85 žen (76,6 %) a 26 mužů (23,4 %).

Náhodně oslovených (n=89) před hypermarketem Globus bylo 52 žen (58,4 %) a 37 mužů (42,6 %). Jelikož ženy se zde pohybovaly ve větší míře než muži, je v osloveném vzorku menší procentní zastoupení mužů.

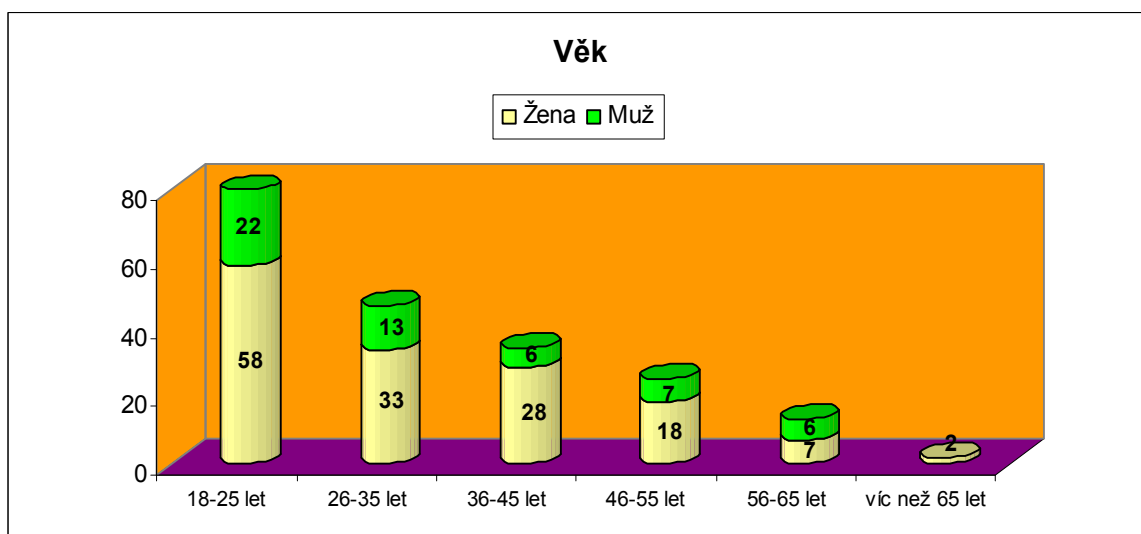
**Graf 1: Pohlaví respondentů (n=200)**



Zdroj: Vlastní výzkum

Z grafu 2 je patrné, že nejvíce respondentů bylo v rozmezí 18–25 let. Celkem je tato kategorie zastoupena 80 respondenty, kde bylo osloveno 58 žen a 22 mužů. Druhé největší zastoupení mají respondenti ve věku 26–35 let. Nejméně ochotni byli respondenti ve věku nad 65 let, dotazovaní odpovídali, že této problematice nerozumí, proto je tato kategorie zastoupena v celkovém počtu nejméně.

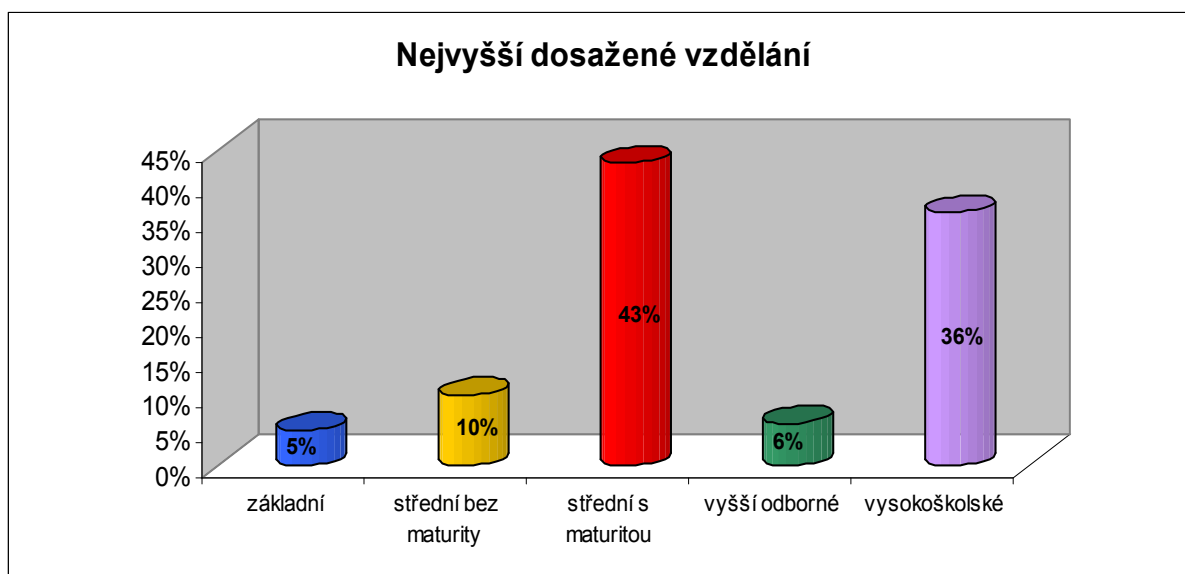
**Graf 2: Věk respondentů v závislosti na pohlaví (n=200)**



Zdroj: Vlastní výzkum

Z grafu 3 je zřejmé, že nejvíce oslovených respondentů má středoškolské vzdělání, zakončené maturitní zkouškou. Celkem tuto skupinu tvoří 43 % všech dotazovaných. Na druhém místě se umístili oslovení s vysokoškolským vzděláním a to 36 %. 10 % dotázaných uvedlo středoškolské vzdělání bez maturity, 6 % vyšší odborné vzdělání a nejméně zastoupení jsou respondenti se základním vzděláním.

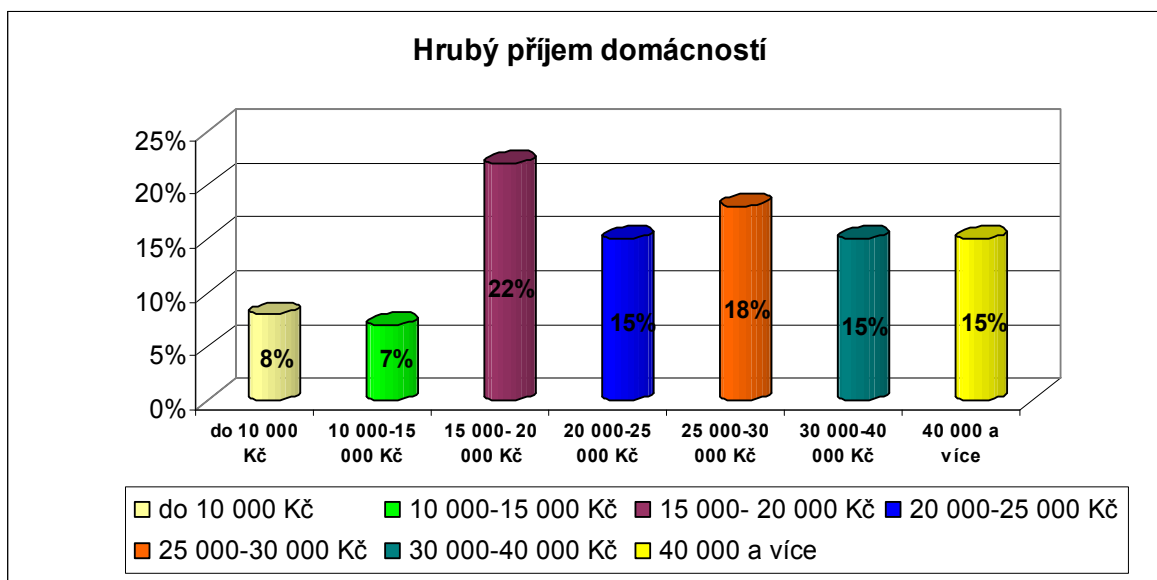
**Graf 3: Nejvyšší dosažené vzdělání (n=200)**



Zdroj: Vlastní výzkum

Z grafu 4 vyplývá, že nejčastější hrubý příjem domácností tvoří kategorie 15-20 000 Kč, zastoupená 22 %. Další skupinu odpovědí respondentů tvoří kategorie v rozpětí 25-30 000 Kč. Tuto možnost zvolilo 18 % dotazovaných. 15 % oslovených uvedlo 20-25 000 Kč, stejně tak kategorii 30-40 000 Kč a 40 000 Kč a více. Nejméně byly zastoupeny možnosti příjmu do 10 000 Kč a 10-15 000 Kč.

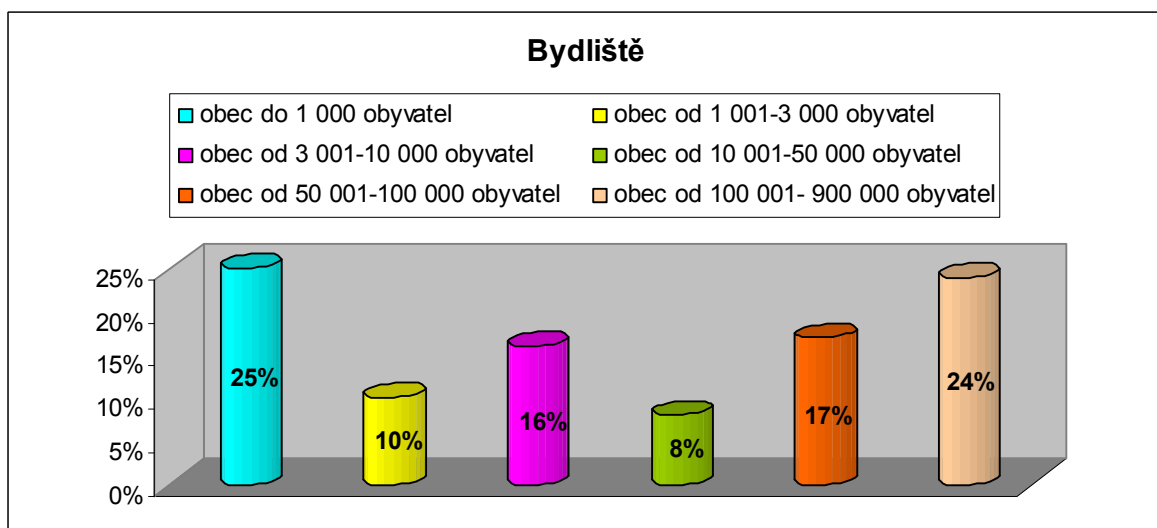
**Graf 4: Hrubý příjem domácností (n=200)**



Zdroj: Vlastní výzkum

Nejvíce respondentů uvedlo jako své bydliště obec do 1 000 obyvatel, a to 25 %, z toho vyplývá, že nejvíce oslovených za nákupy dojíždí pravděpodobně z přilehlých obcí Českobudějovicka. Druhé místo zaujímá obec od 100 001 obyvatel. 17 % zaujímá obec od 50 001 obyvatel, dále je to se 16 % obec od 3 001 obyvatel. Na posledním místě se umístily obce 10 001-50 000 obyvatel a obce od 1 001 do 3000 obyvatel.

**Graf 5: Bydliště (n=200)**

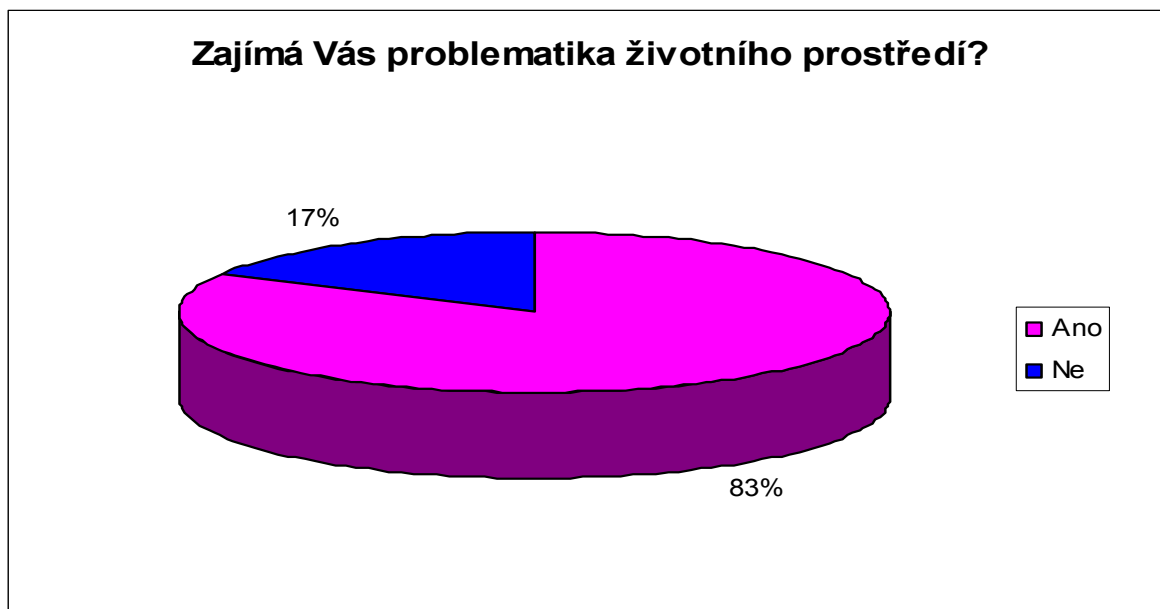


Zdroj: vlastní výzkum

#### 4.1.2 Problematika ochrany životního prostředí

Z grafu 6 je patrné, že většinu dotazovaných problematika životního prostředí zajímá. 17 % oslovených uvedlo, že je problematika životního prostředí nezajímá.

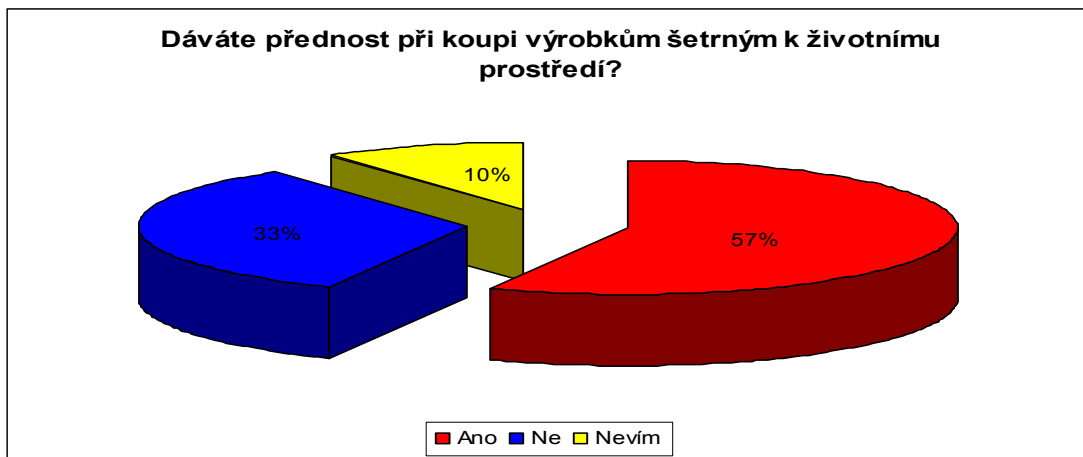
**Graf 6: Zajímá Vás problematika životního prostředí (n=200)**



Zdroj: vlastní výzkum

Na následujícím grafu můžeme vidět, že 57 % dotazovaných dává přednost výrobkům šetrným k životnímu prostředí. 33 % respondentů neupřednostňuje šetrné výrobky a 10 % oslovených uvedlo, že se touto problematikou nezaobírá.

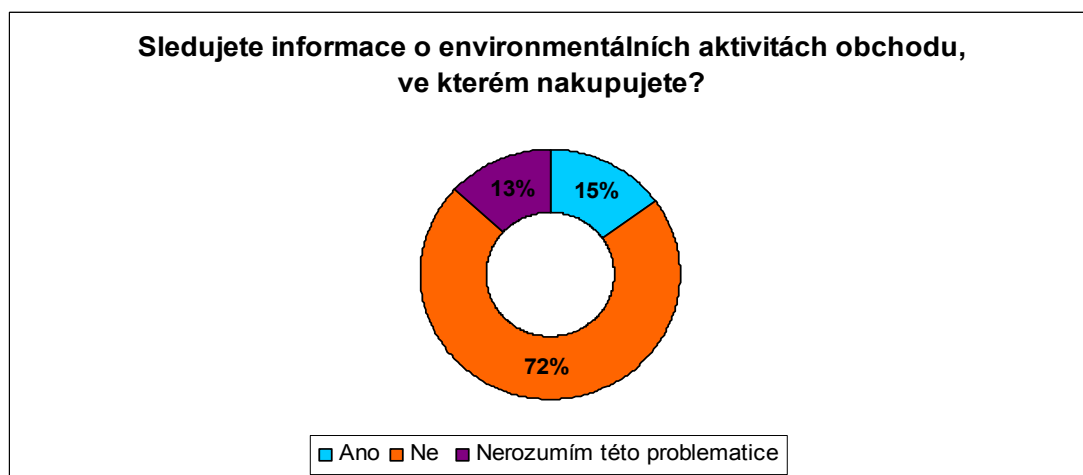
**Graf 7: Dáváte přednost při koupi výrobkům šetrným k životnímu prostředí (n=200)**



Zdroj: vlastní výzkum

Na níže uvedeném grafu je zřejmé, že převážná většina respondentů nesleduje informace o environmentálních aktivitách obchodu, ve kterém nakupuje. 13 % (26 respondentů) oslovených této problematice nerozumí a 15 % (30 respondentů) uvedlo, že se o environmentální aktivity daného obchodu zajímá. Myslím si, že se o tuto problematiku zajímají především studenti nebo aktivisté zajímající se o životní prostředí.

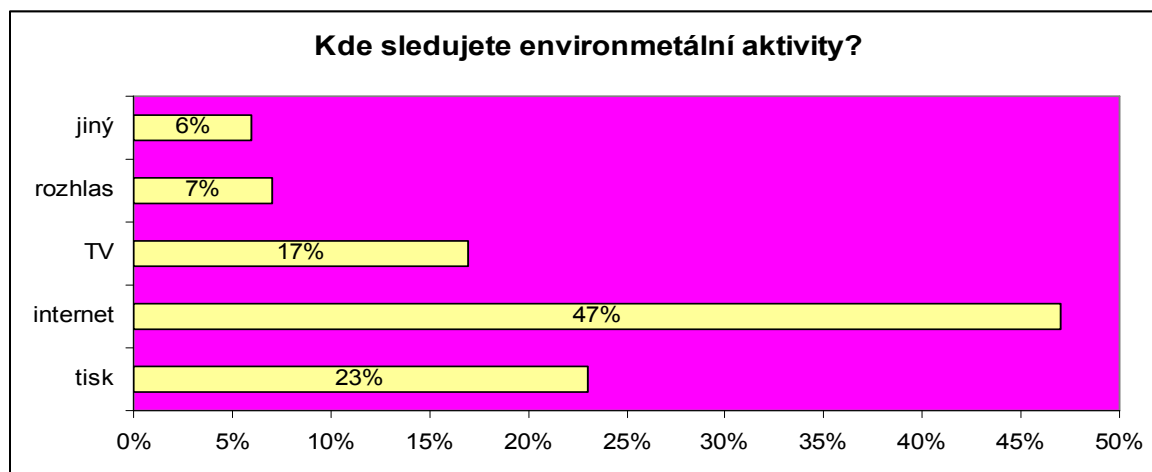
**Graf 8: Sledujete informace o environmentálních aktivitách obchodu, ve kterém nakupujete (n=200)**



Zdroj: vlastní výzkum

Z celkového počtu 30 respondentů, kteří odpověděli, že se o environmentální aktivity obchodu zajímají, uvedlo 47 %, že sleduje tyto informace na internetu. 23 % oslovených sledují informace v tisku, 17 % v TV.

**Graf 9: Sledování environmentálních aktivit obchodu (n=30)**

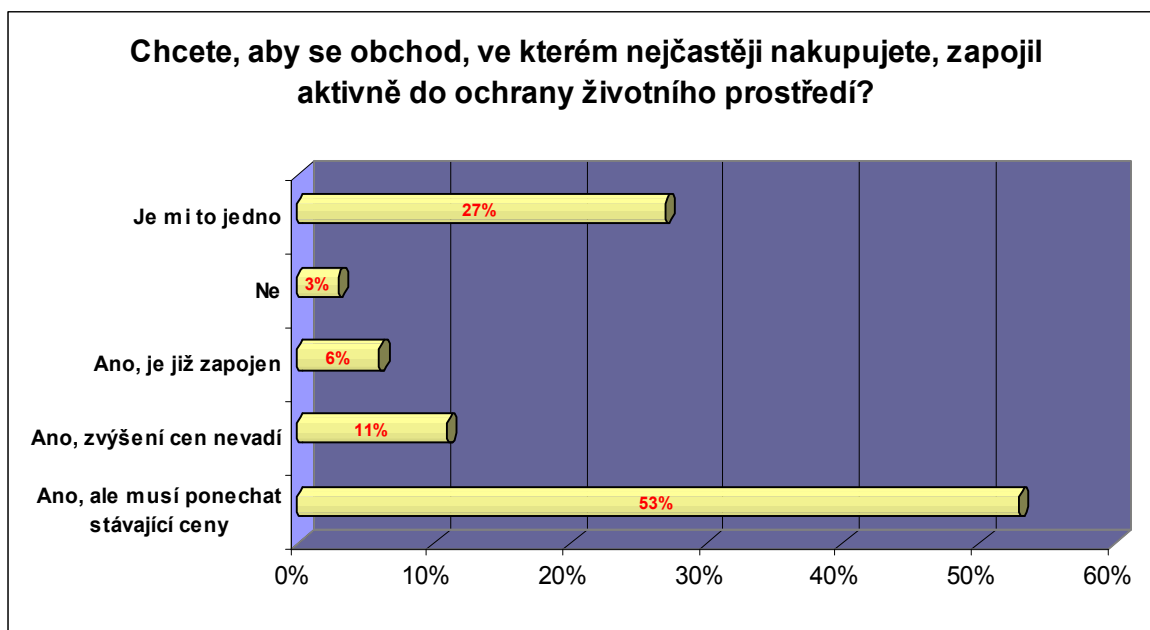


Zdroj: vlastní výzkum

I přesto, že v grafu 8 je uvedeno, že oslovení se o environmentální aktivity obchodu nezajímají, u odpovědi na otázku, která je ilustrována grafem 10 uvedli, že chtějí, aby se daný obchod zapojil aktivně do ochrany životního prostředí. Více než polovina oslovených (53 %) uvedla, že chce, aby se obchod zapojil aktivně do ochrany životního prostředí, s podmínkou ponechání stávajících cen. 27 % dotázaných uvedlo, že se o danou problematiku nezajímá, 11 % dotázaných nevdá zvýšení cen, při aktivním zapojení obchodu do ochrany životního prostředí. 6 % respondentů uvedlo, že obchod, ve kterém nejčastěji nakupují, je již aktivně zapojen.



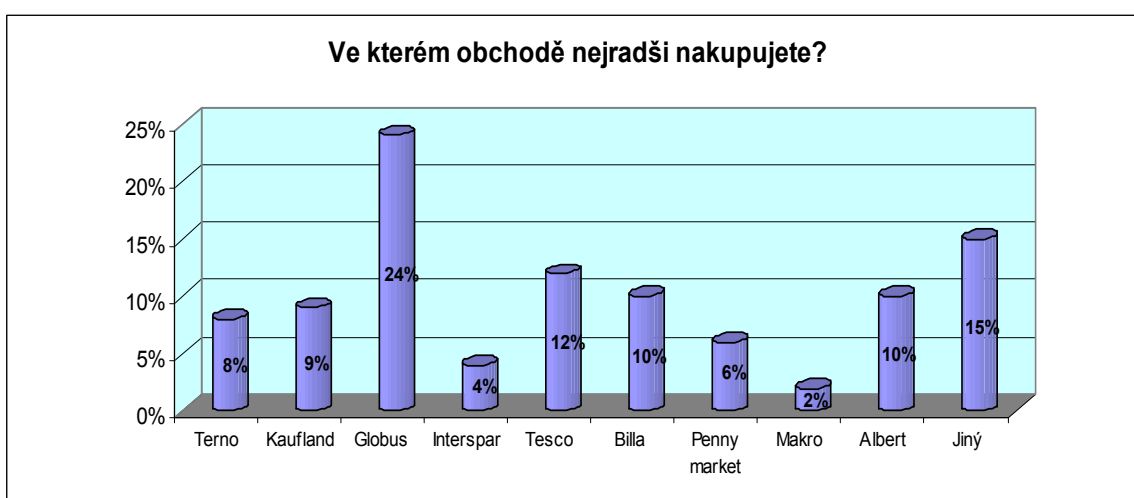
**Graf 10: Zapojení obchodu do ochrany životního prostředí (n=200)**



Zdroj: vlastní výzkum

Na následujícím grafu 11 můžeme vidět, že dotazovaní nejraději nakupují v hypermarketu Globus, kde byli v rámci toho dotazníkového šetření respondenti nejvíce dotazováni (89 respondentů). 15 % dotazovaných uvedlo možnost – jiný. Na dalším místě se umístil obchod Tesco s 12 %, dále s 10 % Albert a Billa.

**Graf 11: Ve kterém obchodě nejraději nakupujete (n=200)**

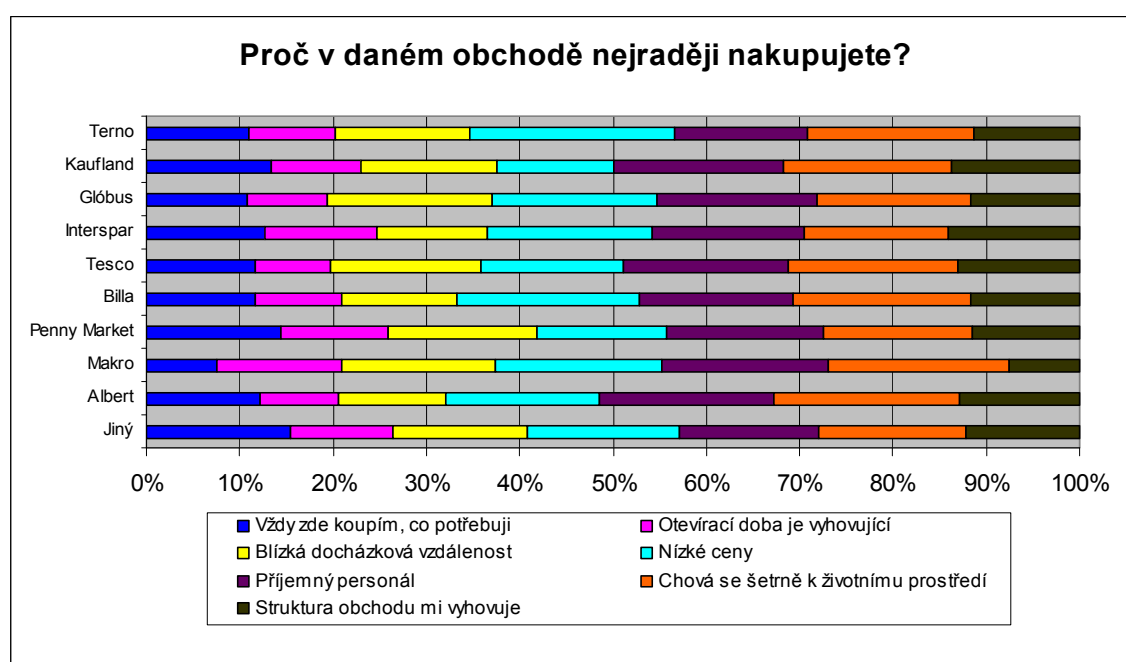


Zdroj: vlastní výzkum

Na grafu 12 vidíme, jak respondenti hodnotí obchod, ve kterém nejraději nakupují. Mne však nejvíce zajímalo, jak se podle respondentů obchod, ve kterém nejraději nakupují, chová k životnímu prostředí. Nejlépe se dle respondentů k životnímu prostředí chová hypermarket Globus (24 %), na druhém místě se umístila varianta jiný (15 %), na třetím Tesco (13,2 %) a na čtvrtém Albert (12,4 %).

Graf byl sestaven pomocí aritmetického průměru, kde váhy pro mne byly známky, které si zvolili respondenti.

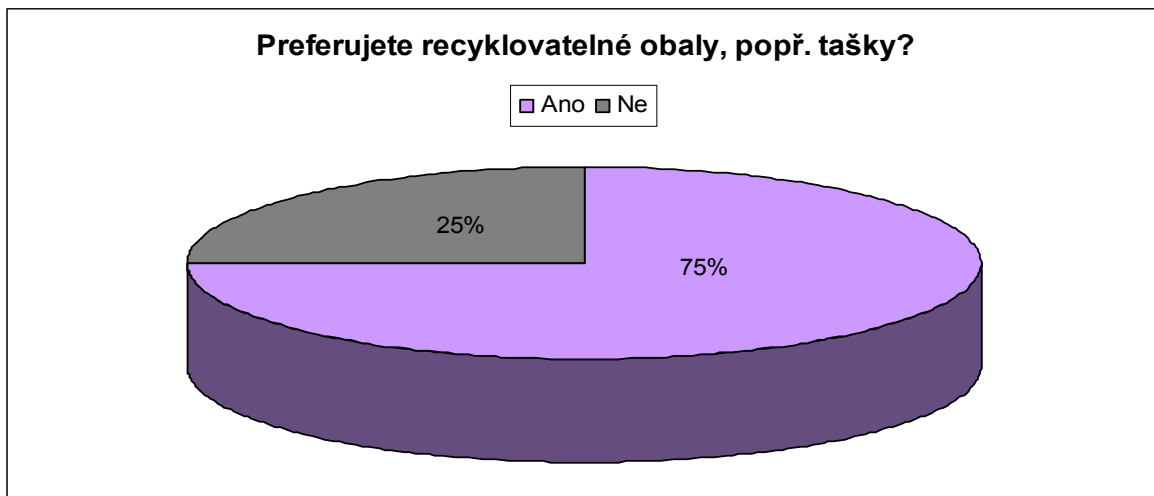
**Graf 12: Míra nákupu – Proč v daném obchodě nejraději nakupujete (n=200)**



Zdroj: vlastní výzkum

Na grafu 13 lze vidět, že dotazovaní ze 75 % preferují recyklovatelné tašky, které většina obchodů již nabízí většinou za poplatek. 25 % dotazovaných recyklovatelné tašky nepreferuje.

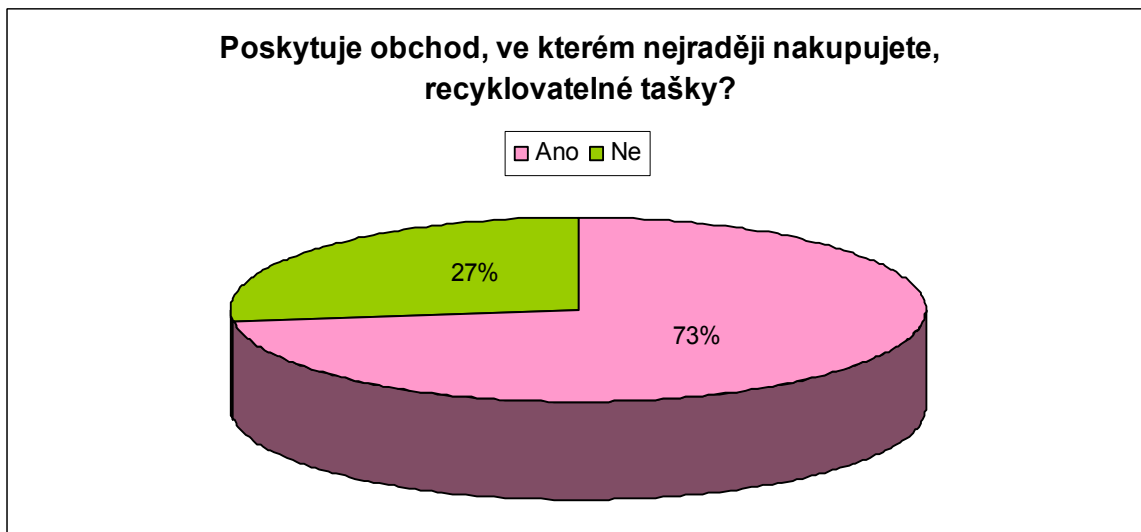
**Graf 13: Preferujete recyklovatelné obaly, popř. tašky (n=200)**



Zdroj: vlastní výzkum

Na níže uvedeném grafu je zřejmé, že respondenti nakupují v obchodech, kde jsou recyklovatelné tašky k dispozici.

**Graf 14: Poskytuje obchod, ve kterém nejraději nakupujete, recyklovatelné tašky (n=200)**



Zdroj: vlastní výzkum

**Tabulka 1: Prvky environmentální politiky v obchodě dle odpovědí respondentů**

<b>Odpověď respondenta</b>	<b>Počet odpovědí</b>	<b>Odpověď respondenta</b>	<b>Počet odpovědí</b>
Balí zboží	1	Recyklace	7
Ekologická doprava, regionální výroby	1	Rovnováha mezi činnostmi lidstva, služeb a přírody	1
Dodržování legislativy v oblasti odpadového hospodářství	1	Aby produkce co nejmíň zatěžovala ŽP	1
Ekologická likvidace odpadu	1	Nezatěžuje ŽP	3
Ekologické obaly, bio výrobky	1	Třídí odpad	11
Ekologicky šetrné výrobky, výrobky z regionu	4	Šetření energie	5
Fair trade výrobky	1	Šetří ŽP	1
Finanční podpory, bio výrobky	1	Environmentálně friendly	1
Neplýtvá, třídí odpad, chová se ekologicky	1	Usiluje o zlepšení ŽP	1
Chová se slušně k přírodě	1	Vrací peníze do přírodní výroby produktů	1
Chrání životní prostředí	7	Vybírá lokální dodavatele	2
Integrace hledisek ŽP do politiky firmy	1	Reklamní trik	1
Je ekoefektivní	1	Zajímá se o problematiku ŽP	5
Šetrný k ŽP	2	Zlepšení kvality ŽP	1
Klade důraz na neznečišťování	1	Zpracovává obalové materiály k dalšímu zpracování a ekologickému využití	1
Kvalitními výrobky přispívá k rozvinu ekologie a péči o ŽP	1	Nevím	37
Likvidace odpadu	3	Nezodpovězeno	48
Lže	1	Prevence a léčba ŽP	1
Prodává výrobky šetrné k ŽP, odbouratelné bez živočišných tuků	1	Prodej ekolog. výrobků	3
Nákup u fair trade výrobců	1	Přemýšlí	1
Ekologické balení potravin, fair trade výrobky	1	Třídí obalový materiál	2
Nastoluje rovnováhu mezi lidskou činností a přírodou	1	Může se zabývat každý obchod, nezáleží na sortimentu	1
Neplýtvá, neobchoduje s toxickými látkami	1	Nabízí ekologicky šetrné výrobky (tašky, zboží)	1
Ochrana prostředí	4	Nakupuje ekologicky šetrné výrobky	2
Podílí se na recyklaci, úspoře energií	1	Nahrazuje igelitové tašky ekologickým materiálem	1
Podpora firem vyrábějící s ohledem na ŽP	2	Prevence i léčba ŽP	1
Pomáhá sobě i okolí	1	Snaží se mít vztah k ŽP	1
Prodej výrobků šetrných k ŽP	3	Prodej od místních výrobců	1
Používá papírové tašky	1	Volí šetrné výrobky	1
Recyklovatelné tašky	2	Snaží se, aby výrobky nezatěžovaly ŽP	1

Odpověď respondenta	Počet odpovědí	Odpověď respondenta	Počet odpovědí
PR	1	Správné nakládání s odpady	1
Zapojuje do své činnosti a rozhodování otázku ochrany ŽP	1	Zabývá se ochranou ŽP	2
Zabývá se zbytečným neznečišťováním ŽP	1	Vyrábí a distribuuje produkty s ohledem na ŽP	1

Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka 1 nám znázorňuje shrnutí volné otázky, „Co podle Vás dělá obchod, který používá environmentální politiku?“ z dotazníkového šetření. Odpovědi respondentů se hodně lišily. Nejvíce respondentů odpovídalo, že chrání životní prostředí, třídí odpad, recykluje, prodává ekologické výrobky, výrobky z regionu. 85 dotázaných nebylo schopno vůbec odpovědět.

**Tabulka 2: Aktivity spjaté s ochranou ŽP v obchodě dle respondentů**

Odpověď respondenta	Počet odpovědí	Odpověď respondenta	Počet odpovědí
Bio výrobky	5	Odpadové hospodářství	1
Dávají omezeně igelitky	1	Osvětlení	2
Ekologické tašky	7	Podpora značky Klasa a podpora místních dodavatelů	1
Fair trade	1	Nedělají nic	1
Finanční podpora	1	Poskytují recyklovatelné obaly	2
Koše na třídění odpadu	2	Prodej lokálních produktů	1
Třídění odpadu	4	Prodej pečiva za poloviční ceny (co zbude, se vyhazuje)	1
Likvidace odpadu	1	Rozložitelné tašky, výkup lahví	1
Používání papírových tašek	12	Poskytuje recyklovatelné obaly	9
Místo pro uložení použitých baterií	1	Recyklují	3
Nápoje v pet lahvích	1	Rozložitelné tašky	2
Neposkytuje igelitky zdarma	1	Řešení odpadů	1
Recyklace obalů	6	Sběr žárovek, prodej tašek	2
Odběr baterií	4	Nevím, nenapadne, ne	88
Uzavíratelné boxy, chladicí boxy	2	Uzavíratelné mrazáky	1
Velký výběr zdravých potravin a výrobků v ekologických obalech	1	Vytápění, logistika	1
Nákupní tašky	2	Použití ekologicky šetrných výrobků, třídění odpadu	1
Přírodou rozložitelné tašky, sběr vybitých baterií, výkup lahví	1	Nezodpovězeno	29

Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka 2 nám shrnuje druhou volnou odpověď, „Napadne Vás aktivita, v obchodě ve kterém nejraději nakupujete, která je spjata s ochranou životního prostředí?“. Více jak polovina dotázaných nedokázala na otázku odpovědět, nebo je žádná aktivita v době vyplňování dotazníku nenapadla.

Respondenti, kteří na otázku odpověděli, se shodovali, že obchod, ve kterém nejraději nakupují, poskytuje papírové a recyklovatelné tašky, třídí odpad, recykluje obaly, odebírá použité baterie.

#### 4.1.3 Testování hypotéz z dotazníkového šetření respondentů

1. hypotéza: H<sub>0</sub>: Neexistuje závislost mezi pohlavím a ochranou životního prostředí

HA: Existuje závislost mezi pohlavím a ochranou životního prostředí

**Tabulka 3: Pohlaví a ochrana životního prostředí**

Pozorovaná četnost	ANO	NE	CELKEM
ŽENY	116	21	137
MUŽI	50	13	63
CELKEM	166	34	200

Zdroj: vlastní výzkum

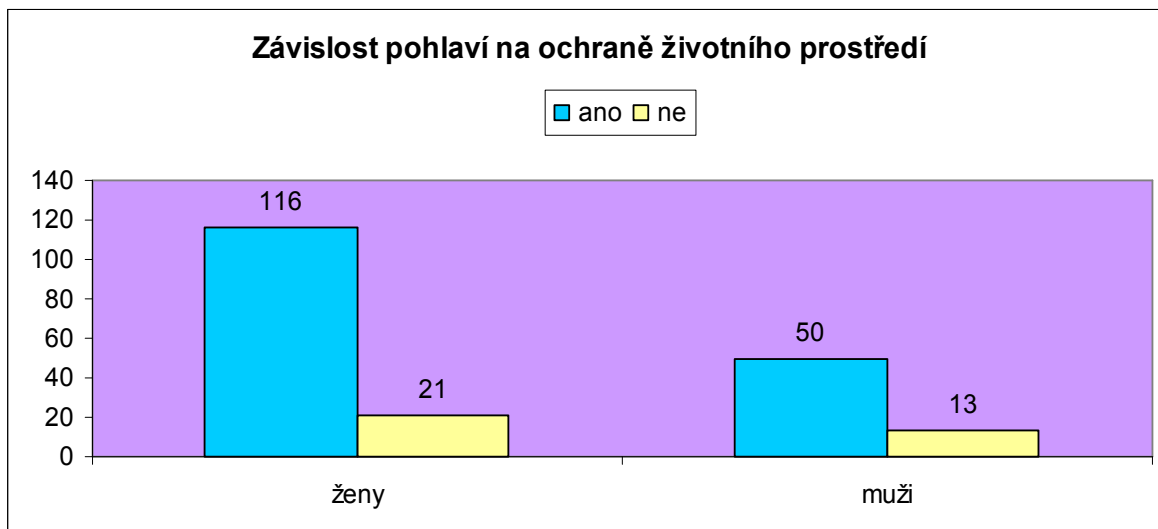
Očekávaná četnost	113,71	23,29
	52,29	10,71

Zdroj: vlastní výzkum

Hodnota  $\chi^2 = 0,861217$ ,  $p = 0,353398$ , hladina významnosti = 0,05.

**0,353398 > 0,05**

**Graf 15: Závislost pohlaví na ochraně životního prostředí**



Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka 3 a graf 14 nám říkají, že 116 žen dává přednost ochraně životního prostředí a 21 žen ne. 50 mužů zajímá ochrana životního prostředí a 13 mužů ochrana životního prostředí nezajímá.

Z tabulky 3 vyplývá, že celkem 166 respondentů ochrana životního prostředí zajímá. Zvolená hladina významnosti pro hodnocení výše zvolené hypotézy byla 0,05.

$p = 0,353398$ . To znamená, že nemůžeme zamítnout  $H_0$ , která nám říká, že neexistuje závislost mezi pohlavím a ochranou životního prostředí

2. hypotéza:  $H_0$ : Neexistuje závislost mezi věkem a sledováním environmentálních aktivit obchodu

$H_A$ : Existuje závislost mezi věkem a sledováním environmentálních aktivit obchodu

**Tabulka 4: Věk a environmentální aktivity obchodu**

<b>Pozorovaná četnost</b>	<b>ANO</b>	<b>NE</b>	<b>NEROZUMÍM TÉTO PROBLEMATICE</b>	<b>CELKEM</b>
18–25 let	11	62	7	80
26–35 let	3	37	6	46
36–45 let	11	22	1	34
46–55 let	3	14	8	25
56–60 let	2	8	3	13
Více než 65 let	0	1	1	2
<b>CELKEM</b>	<b>30</b>	<b>144</b>	<b>26</b>	<b>200</b>

Zdroj: vlastní výzkum

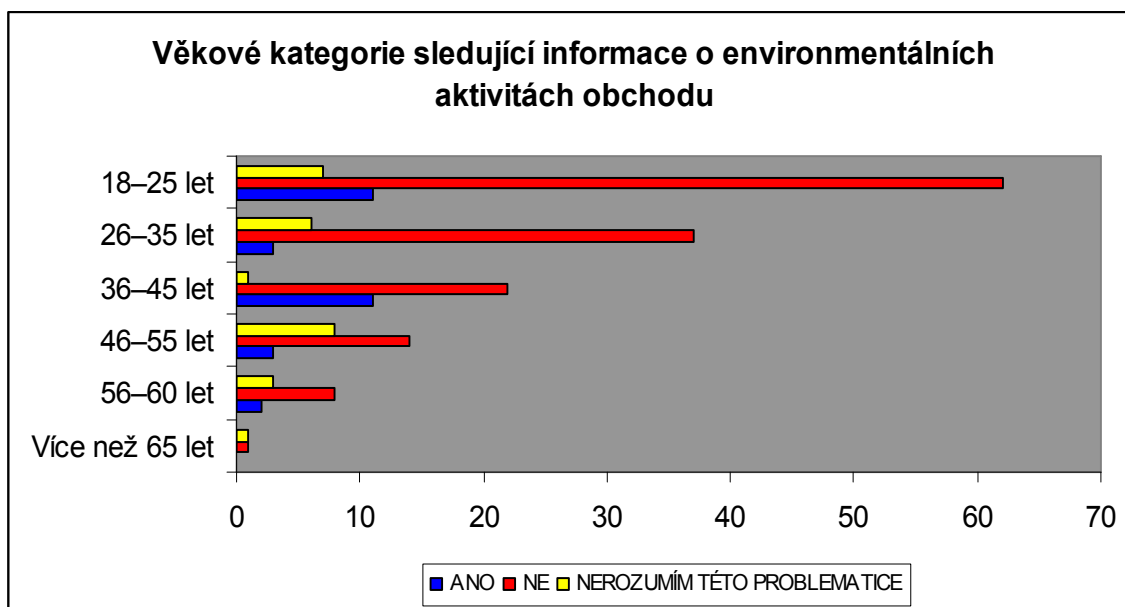
<b>Očekávaná četnost</b>	12,00	57,60	10,40
	6,90	33,12	5,98
	5,10	24,48	4,42
	3,75	18,00	3,25
	1,95	9,36	1,69
	0,30	1,44	0,26

Zdroj: vlastní výzkum

Hodnota  $\chi^2$  je 25,6490,  $p=0,004242$ , hladina významnosti = 0,05**0,004242 < 0,05**



**Graf 16: Věkové kategorie a environmentální aktivity obchodu**



Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka 4 a graf 16 nám ukazují, že 11 dotazovaných ve věku 18–25 let sleduje informace o environmentálních aktivitách obchodu a 62 dotazovaných nesleduje, 7 dotazovaných problematice nerozumí. Ve věkové skupině 26–35 let sledují tyto informace pouze 3 dotazovaní, 37 jich tyto informace nesleduje a 6 dotazovaných této problematice nerozumí. Ve věkové skupině 36–45 let sleduje aktivity pouze 11 dotazovaných, 22 jich aktivity nesleduje a 1 dotazovaný problematice nerozumí. Ve věkové skupině 46–55 let aktivity sledují 3 respondenti, 14 jich problematiku nesleduje a 8 respondentů problematice nerozumí. Ve věkové skupině 56–60 let sledují problematiku pouze 2 respondenti, 8 respondentů nesleduje a 3 problematice nerozumí. Nejméně zastoupená věková skupina víc jak 65 let nesleduje informace o environmentálních aktivitách obchodu (1 respondent) a nerozumí této problematice (1 respondent).

Zvolená hladina významnosti pro hodnocení výše zvolené hypotézy byla 0,05.  $p=0,004242$ . Z výsledného  $p=0,004242$  vyplývá, že se jedná o významnou statistickou závislost a musíme zamítnout  $H_0$ .

## **4.2 Strukturované rozhovory ve zvolených obchodních podnicích**

Stěžejní částí diplomové práce byly strukturované rozhovory ve zvolených obchodních podnicích, které byly zpracovávány s představiteli, kteří se environmentálními přístupy nejvíce zabývají. Rozhovory byly zpracovány během měsíců únor a březen. Na základě výsledků z dotazníkového šetření vyplynulo, že nejlépe se k životnímu prostředí dle respondentů chová hypermarket Globus a společnost Tesco. Bohužel jsem se v těchto společnostech nesetkala s ochotným a vstřícným přístupem. Rozhovory byly tedy provedeny se zástupcem společnosti Jednota České Budějovice, spotřební družstvo a dále v prodejnách: Kaufland, Konica Minolta Business Solutions Czech, Albert a Trefa Olešník, který provozuje Jednota České Budějovice.

Otázky, na které jsem se ve společnostech ptala, nalezneme v příloze 1.

### **4.2.1 Kaufland**

Historie společnosti Kaufland se začala psát v roce 1930 v Německu, kde v současnosti patří Kaufland k vedoucím potravinářským řetězcům. V roce 1998 byla otevřena první prodejna v České republice. Společnost Kaufland provozuje stovky prodejen v České republice, Německu, Polsku, Chorvatsku, Rumunsku, Bulharsku a na Slovensku. [26]

Sídlo firmy je Na Sádkách 1444, České Budějovice. Řízený rozhovor byl zpracován s vedoucím obchodního domu panem Slavomírem Vinšem.

- 1) O ochranu prostředí se jako obchod zajímají. Pan Vinš odpověděl, že v Kauflandu sbírají a třídí následující odpady: papír, kartony, lepenku, fólie, dřevo, polystyrén, šrot a také bioodpad, které po použití dodávají zpět k opětovnému zpracování.
- 2) Podporují výsadbu zeleně v blízkosti prodejny prostřednictvím keříků, povinnost výsadby zeleně není centrálou přesně nařízená. Každá filiálka k tomu přistupuje dle svého uvážení a možností. Např. v Praze se vysazuje tráva na střeche. Používají systém nazvaný CARRIER – to je firma, která se stará o úsporu

elektrické techniky. Vše je řízeno z dálky, na noc se zavírají všechny chladičí boxy. Používají LAPOLY, což jsou čističky na tuky.

- 3) V Kauflandu je uplatněna recyklace – díky tomu, že sbírají a třídí odpad, využívají odpady z obalů, přispívají tím ke zlepšení životního prostředí a snižují uhlíkovou stopu. Za rok 2010 jim bylo uděleno Osvědčení o úspoře emisí. Toto osvědčení jim udělila obalová společnost EKO-KOM. Dále uplatňují ekologicky vratné láhve-kdy svým zákazníkům nabízí nápoje ve skleněných lahvích, které jsou vratné. Snaží se dbát na šetrnou techniku-všechny pobočky Kaufland, mají sestavený určitý koncept, který využívají pro obnovu zdrojů. Koncept nazývají KABA-tam je předepsané osvětlení obchodů, stmívání parkoviště. Je to koncept, který má za následek ušetřit zdroje elektrické energie. Na mytí používají ekologicky šetrné prostředky, které neohrožují životní prostředí. Pan Vinš se zmínil, že Kaufland se zapojil do projektu zvaný „Elektromobilita“-instalace dobíjecích stanic pro elektromobily. Dobíjecí stanice se nacházejí zatím na pražské pobočce K Vypichu, v budoucnu by se dobíjecí stanice měly dostat i na parkoviště před prodejnou v Českých Budějovicích.
- 4) Zaměstnance ke zvýšení ochrany životního prostředí vedou, musejí všichni třídít odpad. Filiálky mezi sebou soutěží ve třídění odpadu, kde pak nejlepší filiálka ve třídění získá odměny pro své zaměstnance. Odpad třídí ze 70 %.
- 5) Pan Vinš neví, jestli je obchod vlastníkem certifikátu ISO 14001 či EMS, to si prý řeší sama centrála. V podstatě ani nevěděl, co certifikáty znamenají. Přiklání se spíše k variantě, že obchod certifikaci ISO 14001 nevládní.
- 6) Kaufland odpad třídí, jak již bylo zmíněno v otázce číslo 1, na papír, kartony, lepenku, fólie, dřevo, polystyrén, šrot a také bioodpad. Vede je k tomu ekonomika celého podniku. V případě, že by odpad netřídil, hrozí jim vysoké pokuty. Odpady sváží společnost A.S.A. a živočišné odpady odváží společnost Vetas.
- 7) Kaufland používá recyklovatelné tašky, zákazníkům jsou k dispozici za poplatek. Přibližně do jednoho roku se recyklovatelné tašky rozloží. Papírové tašky jsou k dispozici zákazníkům u pečiva, společně s igelitovými sáčky, které jsou poskytnuty zdarma.

- 8) Své zákazníky o aktivitách, které souvisí s ochranou životního prostředí, informují dle prodejních míst. Na níže uvedeném obrázku můžeme vidět kontejnery na zpětný odběr, které má budějovický Kaufland umístěny hned za hlavními dveřmi u vstupu.

**Obrázek 8: Sběrná místa společnosti Kaufland**



Zdroj: Vlastní výzkum

Pan Vinš si dovolil tvrdit, že žádné prodejny nemají tak velká odběrná místa pro použité recyklovatelné materiály. Zároveň mi dovolil udělat si fotografii, kterou vidíte výše.

Kaufland je specifický v odebrání nevratného skla, odběrné místo je vedle automatu na vratné lahve. Pan Vinš si je jist, že odběr nevratného skla má Kaufland jako jediný v ČR.

- 9) Veřejnost o ochraně životního prostředí informují pomocí letáků.
- 10) Certifikace po svých dodavatelích vyžadují, ale vše je v rukou centrály a k tomu pan Vinš nemá přístup.

#### 4.2.2 Jednota České Budějovice

Firma s dlouholetou tradicí v oblasti obchodu a služeb. Byla založena usnesením valné hromady ze dne 9. 12. 1956 a zapsána v obchodním rejstříku dne 1. února 1957 jako volný pokračovatel DĚLNICKÉHO DRUŽSTVA KONZUMNÍHO A VÝROBNÍHO "ROVNOST" v Českých Budějovicích, jehož vznik se datuje rokem 1908.[25]

Sídlo firmy je na Lidické ul. 1625/156 v Českých Budějovicích. Odpovědi na otázky byly zpracovány s obchodním náměstkem Bc. Pavlem Primusem.

- 1) Pan Primus odpověděl, že se jako obchod zajímají o ochranu životního prostředí. Modernizují jejich prodejny-součástí modernizace je i výměna chladícího a mrazícího zařízení, které jako chladivo využívá moderní, k životnímu prostředí citlivé plyny. Prodejny osazují moderními svítilnami-po přestavbě a výměně chladícího zařízení mají za cíl snížit příkon elektrické energie až o 1/3.
- 2) Strategií Jednoty s.d. České Budějovice je ochrana životního prostředí, odpovědnost vůči regionu, ve kterém žijeme a podnikáme. Jednota s. d. životní prostředí velmi podporuje-např. prodejem regionálních a místních produktů, na které se specializují. Jejich prodejem se snaží podpořit místní zemědělství, místní výrobu, ale také ekologický dopad na životní prostředí. Toho se snaží docílit tím, že nepřevážejí zboží přes celou republiku nebo Evropu.
- 3) Uplatněny jsou následující prvky ochrany životního prostředí – úspora elektrické energie, prodej regionálních produktů, ekologické zacházení s odpady.
- 4) Pan Primus odpověděl, že své zaměstnance vedou ke zvýšení ochrany životního prostředí. Všichni zaměstnanci musejí třídít odpad, používat šetrné mycí prostředky.
- 5) Jednota s. d. ISO nevlastní, jsou držiteli certifikace HACCP, kterou jim udělila Česká společnost pro jakost, mají zavedené procesní řízení včetně procesní dokumentace, které mají na úrovni norem ISO.
- 6) Odpad třídí, likvidaci odpadu zajišťuje společnost A.S.A. U prodejen potravin je důležité (i dle zákona o odpadech nutné) zvláště uchovávat a určeným způsobem likvidovat tzv. biologický odpad. Dále třídí i další druhy odpadů. *Co Vás k tomu*

*vede?* Vedou nás k tomu nejen vyhlášky a nařízení, které dodržujeme, ale i společenská odpovědnost.

- 7) „Igelitové tašky, které prodáváme, jsou z materiálů velice rychle se rozložitelných- jsou šetrné k přírodě“.
- 8) a 9) Zákazníky a veřejnost Jednota s. d. informuje prostřednictvím PR aktivit formátů Trefa a Terno-týkající se společenské odpovědnosti vůči regionu.
- 10) „ Všechny námi prodávané výrobky musí splňovat normy a nařízení platné v České republice, včetně ujištění o shodě“.

#### **4.2.3 Konica Minolta Business Solutions Czech, spol. s r.o.**

Firma je na českém trhu od roku 1990, kde se řadí mezi jedničky v prodeji černobílých a barevných multifunkčních zařízení.

Sídlo společnosti v Českých Budějovicích je na Husově tř. 1373/13. Odpovědi na otázky byly zpracovány s obchodním zástupcem Janem Šimkem.

- 1) Společnost Konica Minolta pečuje o ochranu životního prostředí ve všech oblastech své činnosti. Zapojují se dlouhodobě do různých projektů, které mají za cíl chránit životní prostředí kolem nás. **Jaké projekty máte na mysli?** P. Šimek: Global Compact – podporovat udržitelný rozvoj a tvořit v souladu s lidskými právy, v rámci ochrany životního prostředí, Eco Vision 2050 – recyklace surovin, redukce škodlivin, zastavení globálního oteplování a projekt Nulové odpadní emise – recyklace materiálů, zavedení certifikace výroby s ohledem na životní prostředí. Snaží se poskytovat takové produkty a služby, které slouží výhradně k ochraně životního prostředí.
- 2) Ochranu životního prostředí do podnikatelských aktivit zahrnují pomocí filozofie společnosti „Vytváření nových hodnot“. Např. propagací nulových odpadních emisí-cílem je zavést certifikaci výroby s ohledem na životní prostředí, recyklace materiálů, snížení skladových odpadů.

3) Uplatněny jsou tyto prvky:

- recyklace a regenerace – opakované použití dílů, usnadnění recyklace,
- likvidace odpadu – usnadnění procesů likvidace, vyloučení tvorby nebezpečných odpadů,
- doprava a obchod – recyklace obalových materiálů,
- redukce odpadu, jeho minimalizace na životní prostředí.

4) Pan Šimek odpověděl, že je firma vede své zaměstnance k ochraně životního prostředí. Všichni zaměstnanci musí třídit odpad v rámci celé společnosti.

5) Konica Minolta je vlastníkem certifikátu ISO 14001:2004. Certifikát získala společnost v roce 2000 a platí do roku 2015, viz příloha 3.

Konica Minolta získala za environmentalistiku cenu – Basildon Business Award 2009 – smyslem této ceny je upozornit na společnosti, které se aktivně angažují v ochraně životního prostředí a redukcí negativních vlivů na něj.

6) Odpad společnost třídí, vede je k tomu nejen nařízení vlády, ale také osobní pocit, loajalita vůči přírodě samotné.

7) Firma recyklovatelné obaly používá, většinou jsou to obaly z lepenky, kartony.

8) a 9) Zákazníci i veřejnost jsou informováni na internetových stránkách společnosti, kde se mohou dočíst o ekologických cílech a vizích. Pokud by zákazníky blíže zajímala ochrana životního prostředí společnosti, mohou být informováni ještě prostřednictvím letáků.

10) Pan Šimek nevěděl, zda firma vyžaduje certifikace po svých dodavatelích, to si řeší sama centrála.

#### **4.2.4 Albert (AHOLD Czech Republic, a. s)**

AHOLD Czech Republic, a. s., je českou dceřinou společností nadnárodní společnosti Ahold se sídlem v Amsterdamu. Společnost byla založena v roce 1990, původně pod názvem Euronova, a. s., a na český trh vstoupila mezi prvními maloobchodníky. Svůj první supermarket s názvem Mana otevřela v roce 1991 v Jihlavě. [27]

Pobočka se nachází na Suchovrbenském náměstí 708/2 v Českých Budějovicích. Na otázky odpovídala paní manažerka Marie Štěchová.

- 1) Paní Štěchová odpověděla, že se jako obchod o ochranu životního prostředí zajímají. Snaží se obchod vést efektivně s ohledem na životní prostředí. Třídí obaly, od zákazníků vybírají použité baterie, recyklují odpad. Manažeři z oddělení správy navrhuji opatření na snižování spotřeby elektrické energie. Skleníkové plyny mají do roku 2015 snížit až o 20%.
- 2) Mají na prodejně uzavíratelné mrazáky, třídí odpad, snaží se snižovat spotřebu elektrické energie, i když se to zatím úplně nedaří podle představ.
- 3) Paní Štěchová odpověděla, že používají na celé prodejně úsporné žárovky a uzavíratelné mrazáky. Mlékařina a uzeniny jsou přes den otevřené, ale po uzavření prodejny se také zavírají. Zaměstnanci mají za úkol třídít odpad, který se po té odváží na distribuční centra.
- 4) Do ochrany životního prostředí se Albert snaží své zaměstnance zapojit. Vždy po pracovní době musejí zajistit uzavření všech chladicích boxů, dále mají za úkol roztřídít odpad, který se pak svezí na distribuční centra. Třídění odpadu má Albert pod složkou auditu, kdy nadřazení pracovníci přijedou třídění odpadu vyhodnotit. Pokud by byly zjištěny nedostatky, hrozí peněžní sankce.
- 5) Paní Štěchová nevěděla, jestli je obchod držitelem certifikátu ISO 14001 či EMS, to je prý v kompetenci centrály. Bohužel centrála nebyla ochotná mi na tuto otázku odpovědět.
- 6) Jak již bylo zmíněno v odpovědi na otázku č. 4, společnost Albert odpad třídí. Vede je k tomu legislativní nařízení, ale také i nařízení z centrály.
- 7) Paní Štěchová mi sdělila, že používají recyklovatelné tašky, přesněji řečeno recyklovatelné plastové tašky, které jsou zákazníkům k dispozici za jednu korunu. Dříve prý byly zdarma. Jednalo se o kampaň, kdy každý pátý zákazník obdržel tašku zdarma.
- 8) Zákazníci jsou informováni přímo v prodejně, kde nad vstupními dveřmi je vyvěšena cedule o zpětném odběru odpadu.
- 9) Veřejnost bývá informována většinou v tiskových zprávách a na webových stránkách společnosti Albert.



- 10) Paní Štěchová nevěděla, zda společnost vyžaduje certifikaci po svých dodavatelích, odkázala mne na centrálu, ale ta nebyla sdílná.

#### **4.2.5 Prodejna Trefa Olešník**

Je tradiční vesnická samoobsluha sloužící k denním nákupům. Prodejna se zaměřuje na kvalitu a široký sortiment čerstvých druhů potravin.[28]

Provozovna se nachází v obci Olešník, č. p. 147. Na otázky odpovídala vedoucí prodejny paní Bohuslava Jozová.

- 1) Paní Jozová odpověděla, že se o ochranu životního prostředí zajímají. Mají to nařízeno i od centrály. Třídí odpad, vybírají od zákazníků použité baterie, na prodejně jsou umístěny úsporné zářivky a používají uzavíratelná chladicí zařízení.
- 2) Ochranu životního prostředí do svých podnikatelských aktivit zahrnují prodejem regionálních produktů. Snaha snížit spotřebu elektrické energie pomocí úsporných žárovek a uzavíratelných chladicích boxů.
- 3) Paní Jozová odpověděla, že uplatněny jsou úspora elektrické energie – šetrné zářivky, uzavíratelné mrazáky, ekologická likvidace odpadu, modernizace vybavení s cílem zlepšit životní prostředí.
- 4) Trefa Olešník dle slov vedoucí prodejny vede své zaměstnance k ochraně životního prostředí. Patří to i k výkonu jejich práce. Zaměstnanci mají nařízeno třídění odpadu, používají šetrné mycí prostředky.
- 5) Paní Jozová nevěděla, jestli je prodejna držitelem certifikátu ISO 14001 či EMS, to je v kompetenci centrály. Sdělila mi, že jsou držitelem certifikátu HACCP – kde se zaměřují na prodej potravin od tuzemských dodavatelů, zejména na potraviny z našeho regionu. Předpokladem pro ně je dodržování hygienických pravidel, sanitační řád, likvidace odpadu.
- 6) Prodejna Trefa Olešník odpad třídí, vede je k tomu legislativa. Odpad třídí na papír, plast, dřevo a bioodpad. Bioodpad odváží společnost Green biosystémy ze

Soběslavi. Tyto odpady jsou značeny VŽP III. kategorie. Jedná se o živočišné produkty a materiál třetí kategorie – nevhodný k lidské spotřebě (zelenina, uzeniny). Odpad je vždy ukládán do plastových sudů. Firma Green biosystémy musí vždy podepsat papíry o odvezení odpadu, které jsou pro kontrolu uloženy na prodejně.

- 7) Paní Jozová odpověděla, že recyklovatelné obaly používají a některé jsou spotřebitelům k dispozici zdarma. Jedná se o kartónové krabice a rychle se rozložitelné igelitové pytlíky. Igelitové tašky, které jsou vyrobeny z materiálů šetrných k životnímu prostředí, si mohou zákazníci zakoupit od 1–5 Kč.
- 8) Zákazníky o svých aktivitách v oblasti životního prostředí informují. Před prodejnou jsou kontejnery na sklo, papír a plast. Paní Jozová sdělila, že když jí zákazník přinese obaly ze skla, které ona nemůže vzít zpět, tak je pošle před obchod, aby obaly vyhodily do kontejnerů. Na prodejně je vyvěšen plakát, že vybírají zpět použité baterie a mají na prodejně postaven kontejner „ECOBAT“.
- 9) Paní Jozová si není vědoma, že by nějakým způsobem informovali veřejnost. Styk s veřejností si řeší centrála, pro ni je zásadní informovat své zákazníky.
- 10) Paní Jozová neměla na prodejně žádné certifikáty od svých dodavatelů. Vše je prý uschováno na centrále.

**Tabulka 5: Srovnání odpovědí ze zvolených podniků**

<b>Otázky</b>	<b>Kaufland</b>	<b>Jednota ČB</b>	<b>Konica</b>	<b>Albert</b>	<b>Trefa Olešník</b>
<b>Zájem o OŽP</b>	Zájem především ve sbírání a třídění odpadu, který je dodáván k opětovnému zpracování.	Modernizace prodejen- výměna chladícího a mrazícího zařízení, snižování el. Energie až o 1/3	Zapojení do různých projektů, které podporují udržitelný rozvoj, recyklace surovin, redukce škodlivin, recyklace materiálů	Třídění obalů, výběr zpětného odpadu, recyklace. Snižování el. Energie, snižování skleníkových plynů	Třídění odpadu, výběr zpětného odpadu, používání úsporných zářivek, uzavíratelných chlazení
<b>OŽP v podnikatelských aktivitách obchodů</b>	Výsadba zeleně, Carrier-firma starající se o úsporu elektrické techniky, používání lapolů	Prodej regionálních a místních produktů- snížení ekologického dopadu na ŽP	Snaží se vytvářet nové hodnoty- propagací nulových odpadních emisí, zavedení certifikace výroby s ohledem na ŽP, snížení skladových odpadů	Uzavíratelné mrazáky, třídění odpadu, snižování el. energie	Prodej regionálních produktů, snižování el. energie
<b>Prvky OŽP</b>	Recyklace, ekologicky vratné lahve, šetrná technika, ekologicky šetrné prostředky používané na mytí, elektromobilita- dobíjecí stanice pro elektromobily	Úspora el. energie, prodej regionálních produktů, ekologické zacházení s odpady	Recyklace a regenerace, likvidace odpadu, doprava a obchod, redukce odpadu	Úsporné žárovky, uzavíratelné mrazáky, třídění odpadu	Úspora el. energie, šetrné žárovky, uzavíratelné mrazáky, ekologická likvidace odpadu
<b>Certifikát ISO 14001</b>	nevlastní	nevlastní	Vlastní ISO 14001:2001	vedoucí prodejny nevěděla, jestli certifikát vlastní.	nevlastní
<b>Informování zákazníků</b>	Dle prodejních míst- obr.8	Prostřednictvím PR aktivit formátů Trefa a Terno.	Internetové stránky, letáky	Informování přímo v prodejně	Prostřednictvím letáků na prodejně.
<b>Informování veřejnosti</b>	letáky	Prostřednictvím PR aktivit formátů Trefa a Terno	Internetové stránky, kde jsou cíle a vize.	Tiskové zprávy, webové stránky	Řeší si centrála

Otázky	Kaufland	Jednota ČB	Konica	Albert	Trefa Olešník
<b>Vedení zaměstnanců k OŽP</b>	Pomocí soutěží ve třídění odpadu.	Třídění odpadu, používání šetrných mycích prostředků	Třídění odpadu	Třídění odpadu, uzavírání chladicích boxů	Třídění odpadu, používání šetrných mycích prostředků
<b>Vyžadování certifikace po dodavatelích</b>	vyžadují	Nevyžadují na všechny výrobky	Oslovený nevěděl, řeší si vyšší vedení společnosti	Oslovená nevěděla, řeší si centrála	Nevyžadují na všechny výrobky

Zdroj: Vlastní výzkum

Tabulka 5 nám shrnuje přehled nejdůležitějších poznatků z odpovědí hlavních představitelů obchodních podniků, se kterými byly uskutečněny strukturované rozhovory.

Ve většině odpovědí na položené otázky se obchodníci shodují.

Zajímavé odpovědi vyplynuly z položené otázky, jak zahrnují ochranu životního prostředí od podnikatelských aktivit. Kaufland zahrnuje ochranu životního prostředí výsadbou zeleně, používáním lapolů a najmutím firmy, která se stará o úsporu elektrické techniky. Naproti tomu Jednota ČB prodává regionální a místní produkty, které mají za cíl snížit ekologický dopad na životní prostředí.

Rozdíly nastaly i při informování zákazníků o environmentálních aktivitách obchodů. Zatímco Kaufland, Albert a Trefa Olešník upřednostňují informování zákazníků přímo na prodejně, Konica Minolta dává přednost internetovým stránkám a Jednota ČB prostřednictvím formátů Trefa a Terno.

Dalším zajímavým zjištěním je, že pouze Konica Minolta je vlastníkem certifikátu ISO 14001, zatímco jediný Kaufland vyžaduje certifikaci po svých dodavatelích na všechny své výrobky.

Všechny obchody zapojují své zaměstnance do ochrany životního prostředí – nejčastěji pomocí třídění odpadu. Kaufland aplikoval soutěž v rámci filiálek, kde nejlepší filiálka ve třídění získá odměny pro zaměstnance. To má za následek, že se recykluje ze 70 %.

## 5 Shrnutí výsledků

Na základě získaných dat z provedených analýz je možné vysledovat následující tvrzení.

### 5.1 Shrnutí výsledků z dotazníkového šetření

Dotazník vyplnilo 200 respondentů, z toho 137 žen (68,5 %) a 63 mužů (31,5 %).

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že v době výzkumu byla kupní síla před hypermarketem Globus tvořena převážně ženami, z celkového počtu 89 náhodně oslovených respondentů bylo 52 žen (58,4 %).

Dotázaní respondenti měli převážně ukončené středoškolské a vysokoškolské vzdělání. Nejvyšší procentní zastoupení měl hrubý příjem domácnosti v rozmezí 15-20 000 Kč. Nejvíce respondentů uvedlo jako své bydliště obec do 1 000 obyvatel, z toho vyplývá, že nejvíce oslovených za nákupy dojíždí z přilehlých obcí Českobudějovicka.

Dotazované respondenty (n=200) problematika životního prostředí zajímá z 83 % a 57 % respondentů dává přednost při koupi výrobkům šetrnými k životnímu prostředí.

Vzhledem k předchozím výsledkům je zajímavé, že 72 % respondentů uvedlo, že se o environmentální aktivity daného obchodu nezajímají. Environmentální aktivity daného obchodu sleduje 15 % respondentů, což je z celkového počtu (n=200) 30 dotazovaných, z toho téměř polovina sleduje informace na internetu.

I přesto, že oslovení odpověděli, že se o environmentální aktivity obchodu nezajímají, uvedli, že chtějí, aby se daný obchod zapojil aktivně do ochrany životního prostředí, s podmínkou ponechání stávajících cen.

Respondenti nejraději nakupují v hypermarketu Globus (24 %), z důvodu blízké docházkové vzdálenosti respondentů, otevírací doby, nízkých cen, příjemného personálu a šetrnému chování k životnímu prostředí.

Ze třech čtvrtin respondenti uváděli, že preferují recyklovatelné obaly a tašky, a že obchod, ve kterém nejraději nakupují, tyto tašky poskytuje.

U volné otázky „Co podle Vás dělá obchod, který používá environmentální politiku“ bylo nejvíce zodpovězeno, že chrání životní prostředí, třídí odpad, recykluje, prodává

ekologické výrobky nebo výrobky z regionu. 85 dotázaných nebylo schopno vůbec odpovědět.

U druhé volné otázky „Napadne Vás aktivita, v obchodě ve kterém nejraději nakupujete, která je spjata s ochranou životního prostředí“ se respondenti shodovali, že obchod, ve kterém nejraději nakupují, poskytuje papírové a recyklovatelné tašky, třídí odpad, recykluje obaly a odebírá použité baterie.

V rámci dotazníkového šetření byly položeny dvě pracovní hypotézy:

1. hypotéza: Neexistuje závislost mezi pohlavím a zájmem o ochranu životního prostředí

U hypotézy 1 můžeme na základě zvolené hladiny významnosti a výsledné hodnoty p-value říci, že neexistuje závislost mezi pohlavím a zájmem o ochranu životního prostředí.

2. hypotéza: Neexistuje závislost mezi věkem a sledováním environmentálních aktivit obchodu

U hypotézy 2 můžeme na základě zvolené hladiny významnosti a výsledné hodnoty p-value říci, že pravděpodobnost, že by pozorovaná závislost mezi věkem a sledováním environmentálních aktivit obchodů vznikla pouze náhodou, je menší než 5 %.

## **5.2 Shrnutí výsledků zjištěných ve zvolených obchodních podnicích**

Zvolené obchodní podniky se o ochranu životního prostředí zajímají nejen z povinnosti nařízení vlády dané zákonem, ale i z vlastní iniciativy. Všechny dotazované společnosti zahrnují ochranu životního prostředí do svých podnikatelských aktivit obchodu, a to např. prodejem regionálních a místních produktů, výsadbou zeleně v okolí prodejen, používáním úsporných žárovek, tříděním a recyklací odpadu a uzavíratelnými chladicími i mrazicími boxy. Každý obchod využívá svůj systém ochrany životního prostředí.

Dotázané obchody vedou své zaměstnance ke zvýšení ochrany životního prostředí, a to především tříděním odpadu, uzavíráním chladících a mrazících boxů, používáním šetrných mycích prostředků a na veškeré tyto činnosti spojené s odpadovým hospodářstvím dohlíží centrály jednotlivých podniků.

Jediným vlastníkem certifikátu ISO 14001 je firma Konica Minolta, která z celé analýzy vyplynula jako nejšetrnější firma v ochraně životního prostředí. I přesto, že firma Konica Minolta je vlastněna zahraničním majitelem, stejně tak jako Kaufland a Albert, je pouze tato firma, z výše uvedených, zapojena do třech evropských projektů, které si kladou za cíl chránit životní prostředí.

Ostatní podniky certifikáty ISO nevlastní anebo dotázaní nevěděli, zda tento certifikát vlastní, za toto odpovídají centrály jednotlivých podniků.

Všechny oslovené podniky odpad třídí, většinou je k tomu vede ekonomika celého podniku a legislativní nařízení. Obchodní podniky mají své smluvní partnery, které roztríděný odpad vyváží.

Podniky používají recyklovatelné obaly, tašky, u všech dotázaných jsou většinou za poplatek.

Oslovené podniky své zákazníky i veřejnosti informují v oblasti ochrany životního prostředí, kde např. Kaufland je specifický v odebrání nevratného skla a jednotlivé obchody mají svá sběrná místa na použitý odpad. Veřejnost i zákazníci jsou informováni prostřednictvím internetových stránek nebo pomocí letáků.

Certifikaci po svých dodavatelích vyžadují, ale toto je většinou v kompetenci centrály daných podniků. Všechny prodávané výrobky musí splňovat normy a nařízení platné v České republice.

V rámci strukturovaných rozhovorů ve zvolených obchodních podnicích byly stanoveny tři pracovní hypotézy:

1. hypotéza: Obchodní podniky se zajímají o ochranu životního prostředí.

Na základě rozhovorů s danými pracovníky zvolených obchodů můžeme tuto hypotézu potvrdit. U společnosti Konica Minolta byla zjištěna větší angažovanost v ochraně životního prostředí, a to nejen zapojením podniku do evropských projektů, ale také celkovou filozofií firmy.

2. hypotéza: Obchodní podniky nedostatečně informují své zákazníky o svých environmentálních aktivitách.

Z rozhovorů vyplývá, že všechny společnosti se snaží své zákazníky informovat o svých environmentálních aktivitách obchodu, např. dle prodejních míst, z letáků anebo na svých internetových stránkách. Podle mého názoru to ale není dostačující. Ne všichni zákazníci navštěvují internetové stránky obchodů, kde se např. o aktivitách mohou dozvědět více. Také dotazníkové šetření potvrdilo, že téměř tři čtvrtiny dotazovaných, se o environmentální aktivity obchodu nezajímají. Myslím si, že to vychází z nedostatečné informovanosti zákazníků, ale i veřejnosti. Proto musíme tuto hypotézu potvrdit.

3. hypotéza: Obchodní podniky mají povinnost dodržovat zákony týkající se odpadového hospodářství.



Na základě rozhovorů ve zvolených obchodních podnicích můžeme tuto hypotézu potvrdit. Všichni oslovení musejí dodržovat nařízení a vyhlášky, které jim nařizuje vláda, zejména zákon č. 185/2001 Sb.

Konica Minolta dodržuje nařízení nad rámec, protože se zapojuje do evropských projektů, které se týkají ochrany životního prostředí.

## 6 Návrhy a opatření

Následující návrhy a opatření jsou určeny obecně pro všechny zkoumané obchodní podniky, kde byly provedeny řízené rozhovory.

Doporučila bych ve všech zkoumaných podnicích prodej recyklovatelných igelitových tašek za symbolickou cenu (2 Kč). Při předpokládaných nákladech na jednu tašku 0,60 Kč, by čistý zisk z prodané tašky činil 1,40 Kč. Náklady vynaložené na výrobu tašky se liší podle počtu odebraného množství. Peníze získané z prodeje těchto tašek by mohly být použity např. na ekologicky úsporné projekty, které mají za cíl chránit životní prostředí. Jednou z možností by mohlo být vytvoření účelového fondu přes Státní fond životního prostředí, který by tyto příspěvky shromažďoval a ve formě dotací na základě podaných žádostí s určitými náležitostmi, by je jednotlivým obchodním podnikům poskytoval. Např. na pořízení energeticky úsporných uzavíratelných chladících a mrazících boxů, úsporných žárovek anebo kontejnerů pro usnadnění recyklace a likvidace odpadu. Tento účelový fond by byl určen pouze pro obchodníky, kteří by se aktivně zapojili do tohoto projektu.

Dalším návrhem by mohlo být větší zapojení agentur, které jsou zaměřené na ochranu životního prostředí, jako jsou např. CENIA, ČIZP<sup>8</sup> nebo EEA<sup>9</sup>. Na základě podnětů vycházejících z požadavků obchodních podniků by byly vytvořeny jednotné pokyny nebo-li metodika pro obchodní podniky, které by jim pomohly lépe se orientovat v problematice environmentálních aktivit.

Stejně tak jako Jednota České Budějovice upřednostňuje tuzemské a regionální dodavatele, tak by ji měly v tomto trendu následovat všechny uvedené analyzované podniky. Upřednostněním místních dodavatelů se snižuje dopad na životní prostředí, zejména snížením ekologické stopy při přepravě produktů. Cílem každého obchodníka je samozřejmě na prvním místě dosažení zisku, ale v dnešní době spotřebitelé upřednostňují kvalitní místní produkty, a tím dle mého názoru dochází k ovlivnění zisku danou poptávkou.

---

<sup>8</sup> Česká inspekce životního prostředí

<sup>9</sup> Evropská agentura pro životní prostředí

Dalším návrhem je ucelení a zjednodušení platné legislativy a právních předpisů v oblasti odpadového hospodářství. Jednotlivé vyhlášky seskupit do přehledného celku, které by pomohly obchodním podnikům přehledněji čerpat informace o odpadovém hospodářství.

Další možností uplatnění environmentálních prvků ve zkoumaných obchodních podnicích je vlastní výstavba solárních panelů, popř. solárních stromů, které by vyráběly energii z obnovitelných zdrojů. Např. v Rakousku se využívá solární energie v podobě zastřešených parkovišť, kde je střecha celého parkoviště pokryta solárními panely, resp. solárními stromy. Např. společnost Tesco má solární panely umístěné na střechách svých prodejen, což je menší investice než zastřešování celého parkoviště. Z uvedených možností by si mohli obchodníci vybrat, která z variant by jim více vyhovovala.

Energetická návratnost panelů, za kterou vyrobí panel tolik energie, kolik je potřeba na jeho výrobu, je přibližně 3 roky. Investice do fotovoltaické elektrárny se vrátí přibližně za 7 až 10 let, kde je garantována cena po dobu 20 let. Výrobci garantují životnost 25 let, 90% účinnost po 12 letech a 80% účinnost po 25 letech. Solární stromy, solární panely nevytvářejí žádný odpad a může se tím ušetřit až 10 tun škodlivých emisí ročně. Výrobci této energie mají právo na zelený bonus, který představuje finanční prémii za to, že si výrobce sám zajistí spotřebu bez využití distribuční sítě. Bonus se pohybuje ve výši 2,86 Kč/kWh.[30]

U dodávky pouze do sítě, při investičních nákladech 1 200 000 Kč, při výkonu 30 kWp, je návratnost investice za 8 let. U zeleného bonusu, při investičních nákladech 645 000 Kč a výkonu 15 kWp, je návratnost investice za 7 let.

Od roku 2014 by měly být, dle ředitelky Energetického regulačního úřadu, podporovány nové fotovoltaické elektrárny pomocí investiční podpory v kombinaci z akumulací ze sítě – tzv. Net Metering.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Net Metering – podpora fotovoltaiky, která funguje tak, že provozovatel fotovoltaiky, který nespotřebuje vyrobený přebytek energie sám, dodá přebytek energie do sítě bez nároku na výkupní cenu a tím získává právo, odebrat si elektřinu v určitém časovém úseku zdarma, ve stejném množství.

Cena panelů se odvíjí od velikosti, výkonu a použité výrobní technologie. Firma Sorbi nabízí panely od 600 Kč bez DPH, při výkonu 25W, rozměru 643 x 1255 x 38 mm, kde garantují výkon 80 % po dobu 20 let.

Posledním společným návrhem by mohlo být zapojení zvolených obchodních podniků do evropských projektů zabývajících se ochranou životního prostředí, stejně jako to činí Konica Minolta. Zapojení firem do evropských projektů jim přináší nejen zviditelnění na mezinárodním trhu, ale také např. peníze na výzkum trhu a vývoj nových produktů.

Následující návrhy a opatření budou určeny pro jednotlivé obchodní podniky, ve kterých průzkum probíhal.

Pro společnost Kaufland v Českých Budějovicích bych navrhovala zaměřit se na odebírání produktů od regionálních dodavatelů. Na základě rozhovoru s panem Vinšem doporučuji výstavbu vlastní malé solární elektrárny, v podobě krytých parkovišť, kde by byly umístěny solární panely. Energie z této elektrárny by se dala využít pro plánovanou budoucí výstavbu dobíjecích stanic pro elektromobily.

Pro Jednotu České Budějovice bych navrhovala lépe informovat své zákazníky o zapojení svých prodejen do ochrany životního prostředí. Např. vytvořením sběrných míst na zpětný odběr baterií, žárovek anebo malých elektrozařízení.

U firmy Konica Minolta bylo velmi obtížné navrhnout vhodné přístupy a doporučení k vyšší ochraně životního prostředí. Tato firma má ochranu životního prostředí ve své obchodní filozofii. Zde by se dala navrhnout výstavba vlastní elektrárny z obnovitelných zdrojů a lepší informovanost veřejnosti a svých zákazníků o zapojení firmy do evropských projektů týkající se ochrany životního prostředí, což v České Republice není u obchodních podniků úplně běžné.

Albertu bych doporučila používat modernější technologie, které budou využity zejména pro osvětlení a vytápění prodejny. Vytvořit koncept, který by měl za cíl modernizovat osvětlovací tělesa, a tím by mohla prodejna ušetřit na elektrické energii. Z analýzy vyplynulo, že úspora elektrické energie je do budoucna jejich prioritou.

Chladicí a mrazicí boxy určené např. na mléčné produkty nebo obsluhované úseky uzavřít skleněnými dveřmi, které budou pomáhat šetřit energii, ale také udržovat kvalitu

potravin. Tímto by ubyla povinnost zaměstnanců, kteří mají za úkol po pracovní době všechny boxy uzavírat.

Pro Trefu Olešník bych navrhovala rozsáhlejší modernizaci vybavení prodejny, která by měla za cíl zlepšit ochranu životního prostředí. Jedná se např. o novější typy chladících zařízení, izolace střechy, zateplení prodejny. Zavést pro zákazníky papírové tašky, které by zákazníci, žijící převážně na vesnici, dle mého názoru zcela jistě ocenili, hlavně z důvodu snadnější likvidace. Vhodná by byla také výsadba zeleně v okolí prodejny, zejména okrasných stromků a květin. Uvedená navrhovaná opatření by měla na prodejnu ekonomický dopad ve snížení fixních nákladů.

## 7 Závěr

Záměrem této diplomové práce na téma „Uplatnění environmentálních přístupů v obchodních podnicích“ bylo zjistit úroveň a formu uplatňování prvků environmentálního managementu v obchodních podnicích z pohledu zákazníka i z pohledu obchodních podniků. Dále identifikace přístupů šetrných k životnímu prostředí, opatření a návrhy týkající se životního prostředí pro obchodní podniky.

Forma uplatňování environmentálních přístupů z pohledu zákazníka byla zkoumána na základě dotazníkového šetření.

V rámci dotazníkového šetření bylo zjištěno, že 83 % respondentů z celkového počtu (n=200) se o ochranu životního prostředí zajímá a 57 % respondentů dává přednost při koupi výrobkům šetrnými k životnímu prostředí.

Vzhledem k předchozím výsledkům bylo zajímavé, že 72 % respondentů uvedlo, že je environmentální aktivity podniků nezajímají. Environmentální aktivity sleduje jen 15 % respondentů, což je z celkového počtu 200 respondentů jen 30 dotazovaných, kde téměř jedna polovina sleduje informace na internetu.

Z analýzy dotazníkového šetření dále vyplynulo, že respondenti nejraději nakupují v hypermarketu Globus (24 %), a to z důvodu blízké docházkové vzdálenosti, nízkých cen, otevírací doby, příjemného personálu a šetrnému chování k životnímu prostředí.

Respondenti z třech čtvrtin uváděli, že preferují recyklovatelné obaly a tašky, a že obchod, ve kterém nakupují, recyklovatelné tašky poskytuje.

Aktivity, které by měly směřovat k ochraně životního prostředí v obchodech, respondenti nejčastěji uváděli třídění odpadu, poskytování recyklovatelných a papírových tašek, odebírání použitých baterií a recyklování obalů.

Na otázku, zda respondenti vědí, co dělá obchod, který používá environmentální politiku, bylo nejvíce zodpovězeno, že chrání životní prostředí, třídí odpad, recykluje, prodává ekologické výrobky nebo výrobky z regionu.

V rámci dotazníkového šetření byly stanoveny dvě pracovní hypotézy. První pracovní hypotéza se týkala závislosti mezi pohlavím a ochranou životního prostředí, kde na

základě zvolené hladiny významnosti a výsledné hodnoty p-value bylo zjištěno, že mezi pohlavím respondentů a ochranou životního prostředí neexistuje závislost. Druhá pracovní hypotéza se týkala závislosti mezi věkem a sledováním environmentálních aktivit obchodu. Na základě zvolené hladiny významnosti a zvolené hodnoty p-value byla zjištěna závislost mezi věkem a sledováním environmentálních aktivit obchodu.

V rámci analýzy uplatňování environmentálních prvků v obchodních podnicích byly analyzovány následující obchody – Kaufland, Jednota České Budějovice, Albert, Konica Minolta a Trefa Olešník.

Analýza probíhala prostřednictvím řízených rozhovorů s hlavními představiteli zvolených podniků.

Z řízených rozhovorů vyplynulo, že všechny dotazované obchody se o ochranu životního prostředí zajímají a zároveň ji zahrnují do svých podnikatelských aktivit, např. prodejem regionálních a místních potravin, používáním úsporných žárovek, tříděním a recyklací odpadu a uzavíratelnými chladícími i mrazícími boxy.

Všechny dotázané obchody vedou své zaměstnance ke zvýšení ochrany životního prostředí, a to zejména tříděním odpadu, uzavíráním chladících a mrazících boxů, používáním šetrných mycích prostředků. Na veškeré tyto činnosti spojené s odpadovým hospodářstvím dohlíží centrály jednotlivých podniků.

Ke třídění odpadu je také vede ekonomika celého podniku a legislativní nařízení. Všechny oslovené obchodní podniky mají své smluvní partnery, které rozříděný odpad vyváží.

Zvolené podniky informují v oblasti životního prostředí své zákazníky i veřejnost, kde např. Kaufland je specifický v odebrání nevratného skla a jednotlivé obchody mají svá sběrná místa na použitý odpad.

Většinou podniky své zákazníky o svých environmentálních aktivitách informují prostřednictvím internetových stránek a za pomoci letáků.

Jediným vlastníkem certifikátu ISO 14001 je firma Konica Minolta, která z celé analýzy vyplynula jako nejšetrnější firma v ochraně životního prostředí. Ostatní podniky

certifikáty ISO nevlastní anebo dotázaní nevěděli, zda tento certifikát vlastní, to je v kompetenci centrály.

V rámci analýzy v podnicích byly zvoleny následující tři hypotézy.

První hypotéza zněla, zda se obchodní podniky zajímají o ochranu životního prostředí. Na základě rozhovorů s danými pracovníky obchodních podniků byla tato hypotéza potvrzena. Druhá hypotéza byla, zda obchodní podniky nedostatečně informují své zákazníky o svých environmentálních aktivitách. Z rozhovorů vyplynulo, že všechny oslovené podniky se snaží své zákazníky informovat o svých environmentálních aktivitách obchodu, např. dle prodejních míst, z letáků či na svých internetových portálech. Dle mého názoru a také na základě analýzy z dotazníkového šetření toto není dostačující. Hypotézu jsme tudíž museli potvrdit. Třetí hypotéza, která zněla, zda obchodní podniky mají povinnost dodržovat zákony týkající se odpadového hospodářství, byla na základě analýzy ve zvolených podnicích potvrzena.

Na základě získaných dat z analýzy podniků byla doporučena následující opatření.

Všem podnikům bych doporučila prodej recyklovatelných igelitových tašek za symbolickou cenu (2 Kč), kde by získané peníze byly použity na ekologické projekty s cílem chránit životní prostředí. Jednou z možností by mohlo být vytvoření účelového fondu přes Státní fond životního prostředí.

Dále bylo doporučeno všem obchodním podnikům, vyjma Jednoty Č. Budějovice, upřednostnit tuzemské a regionální dodavatele.

Dalším návrhem je ucelení platné legislativy a právních předpisů do přehledného celku, ze kterého by podniky mohly čerpat informace o odpadovém hospodářství.

Další možnost, jak uplatnit environmentální prvky do obchodů je výstavba malé elektrárny-solárních stromů, která by vyráběla energii z obnovitelných zdrojů.

Společnosti Kaufland bylo doporučeno odebírání produktů od regionálních dodavatelů a výstavba malé vlastní solární elektrárny-solárních stromů, která by mohla být využita v budoucnu, až dojde k výstavbě dobíjecích stanic pro elektromobily. K výstavbě by mělo dojít během v horizontu třech let.



Jednota České Budějovice by měla lépe informovat zákazníky o zapojení svých prodejen do ochrany životního prostředí. Vytvořit kampaně, kde by se zákazníci i veřejnost více dozvěděla např. o sběrných místech ke zpětnému odběru použitých výrobků.

Konica Minolta má velmi dobře propracovanou strategii týkající se uplatnění prvků ochrany životního prostředí v podniku. Zde byla navržena lepší informovanost veřejnosti a zákazníků do zapojení firmy do evropských projektů, což by mohlo být návodem pro ostatní podniky, jak lépe pracovat s prvky ochrany životního prostředí nejen v rámci podniku.

Albertu byla doporučena modernější technologie, které budou využity zejména pro osvětlení a vytápění prodejny. Vytvořit koncept k modernizaci osvětlovacích těles a na chladičích a mrazičích boxy nainstalovat skleněné dveře, čímž by se boxy uzavřely, a to by mělo za cíl šetřit elektrickou energii a udržovat kvalitu potravin.

Pro Trefu Olešník byla navržena modernizace obchodu nebo výsadba zeleně v okolí provozovny. Zavést papírové tašky, které by zákazníci žijící na vesnici, zcela jistě ocenili, hlavně z důvodu snadnější likvidace.

## **8 Summary**

The main intention of this thesis “Application of environmental approaches to business enterprises” was to define the level and form of application elements of environmental management in business enterprises from the views of customer and companies. As well as to identify approaches environmentally friendly, actions and suggestions related to the environment for business enterprises.

Form of application of environmental approaches from the customer's perspective was investigated on basis of survey.

The survey found that 83 % of the total number of respondents (n = 200) is interested in environmental protection and 57 % of respondents prefer to buy products environmentally friendly.

Due to previous, results it was interesting that 72 % of respondents said that they are not interested in the environmental activities of companies. Only 15 % of respondents monitor the environmental activities, which is only 30 respondents of the total number of 200 respondents; nearly half watch the information on the Internet.

The analysis of the survey also showed that respondents prefer to shop in a hypermarket Globus (24 %), because of its close walking distance, low prices, opening hours, friendly staff and a respectful attitude towards the environment.

Three-quarters of respondents stated that they prefer recyclable containers and bags, and that the store where they usually do purchases, provides recyclable bags.

The respondents most often mentioned as activities that should be directed to the protection of the environment in the stores, sorting of waste, providing recyclable or paper bags, accepting of the used batteries and recycling of the packaging.

When asked whether respondents know what is doing store that uses environmental policy, most answered that protects the environment, sort the waste, recycles, sells ecologic products or products from the region.

In the questionnaire survey were asked two working hypotheses. The first was related to the relationship between sex and environmental protection, where on the basis of the

chosen significance level and the resulting value “p” was found that there is no dependence between the sex of the respondents and environmental protection. The second working hypothesis concerned the relationship between age and environmental monitoring of activities of the store. Based on the chosen level of significance and the value selected “p”, the dependence was found between age and environmental monitoring activities of trade.

In an analysis of the application of environmental elements in commercial enterprises were analyzed following shops - Kaufland, Jednota České Budějovice, Albert, Konica Minolta a Trefa Olešník.

The analysis was carried out through structured interviews with key representatives of selected companies.

The structured interviews indicated that all businesses surveyed are interested in environmental protection and at the same time it is included in their business activities, such as selling local and regional food, using energy-saving light bulbs, sorting and recycling of waste and closable refrigerators and freezers.

All the surveyed stores lead their employees to improve environmental protection, especially waste sorting, closing refrigerators and freezers, using friendly detergents. At all of these activities related to waste management oversees the headquarters of companies.

The sorting of waste is also based on the enterprise economy and legislative regulation. All addressed business enterprises have their contractual partners, which take away assorted waste.

The selected firms shall inform its customers and the public in the environment, where e.g. Kaufland is specific by accepting irreversible glass; and individual stores have their own collection points for waste.

Mostly the companies inform their customers by websites and flyers.

The only owner of the ISO 14001 certification is the company Konica Minolta, which resulted from the analysis as the most environmentally friendly company in environmental protection. Other businesses do not own any ISO certificates

or respondents did not know whether the certificate owns, as it is the responsibility of headquarters.

The analysis in companies were selected the following three hypotheses.

The first hypothesis was that the commercial businesses are interested in protecting the environment. Based on interviews with the employees of commercial enterprises, this hypothesis was confirmed. The second hypothesis was that commercial enterprises inadequately inform their customers about their environmental activities. The interviews revealed that all the addressed companies are trying to inform their customers about their environmental activities, e. g. in their stores, by flyers or on their websites. In my opinion and based on the analysis of the survey, this is not sufficient. Therefore the hypothesis had to be confirmed. A third hypothesis, whether business enterprises have the obligation to comply with laws relating to waste management, was confirmed based on an analysis of selected companies.

## 9 Přehled použité literatury

- [1] KREUZ J., VOJÁČEK O. *Firma a životní prostředí*. Praha: Oeconomica, 2007, 264s. ISBN: 978–80-245–1254-9
- [2] *Zákon Federálního shromáždění ČSFR č. 17/1992 Sb.* [online] mzp.cz [cit. dne 2011-11-04] Dostupné z WWW:  
<<http://www.mzp.cz/www/platnalegislativa.nsf/d79c09c54250df0dc1256e8900296e32/5b17dd457274213ec12572f3002827de?OpenDocument>>
- [3] BARROW J. CH. *Environmental management. Principles and Practice*, Routledge, 1999, 329s., ISBN: 0–415-18561–0
- [4] MEZŘÍCKÝ V. *Environmentální politika a udržitelný rozvoj*. Praha: STOPRO s.r.o., 207s. ISBN: 80–7367-003–8
- [5] *Environmentální politika* [online] mzp.cz [cit. dne 2011-11-04] Dostupné z WWW:  
<[http://www.mzp.cz/cz/environmentalni\\_politika\\_nastroje](http://www.mzp.cz/cz/environmentalni_politika_nastroje)>
- [6] ŠAUER P., KREUZ J., DVOŘÁK A., LISA A., PRÁŠEK J. *Hodnocení efektivnosti implementace environmentálních politik*. Praha: Cenia, 2009, 160s. ISBN: 978–80-85087–80-2
- [7] *EMS* [online] [cit. dne 2011-11-04] Dostupné z WWW:< [http://www.cert-aco.cz/14001\\_01.htm](http://www.cert-aco.cz/14001_01.htm)>
- [8] DELMAS M., TOFFEL W. M. *Stakeholders and environmental management practices: an institutional framework*, 2004, 14s., 209–222
- [9] *EMAS* [online] cenia.cz [cit. dne 2011-11-04] Dostupné z WWW:  
<[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/CENMSFZS9TOS](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/CENMSFZS9TOS)>
- [10] *EMAS* [online] cenia.cz [cit. dne 2011-11-04] Dostupné z WWW:  
<[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/CENMSFZUDZ1G](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/CENMSFZUDZ1G)>
- [11] *EMAS* [online] cenia.cz [cit. dne 2011-11-04] Dostupné z WWW:  
<[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPMSFHOCHD5/\\$FILE/ProgramEMASvCR.pdf](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPMSFHOCHD5/$FILE/ProgramEMASvCR.pdf)>

- [12] Rada EMAS [online] cenia.cz [cit. dne 2011-11-04] Dostupné z WWW: <[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/CENMSFZT3NVE/\\$FILE/aktualizovany\\_program\\_emas.pdf](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/CENMSFZT3NVE/$FILE/aktualizovany_program_emas.pdf)>
- [13] *INEM* [online] [cit. dne 2012-12-27] Dostupné z WWW: <<http://www.inem.org/default.asp?Menu=3>>
- [14] *Obchod a životní prostředí* [online] [cit. dne 2011-12-20] Dostupné z WWW: <[http://www.cemc.cz/aspekty/vyber\\_z\\_clanku/obchod/dokumenty/2.pdf](http://www.cemc.cz/aspekty/vyber_z_clanku/obchod/dokumenty/2.pdf)>
- [15] REMTOVÁ K., *Strategie podniku v péči o životní prostředí*. Praha: Oeconomica, 2006, 102s., ISBN: 80-245-1086-3
- [16] *Environmentální značení* [online] [cit. dne 2011-12-20] Dostupné z WWW: <[http://www.mzp.cz/cz/environmentalni\\_znaceni](http://www.mzp.cz/cz/environmentalni_znaceni)>
- [17] *Ekoznačení* [online] [cit. dne 2011-12-20] Dostupné z WWW: <[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPMSFHNSY0V](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPMSFHNSY0V)>
- [18] *Ekoznačení EU* [online] [cit. dne 2011-12-20] Dostupné z WWW: <[http://www.mzp.cz/cz/vyvoj\\_a\\_zabezpeceni\\_znaceni](http://www.mzp.cz/cz/vyvoj_a_zabezpeceni_znaceni)>
- [19] *LCA* [online] [cit. dne 2011-12-20] Dostupné z WWW: <<http://www.lca.cz/cz/106-co-je-lca>>
- [20] *Odpadové hospodářství* [online] [cit. dne 2011-12-20] Dostupné z WWW: <[http://www.mzp.cz/cz/odpadove\\_hospodarstvi](http://www.mzp.cz/cz/odpadove_hospodarstvi)>
- [21] *Zpětný odběr výrobků* [online] [cit. dne 2011-12-21] Dostupné z WWW: <[http://www.mzp.cz/cz/zpetny\\_odber\\_vyrobku](http://www.mzp.cz/cz/zpetny_odber_vyrobku)>
- [22] *EKO-KOM* [online] [cit. dne 2013-01-05] Dostupné z WWW: <<http://www.ekokom.cz/cz/ostatni/o-spolecnosti/system-eko-kom/o-systemu>>
- [23] *ISPOP* [online] [cit. dne 2013-01-05] Dostupné z WWW: <<https://www.ispop.cz/magnoliaPublic/cenia-project/uvod/oispop.html>>
- [24] REMTOVÁ K. a kolektiv, *Dobrovolné environmentální aktivity-orientační příručka pro podniky*. Praha: 2005, projekt 1C/4/25/04,40s.

- [25] *Jednota ČB* [online] [cit. dne 2013-03-01] Dostupné z WWW:<  
<http://www.jednotacb.cz/informace-o-jednote/>>
- [26] *Kaufland* [online] [cit. dne 2013-03-01] Dostupné z WWW:<  
[http://www.kaufland.cz/Home/05\\_Spolecnost/006\\_Skupina\\_Kaufland/index.jsp](http://www.kaufland.cz/Home/05_Spolecnost/006_Skupina_Kaufland/index.jsp)>
- [27] *Albert* [online] [cit. dne 2013-03-01] Dostupné z WWW:< <http://www.albert.cz/o-nas/o-spolecnosti/profil-spolecnosti/>>
- [28] *Trefa* [online] [cit. dne 2013-03-02] Dostupné z WWW:<  
<http://www.trefasupermarket.cz/prodejny-trefa/>>
- [29] *Zákon 185/2001 Sb.* [online] [cit. dne 2013-04-02] Dostupné z WWW:<  
<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/odpady/cast6.aspx>>
- [30] *Solární panely* [online] [cit. dne 2013-07-15] Dostupné z WWW:<  
<http://www.solarhaus.cz/otazky-a-odpovedi>>

## 10 Seznam obrázků, tabulek a grafů

Obrázek 1 EMAS .....	14
Obrázek 2 Demingův model .....	15
Obrázek 3 Diagram EMAS .....	16
Obrázek 4 Ekologicky šetrný výrobek .....	22
Obrázek 5 „The Flower“ .....	22
Obrázek 6 Schéma životního cyklu .....	24
Obrázek 7 Schéma EKO-KOM .....	27
Obrázek 8 Sběrná místa společnosti Kaufland .....	47
Tabulka 1 Environmentální politika v obchodě dle odpovědí respondentů .....	39
Tabulka 2 Aktivity spjaté s ochranou životního prostředí v obchodě dle respondentů ..	40
Tabulka 3 Pohlaví a ochrana životního prostředí .....	41
Tabulka 4 Věk a environmentální aktivity obchodu .....	43
Tabulka 5 Srovnání odpovědí ze zvolených podniků .....	54
Graf 1 Pohlaví respondentů .....	30
Graf 2 Věk respondentů v závislosti na pohlaví .....	30
Graf 3 Nejvyšší dosažené vzdělání .....	31
Graf 4 Hrubý příjem domácnosti .....	32
Graf 5 Bydliště .....	32
Graf 6 Zajímá Vás problematika ochrany životního prostředí .....	33
Graf 7 Dáváte přednost při koupi výrobkům šetrným k životnímu prostředí .....	34
Graf 8 Sledujete informace o environ. aktivitách obchodu, ve kterém nejraději nakupujete .....	34
Graf 9 Sledování environ. aktivit obchodu .....	35
Graf 10 Zapojení obchodu do ochrany životního prostředí .....	36
Graf 11 Ve kterém obchodě nejraději nakupujete .....	36
Graf 12 Míra nákupu-proč v daném obchodě nejraději nakupujete .....	37
Graf 13 Preferujete recyklovatelné obaly, popř. tašky .....	38



Graf 14 Poskytuje obchod, ve kterém nejraději nakupuje recyklovatelné obaly.....	38
Graf 15 Závislost pohlaví na ochraně životního prostředí.....	42
Graf 16 Věk a environ. aktivity obchodu .....	44

## 11 Přílohy

### Příloha 1

#### **Otázky, které byly pokládány v obchodních podnicích**

- 1) Zajímáte se jako obchod o ochranu životního prostředí?
- 2) Zahrnujete ochranu životního prostředí do podnikatelských aktivit obchodu?  
Pokud ano, jakým způsobem?
- 3) Které prvky, týkající se ochrany životního prostředí (OŽP), jsou ve „Vaší“  
prodejně uplatněny?
- 4) Vedete své zaměstnance ke zvýšení OŽP?
- 5) Je obchod vlastníkem certifikátu ISO 14001 či EMS? Pokud ne, měli byste  
zájem, aby obchod měl certifikaci?
- 6) Odpadové hospodářství-> Třídíte odpad? Co Vás k tomu vede?
- 7) Používáte recyklovatelné obaly, tašky? Pokud ano, jsou spotřebitelům  
k dispozici zdarma?
- 8) Informujete o Vašich aktivitách v oblasti OŽP své zákazníky-jak?
- 9) Informujete o Vašich aktivitách v oblasti OŽP veřejnost-jak?
- 10) Vyžadujete nějakou certifikaci po svých dodavatelích?

## Příloha 2

### Dotazník

Dobrý den, jmenuji se Ivana Svatková a jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Ve své diplomové práci se věnuji problematice uplatňování prvků environmentálního managementu v obchodních podnicích. Chtěla bych Vás požádat o vyplnění dotazníku. Vaše odpovědi jsou anonymní a budou sloužit pouze pro statistické účely.

**1/ Zajímá Vás problematika ochrany životního prostředí?**

- Ano  Ne

**2/ Dáváte přednost při koupi výrobkům šetrným k životnímu prostředí?**

- Ano  Ne  Je mi to jedno

**3/ Setkali jste se v obchodě, ve kterém nakupujete, že by zboží bylo označeno značkou EKOLOGICKY ŠETRŇÝ VÝROBEK?**

- Ano  Ne  Nevím

**4/ Sledujete informace o environmentálních aktivitách obchodu, ve kterém nakupujete?**

- Ano  Ne  Nerozumím této problematice

**5/ Pokud ano, tak kde?**

- tisk  internet  TV  rozhlas  jiný

**6/ Chcete, aby se obchod, ve kterém nejčastěji nakupujete, zapojil aktivně do ochrany životního prostředí?**

- Ano, ale musí ponechat stávající ceny  Ano, zvýšení cen nevadí  Ano, je již zapojen

- Ne  Je mi to jedno

**7/ Co podle Vás dělá obchod, který používá environmentální politiku?**

---

**8/ Ve kterém obchodě nejradši nakupujete? Vyberte jen jednu z možných odpovědí.**

- Terno  Globus  Tesco  Penny Market  Albert  
 Kaufland  Interspar  Billa  Makro  Jiný

**9/ Do jaké míry, pro výše zvolený obchod, platí podle Vás, následující tvrzení?  
1= rozhodně ano; 5= rozhodně ne.**

Vždy zde koupím, co potřebuji  
 Otevírací doba je vyhovující  
 Blízká docházková vzdálenost  
 Nízké ceny  
 Příjemný personál  
 Chová se šetrně k životnímu prostředí  
 Struktura obchodu mi vyhovuje

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

10/ Napadne Vás aktivita, v obchodě ve kterém nejraději nakupujete, která je spjata s ochranou životního prostředí?

---

11/ Preferujete recyklovatelné obaly, popř. tašky?

Ano  Ne

12/ Poskytuje obchod, ve kterém nejraději nakupujete, recyklovatelné tašky?

Ano  Ne

13/ Pohlaví

ŽENA  MUŽ

14/ Věk

18-25 let  46-55 let  
 26-35 let  56-65 let  
 36-45 let  více než 65 let

15/ Nejvyšší dosažené vzdělání

základní  střední s maturitou  vysokoškolské  
 střední bez maturity  vyšší odborné

16/ Hrubý příjem Vaší domácnosti se pohybuje v intervalu

do 10 000 Kč  20 000-25 000 Kč  40 000 Kč a více  
 10 000-15 000 Kč  25 000-30 000 Kč  
 15 000-20 000 Kč  30 000-40 000 Kč

17/ Bydliště

Obec do 1000 obyvatel  
 Obec od 1001-3000 obyvatel  
 Obec od 3001-10 000 obyvatel  
 Obec od 10 001-50 000 obyvatel  
 Obec od 50 001-100 000 obyvatel  
 Obec od 100 001-900 000 obyvatel

Děkuji Vám za spolupráci a čas při vyplňování dotazníku!

**Příloha 3 Certifikát ISO 14001:2004 firmy Konica Minolta Business Technologies**

Year Product  
2000-2015



**DET NORSKE VERITAS  
MANAGEMENT SYSTEM CERTIFICATE**

Certificate No. 1526-2000-AE-RGC-RvA

*This is to certify that*

**Konica Minolta Business Technologies (Dongguan) Co., Ltd.**

No. 1 Minolta Road, New City Centre, Shikang Tower, Dongguan City, Guangdong Province, P.R. China

*has been found to conform to the Management System Standard:*

**ISO 14001:2004**

*This Certificate is valid for the following product or service ranges:*

**Manufacture of Multi-Function Copying Machines (Copy, Print, Scan, Fax);  
Multi-Function Laser Beam Printers (Copy, Print, Scan, Fax);  
Plastic Injection Moulded Parts and Punching Metal Parts.**

*Initial Certification date:*

March 21<sup>st</sup>, 2000

*Place and date:*

Shanghai, February 27<sup>th</sup>, 2012

*This Certificate is valid until:*


March 21<sup>st</sup>, 2015



*for the Accredited Unit:*  
DNV CERTIFICATION B.V.,  
THE NETHERLANDS

*The audit has been performed under the supervision of*

Li Wei Wen  
Lead Auditor

  
Chen Yi  
Management Representative

Link of fulfillment of conditions as set out in the Certification Agreement may render this Certificate invalid  
Det Norske Veritas DNV • P.O. Box 1223 • 2004 AA Rotterdam • The Netherlands • Tel: +31 (0)20 293 2900 • www.dnv.com • www.dnv.com



## CERTIFIKÁT SYSTÉMU ŘÍZENÍ JAKOSTI

*Certifikát č. 1526-2000-AE-RGC-RvA*

*Tímto se ověřuje, že*

*SYSTÉM ŘÍZENÍ KVALITY SPOLUČNOSTI*

**Konica Minolta Business Technologies (Dongguan) Co., Ltd.**

*Minolta Road 1, New City Centre, Shilong Town, Dongguan City, provincie Guangdong, Čína*

*ODPOVÍDÁ SYSTÉMU NOREM ŘÍZENÍ KVALITY*

*ISO 14001:2004*

*Tento certifikát platí pro následující produkty nebo oblasti služeb:*

**Výroba multifunkčních kopírovacích zařízení (kopírky, tiskárny, skenery, faxy);  
Multifunkčních laserových zařízení (kopírky, tiskárny, skenery, faxy);  
Plastových dílů vyráběných injekčním vstřikováním a ražených/vystřihovaných kovových dílů**

*Datum původní certifikace*  
21. března 2000

*Tento certifikát je platný do:*  
21. března 2015

*Audit byl proveden pod dohledem*  
Li Wei Wen  
veřejný auditor

*Logo*  
M&M L&S  
RvA 0024

*Místo a datum*  
Šanghaj, 27. února 2012

*Za akreditaci jednalo*  
DNV Certifikaten B.V.,  
Nizozemsko

*podpis*  
Chen Yi  
předseda řízení

*Neplnění podmínek stanovených v certifikační dohodě (Certification Agreement) může způsobit neplatnost tohoto certifikátu*

### Tlumočnická doložka

Jako tlumočnický jazyk anglického jazyka jsem ustanoven rozhodnutím Krajského soudu v Brně ze dne 5. listopadu 1991  
č.j. Spr. 2802/91 stv.uzn) že překlad doslovně souhlasí s textem přiloženého dokumentu.  
V překladu nebyly učiněny žádné doplňky nebo škrty.

V Brně dne 15.3.2012

Ing. Petr Procházka  
tlumočnick



AIBACK linguistic consulting s.r.l. s. r. o.  
telefonní a písemná tlumočnická služba  
[www.aiback.cz](http://www.aiback.cz)

## Příloha 4 Žádost o souhlas k nakládání s nebezpečnými odpady

### Žádost o souhlas k nakládání s nebezpečnými odpady

§ 16, odst.3 zákona č. 185/2001 Sb. o odpadech b v platném znění

Název, právní forma, sídlo právnické osoby nebo jméno a příjmení, obchodní firma, bydliště, místo podnikání, liší-li se od bydliště :			
IDENTIFIKAČNÍ ČÍSLO :			
Jméno, příjmení a trvalé bydliště fyzické osoby (osob) oprávněné jednat jménem žadatele:			
Kopie podnikatelského oprávnění (živnostenský list, výpis z OR, živovací listina, rozhodnutí o registraci nestátního zprav. zařízení):			
Jméno a příjmení odpačového hospodáře a doklady o jeho odborné způsobilosti dle § 15 odst. 6 zákona, pokud vzniká povinnost ustanovení dle § 15			
Seznam odpadů, se kterými bude nakládáno, jejich množství a způsob nakládání s nimi:			
Kód druhu odpadu	Název druhu odpadu	Kategorie	Produkce výrobků
<p>Shromažďování odpadů § 5 vyhlášky MŽP č.383/2001 Sb. o podrobnostech nakládání s odpady :</p> <p>Nebezpečné odpady jsou na místě k tomu určeném odděleně shromažďovány do vhodných shromažďovacích prostředků. Na shromažďovacím prostředku nebezpečného odpadu je uvedeno katalogové číslo a zkrácený název shromažďovaného nebezpečného odpadu, jméno a příjmení osoby odpovědné za obsluhu a údržbu shromažďovacího prostředku a místo nakládání vybavené identifikačními listy NO. Pravidelný odběr nebezpečných odpadů je smluvně zajištěn u oprávněné firmy. O množství produkce a předávání nebezpečných odpadů je vedena průběžná evidence a podáváno další hlášení dle přílohy č. 20 k vyhlášce č. 383/2001 Sb.</p>			
Razítko a podpis:			



**Příloha 5 Protokol o opadu**

Firma IČO		Provozovna Adresa		Oprávněná osoba	
Kód odpadu					
Název druhu odpadu					
Týden	Nová dávka t	Celkem t	Způsob nakládání	Firma IČO	
1				28	
2				29	
3				30	
4				31	
5				32	
6				33	
7				34	
8				35	
9				36	
10				37	
11				38	
12				39	
13				40	
14				41	
15				42	
16				43	
17				44	
18				45	
19				46	
20				47	
21				48	
22				49	
23				50	
24				51	
25				52	
26				53	
27					
				SI, MA	0

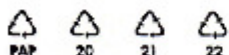
## Příloha 6 Brožurka třídění odpadu

Třídít se dá skoro vše. Na nejčastěji produkováné odpady slouží barevné kontejnery, se kterými se běžně na ulicích setkáváte. Na jednotlivých kontejnerech naleznete nálepky, které přesně popisují, co do kterého kontejneru patří a co ne.

### PAPÍR

**Do modrých nádob můžete odhodit:**

- ✓ noviny, časopisy, reklamní letáky,
- ✓ kancelářský papír,
- ✓ knihy, sešity,
- ✓ krabice, lepenka, kartón,
- ✓ papírové obaly (např. sáčky)



**Prosím, nevhazujte:**

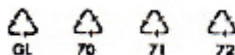
- ✗ mokrý, mastný nebo jinak znečištěný papír,
- ✗ uhlíkový a voskovaný papír,
- ✗ použité plenky a hygienické potřeby



### SKLO

**Do zelených nádob můžete odhodit:**

- ✓ láhve od nápojů,
- ✓ skleněné nádoby,
- ✓ skleněné střepy – tabulové sklo



**Prosím, nevhazujte:**

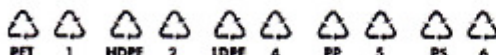
- ✗ keramiku, porcelán,
- ✗ zrcadla,
- ✗ drátěné sklo a autosklo.



### PLASTY

**Do žlutých nádob můžete odhodit:**

- ✓ PET láhve od nápojů – prosím, nezapomeňte je sešlápnout!
- ✓ kelímky, sáčky, fólie,
- ✓ výrobky a obaly z plastů,
- ✓ polystyrén



**Prosím, nevhazujte:**

- ✗ novodurové trubky,
- ✗ obaly od nebezpečných látek (motorové oleje, chemikálie, barvy apud.).



### NÁPOJOVÉ KARTONY (krabice od džusů, mléka, vína apod.)

I v našem městě je již možnost třídít nápojové kartony!

Celkem je umístěno 27 kontejnerů s označením sběru pro nápojové kartony: Do kontejnerů patří krabice od džusů, vína, mléka a mléčných výrobků, které je potřeba před vhozením do kontejneru řádně sešlápnout.



Zelený bod znamená, že je za obal zapláceno do systému EKO-KOM, jenž zajišťuje sběr a využití obalových odpadů. Pokud si koupíte obal, na kterém je značka ZELENÝ BOD znamená to, že výrobce zaplatil za jeho recyklaci. Takže, až vypijete limonádu nebo dojíte sušenky, odhodte jejich obaly do barevného kontejneru!

Každý z nás vyhodí za rok asi 150 - 200 kg odpadů. Pokud však odpady už doma lřídíte a dáváte je do barevných kontejnerů, umožníte tak recyklaci více než lřeliny tohoto množství. Za rok tak můžete vyřídít až 30 kg papíru, 25 kg plastů, 15 kg skla.

Pokud budete jednotlivé druhy odpadů správně třídít, umožníte tak jejich další zpracování. Odpady, které vhodíte do barevného kontejneru, odveze velké svozové auto na dotřídovací linku. Odtud putují do zpracovatelských firem, kde z odpadů vznikají nové výrobky - tento proces se nazývá recyklace odpadu.

**Městský úřad Týn nad Vltavou, odbor životního prostředí**

Náměstí Míru 2

375 01 Týn nad Vltavou, tel.: 385772273

www.tiv.cz