

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

AMADEA ŠOLN

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO
STANJE NA PODROČJU EKOLOŠKEGA MANAGEMENTA
V SLOVENSKIH HOTELIH

IZJAVA

Študent/ka _____ izjavljam, da sem avtor/ica tega diplomskega dela, ki sem ga napisal/a pod mentorstvom _____, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 EKOLOŠKI MANAGEMENT V TURIZMU	2
1.1 Opredelitev ekološkega managementa	2
1.2 Ekološki management in trajnostni razvoj	3
1.2.1 Principi trajnostnega razvoja	3
1.2.2 Cilji trajnostnega turizma	4
2 EKOLOŠKI MANAGEMENT V HOTELSKIH PODJETJIH	5
2.1 Okoljske sheme	6
2.1.1 Okoljski standard – ISO 14001	6
2.1.2 Shema EMAS	8
2.1.3 Znaki za okolje	9
2.1.4 Ekološko knjigovodstvo	13
2.1.5 Indikatorji trajnostnega razvoja turizma	14
3 IZBRAN MEDNARODNI PRIMER NAJBOLJŠE PRAKSE UVEDBE EKOLOŠKEGA MANAGEMENTA V HOTELSKO PODJETJE – ACCOR.....	16
3.1 Ekološka listina	16
3.2 Program Earth Guest	17
4 STANJE NA PODROČJU EKOLOŠKEGA MANAGEMENTA V SLOVENSКИH HOTELIH	18
4.1 Ekološka ureditev in posodobitev slovenskih hotelov.....	18
4.2 Model trojnega izida v slovenskih hotelskih podjetjih	20
5 PRIPOROČILA ZA SLOVENSKI HOTELSKI SEKTOR.....	21
SKLEP	23
LITERATURA IN VIRI	25

KAZALO SLIK

Slika 1: Znak EMAS za certificirane organizacije.....	8
Slika 2: Znak za okolje Ecotel.....	10
Slika 3: Znak za okolje Zeleni globus 21	11
Slika 4: Znak za okolje EU	12

UVOD

V zadnjih nekaj desetletjih se vse več govori o ekologiji in varovanju okolja. Družba je namreč prišla v ekološko krizo, ki je posledica neodgovornega ravnanja z okoljem v preteklosti. Vidne so velike spremembe v naravnem okolju, katerega kvaliteta se vse bolj slabša zaradi neracionalnega izkoriščanja naravnih virov, poseganja v prostor in onesnaževanja. Kot nas že dolgo svari strokovnjaki na področju ekologije, nas v prihodnosti čakajo katastrofalne posledice, če ne bomo začeli popravljati svojih napak iz preteklosti in spreminjati negativnih vzorcev obnašanja, ki so nas pripeljali do tega stanja.

Velik delež krivde za nastalo stanje nosijo podjetja, ki so v zasledovanju cilja po največjem dobičku izkoriščala naravo brez razmišljanja o posledicah v prihodnosti. Zato morajo začeti prevzemati odgovornost za nastalo škodo in preprečiti neodgovorno delovanje tudi v prihodnosti. Nekaj napredka se že sedaj kaže, saj že veliko podjetij uvaja ekološki management, to je sklop aktivnosti v podjetju, ki temeljijo na ideji o poslovanju v skladu s trajnostnim razvojem. Tako podjetja skrbijo za varovanje okolja in omejevanje škode, ki jo povzročajo s svojim delovanjem.

V svoji diplomski nalogi sem se osredotočila na slovenski turistični sektor, natančneje na hotelska podjetja, in poskušala ugotoviti, kakšno je stanje na področju ekološkega managementa. Najbolj me je zanimala stopnja ekološke urejenosti hotelov v Sloveniji, koliko pozornosti je namenjene ekološki problematiki, kakšni ukrepi se na tem področju izvajajo v hotelih in podobno.

V prvem poglavju je na splošno opredeljen pojem ekološkega managementa v povezavi s konceptom trajnostnega razvoja.

Drugo poglavje govori o ekološkem managementu v hotelskih podjetjih ter o različnih možnostih, ki jih podjetje v sklopu tega lahko uvede.

V tretjem poglavju je kot primer najboljše mednarodne prakse uvedbe ekološkega managementa predstavljeno francosko hotelsko podjetje Accor, ki je uspešno uvedlo ekološki management in ki je s svojimi ukrepi na področju varovanja okolja lahko odličen zgled drugim hotelskim podjetjem.

V nadaljevanju sem s pomočjo dveh raziskav ugotavljala dejansko stanje na področju ekološke ureditve v slovenskih hotelih.

V zadnjem vsebinskem poglavju pa sem na podlagi ugotovljenega stanja podala priporočila za slovenski hotelski sektor.

V sklepu sem poskušala odgovoriti na v začetku zastavljena vprašanja in tako podati končne ugotovitve diplomske naloge.

1 EKOLOŠKI MANAGEMENT V TURIZMU

1.1 Opredelitev ekološkega managementa

Med temeljnimi nalogami in aktivnostmi managementa je danes nedvomno tudi skrb za varstvo okolja, ki v podjetju predstavlja splet poslovnih funkcij. Skrb za varstvo okolja mora postati del strateških poslovnih ciljev vsakega podjetja, izvajanje akcij v smeri okolju prijaznega podjetja pa mora potekati celostno in dosledno. Posebej je treba poudariti, da ekološka ozaveščenost v podjetju ne sme pomeniti le odpravljanja posledic preteklega ekološkega obremenjevanja okolja, ampak predvsem preprečevanje nastajanja novih tovrstnih pojavov. Pri tem pa je treba upoštevati celosten pristop, torej celostno filozofijo ekologije ter skrb za varstvo okolja obravnavati integralno z ostalimi poslovnimi področji in nikakor ne izolirano kot individualno področje (Mihalič, 1999, str. 8). Management v klasičnem pomenu besede je tako dobil nove razsežnosti. Vedno bolj se uveljavlja nova smer, in sicer ekološki management, ki predstavlja tako poslovno kot tudi družbeno nujnost (Mihalič & Vuk, 1999, str. 564).

Ekološki management se nanaša na okoljsko odgovoren management, kar pomeni ekološko varstvo, uporabo naravnih in socio-kulturnih virov ter izobraževanje poslovnih partnerjev, zaposlenih in uporabnikov proizvoda oz. storitev. Posledično ekološki management varuje prihodnje posle in pomaga vzdrževati kvaliteto naravnega in socio-kulturnega okolja, na katerem sloni razvoj turizma (Mihalič, 2009, str. 1).

Lah (2002, str. 138) pa opredeljuje ekološki management kot:

- poslovno aktivnost pri vodenju organizacije, ki temelji na sodobnih načelih in dosežkih različnih področij življenja skladno s trajnostnim razvojem;
- skupino pooblaščenih strokovnjakov, ki izvajajo določene naloge na tehnološkem, higienskem in toksikološkem področju, pri čemer upošteva načela ekonomičnosti;
- okoljsko upravljanje, ki ob naravnih upošteva še ekonomske in socialne vidike v odnosu do naravnih virov, posegov v naravo in posledic človekovega ravnanja.

Vsekakor je na področju varovanja okolja velik izziv za gospodarstvo. Globalne ekološke spremembe so najresnejše opozorilo, da se nepreklicno končuje obdobje »neomejenega gospodarskega razvoja« (Drnovšek, 1994, str. 16). Zato je strateškega pomena, da začnejo podjetja razmišljati okoljevarstveno. V okviru poslovne ekologije lahko govorimo o nujnosti aktivnega izvajanja procesa »ekologizacije« podjetja. Danes se vse bolj zavedamo, da se ekološka prizadevanja in tržno gospodarstvo medsebojno dopolnjujeta in ni nobenega vzroka za konfliktno relacijo med tema dvema področjema. To seveda velja posebno v primeru, ko so načrtovanje, razvoj, delovni postopki, tehnološki postopki, uporaba materialov, energije in ostalih virov ter način uporabe in končna odstranitev izdelka realizirani na način, ki ne obremenjuje okolja. Dobiček in okolje se torej v tem primeru usklajujeta in koncept prizadevanja za neobremenjeno okolje lahko rezultira v osvajanju novih tržišč, povečevanju obstoječega tržnega izdelka in poslovanju z dobičkom. Strokovnjaki danes menijo, da je slogan »clean & green« postal sinonim za rast, dobiček in konkurenčno prednost podjetja. Skrb za okolje postaja tako sestavni del celotne podjetniške strategije (Vuk, 2000, str. 53).

Iz zgoraj navedenega je mogoče povzeti, da je ekološki management aktivnost v organizaciji, v katero so vključeni akterji na vseh ravneh organizacije, ki sledijo cilju varovanja okolja. Tako znotraj organizacije poskušajo vplivati na negativne posledice delovanja organizacije, jih zmanjševati ali celo popolnoma odpraviti in vzdrževati ali celo izboljšati kvaliteto okolja, v katerem deluje. Da bi tak sistem deloval, pa je treba delovati od vrha organizacije navzdol, saj je ravno vrhnji management tisti, ki lahko k ozaveščanju celotne organizacije največ pripomore.

1.2 Ekološki management in trajnostni razvoj

Okoljska vprašanja, s katerimi se srečujemo v modernem svetu, so postala globalno prepoznana in pomembna zlasti po pojavu težnje po trajnostnem razvoju v poznih osemdesetih letih prejšnjega stoletja. Koncept trajnostnega razvoja je osnova za planiranje in upravljanje načina življenja v sedanjosti in prihodnosti od leta 1992, ko je bil v Deklaraciji iz Ria o okolju in razvoju (angl. *Rio Declaration on Environment and Development 1992*) načrtan načrt za doseganje trajnostnega razvoja Program 21 (angl. *Agenda 21: Programme of Action for Sustainable Development*), ki ga je sprejelo 178 vlad. Ta program je bil poglobljen in razširjen na Svetovnem vrhu za trajnostni razvoj v Johannesburgu leta 2002, kjer je bil oblikovan načrt implementacije z osredotočanjem na javno-privatno partnerstvo (Denman & Mihalič, 2007, str. 2). Tako so se okoljska vprašanja, s katerimi so se ukvarjali strokovnjaki in »zeleni« gibanja že od šestdesetih let prejšnjega stoletja, razširila tudi na politično in socialno področje. Združilo je ekonomska, socialna in ekološka vprašanja z upoštevanjem potreb in pravic prihodnjih generacij. Možnost združevanja ekoloških in ekonomskih ciljev ter zavedanje, da se preprečevanje onesnaževanja izplača, sta povzročila val novih, modernih konceptov ekološkega managementa. V tem kontekstu ekološki management ponuja nove odnose, organizacijske strukture ter aktivnosti, oblikovane tako, da kažejo nenehen napredek v trajnostnem okoljskem razvoju (Mihalič, 2009, str. 5).

Po definiciji WCED (*World Commission on Environment and Development*) (1987, str. 43) trajnostni razvoj zadovoljuje potrebe sedanjosti brez ogrožanja zmožnosti prihodnjih generacij za zadovoljevanje njihovih lastnih potreb. Trajnostni razvoj torej omogoča ustvarjanje boljšega življenja za vse ljudi tako v sedanjosti kot tudi v prihodnosti. Z drugimi besedami, trajnostni razvoj je oblikovan na principih varnega gospodarjenja z naravnimi viri, pravičnosti v načinu porabe teh virov ter v načinu distribucije njihovih koristi (UNEP & UN WTO, 2005, str. 8).

Trajnostni razvoj tako priznava in upošteva princip prihodnosti. Skrbi, da trenutne ekonomske aktivnosti ne bodo imele negativne okoljske, socialne ali ekonomske posledice v prihodnosti. Za zagotavljanje razvoja v prihodnosti je del koncepta zahteva po prizadevanju za pravičnost v razvoju sedanjih in prihodnjih generacij – čeprav je ta zahteva v mnogih modernih interpretacijah trajnostnega razvoja pogosto prezrta (Mihalič, 2009, str. 6).

1.2.1 Principi trajnostnega razvoja

Principi trajnosti se po definiciji Svetovne turistične organizacije (v nadaljevanju UN WTO, angl. *United Nations World Tourism Organisation*) (2004, str. 7) nanašajo na okoljske, ekonomske ter socio-kulturne poglede turističnega razvoja, med katerimi mora biti vzpostavljeno

primerno ravnotežje, ki bi zagotavljalo dolgoročno trajnost. Trajnostni razvoj tako temelji na treh stebrih (UN WTO, 2004, str. 7):

- v odnosu do naravnega okolja: optimalno uporabiti okoljske vire, vzdrževati ekološke procese in pomagati ohranjati naravne vire ter biološko raznolikost;
- v odnosu do socialnega in kulturnega okolja: spoštovati socio-kulturno avtentičnost lokalne skupnosti, vzdrževati njihovo kulturno dediščino ter tradicionalne vrednote, ter prispevati k medkulturnemu razumevanju ter strpnosti;
- v odnosu do ekonomskega okolja: zagotavljati izvedljivo, dolgoročno ekonomsko delovanje, nuditi pravično razdelitev socio-ekonomskih koristi vsem interesnim skupinam, vključno s stabilno zaposlitvijo, možnostjo zaslužka z delom in s socialnimi storitvami, ter prispevati k zmanjševanju revščine v skupnostih.

Poleg zgoraj opisanih pogojev po UN WTO (2004, str. 7) trajnostni razvoj turizma zahteva sodelovanje vseh pomembnih interesnih skupin in tudi močno politično vodstvo za zagotovitev širokega sodelovanja in oblikovanje konsenza. Doseganje trajnostnega turizma je nepretrgan proces in zato zahteva konstantno kontrolo nad učinki ter uvajanje potrebnih preventivnih in/ali korekcijskih ukrepov, kadar je to potrebno. Prav tako mora trajnostni turizem vzdrževati visok nivo zadovoljstva turistov, jim dvigovati zavest o problemih trajnosti ter tako promovirati izkustvo trajnostnega turizma.

1.2.2 Cilji trajnostnega turizma

UN WTO in Program Združenih narodov za okolje (v nadaljevanju UNEP, angl. *United Nations Environment Programme*) sta določila 12 ciljev za trajnostni turizem (2005, str. 18–19):

1. *Ekonomska sposobnost* – Zagotavljanje sposobnosti in konkurenčnosti turističnih destinacij in podjetij, tako da so lahko še naprej uspešna in zmožna ustvarjati dolgoročne koristi.
2. *Lokalna prosperiteta* – Povečevanje prispevka turizma k ekonomskemu uspehu destinacij, vključno z deležem prihodkov od turistov, zadržanih v destinaciji.
3. *Kvaliteta zaposlitve* – Okrepitev števila in kvalitete lokalnih služb, ki so ustvarjene in podpirane s strani turizma, vključno z ravno plač, pogoji dela in razpoložljivostjo dela vsem brez diskriminacije na podlagi spola, rase, invalidnosti itd.
4. *Socialna pravičnost* – Prizadevanje za široko razširjeno in pravično distribucijo ekonomskih in socialnih koristi od turizma v celotni destinaciji, vključno z izboljševanjem možnosti za pridobivanje dela in zaslužka revnih.
5. *Izpolnitev pričakovanj obiskovalcev* – Skrb za varno, zadovoljivo izkustvo, ki izpolnjuje pričakovanja obiskovalcev ter je razpoložljivo vsem brez diskriminacije na podlagi spola, rase, invalidnosti itd.
6. *Lokalni nadzor* – Pooblastitev in vključevanje lokalnih skupnosti v planiranje in odločanje glede upravljanja in prihodnjega razvoja turizma v njihovem območju s posvetovanjem z ostalimi deležniki.
7. *Blaginja lokalnih skupnosti* – Vzdrževanje in izboljševanje kvalitete življenja v lokalnih skupnostih, socialnih struktur in denarnih sredstev, nudenje udobja in sistemov za oskrbo z izogibanjem vsaki obliki socialne degradacije ali izkoriščanja.
8. *Kulturno bogastvo* – Spoštovanje kulturne dediščine, avtentične kulture, tradicij in značilnosti destinacij.

9. *Naravna celovitost* – Vzdrževanje in izboljševanje kvalitete pokrajin, tako urbanih kot ruralnih, ter izogibanje degradaciji okolja.
10. *Biološka raznolikost* – Ohranjanje naravnih območij, habitatov ter prostoživečih živali in rastlin ter zmanjševanje morebitnih škodljivih vplivov.
11. *Zmožnosti virov* – Zmanjševanje uporabe redkih in neobnovljivih naravnih virov v procesu razvoja in delovanja turističnih objektov in storitev.
12. *Ekološka čistost* – Zmanjševanje onesnaževanja zraka, vode in zemlje ter proizvodnje odpadkov s strani turističnih podjetij in obiskovalcev.

2 EKOLOŠKI MANAGEMENT V HOTELSKIH PODJETJIH

Razvoj in uspeh hotelske industrije v turističnih destinacijah je odvisen od stalne razpoložljivosti naravnih virov. Še več, naravna privlačnost je ena glavnih prednosti turistične destinacije, istočasno pa je naravno okolje najbolj ogroženo zaradi izkoriščanja. Veliko storitev, ki jih ponujajo hotelska podjetja, intenzivno koristi naravne vire ter tako za sabo pušča občuten ekološki odtis. Kvarjenje naravnega okolja posledično ogroža uspeh hotelske industrije in turizma nasploh. Hotelska industrija pa je eden največjih porabnikov energije v turizmu. Uporaba fosilnih goriv ob zanemarljivi uporabi obnovljivih virov energije povzroča emisije ogljikovega dioksida, delcev, dušikovega in žveplovega oksida ter drugih onesnaževalcev zraka. Hoteli so prav tako veliki porabniki vode. Poraba vode je sicer odvisna od tipa, standarda in velikosti hotelskega objekta ter tudi od storitev, ki jih podjetje ponuja, klimatskih razmer in načinov za ohranjanje vodnih virov, ocenjeno pa je, da gostje porabijo med 170 in 360 litri vode na noč. Ker so hoteli veliki porabniki potrošnih dobrin, je najbolj viden vpliv na okolje ravno proizvodnja odpadkov. Ocenjeno je, da povprečen hotel proizvede v presežku 1 kilogram odpadkov na gosta na dan, kar pomeni približno eno tono odpadkov vsak mesec. Velik delež (50 do 60 odstotkov) materialov v odpadkih bi bilo možno reciklirati ali kako drugače ponovno uporabiti (Bohdanowicz, 2005, str. 188–189).

Zgoraj navedeni podatki kažejo potrebo po sistemu, ki bi hotelskim podjetjem pomagal postati bolj okolju prijazen. Vendar je odvisno od samega podjetja, če in kako se bo za ta korak odločilo. Temeljni koncept pristopa k ekološkemu hotelskemu managementu zajema izvajanje, razvoj in izpolnjevanje, ki se izvaja v obliki spirale, kar pomeni »nikoli dokončano zgodbo«. Ta zahteva nenehno presojo, oblikovanje ciljev in strategij, izvajanje akcijskih načrtov, nadziranje in nenehno intenzivno komuniciranje z vsemi vpletenimi udeleženci, ponovno presojo itd. Seveda lahko podjetje izbere različne tipe strategij, s katerimi bo realiziralo zastavljene okoljske cilje, in sicer – indiferentno in inovativno obliko. Podjetja z indiferentno strategijo so najmanj okoljsko »naravnana«, saj niso pripravljena sprejeti okoljskega tveganja niti ne prepoznajo okoljskih priložnosti, medtem ko se za inovativno strategijo odločajo podjetja, ki so pripravljena sprejeti visoko stopnjo okoljskega tveganja, hkrati pa prepoznajo ekološko zasnovane priložnosti za svojo rast in razvoj. Katero strategijo bodo izbrali, je odvisno od mnogih dejavnikov znotraj in zunaj podjetja, med katerimi je treba omeniti stopnjo ekološke ozaveščenosti zaposlenih, še posebej managementa, pričakovanja in zahteve kupcev, vrsto poslovnega procesa, tehnologijo,

podporno okolje in podobno. Hotelski ekološki management zahteva zaradi svoje poslovne naravnosti in nenehnega ter učinkovitega pozicioniranja na trgu odgovornost in aktivnosti na področju izobraževanja (zaposlenih, uporabnikov – gostov, ostalih udeležencev) pri razvoju proizvodov in storitev ter pri nenehnem izpostavljanju zdravega okolja kot svoje konkurenčne prednosti (Lebe et al., 2006, str. 14).

Skrb za trajnostni razvoj lahko vpliva na ugled hotelskega podjetja, s čemer si ta povečuje zaupanje ožjega in širšega okolja podjetja (uporabnikov – gostov, finančnih institucij, dobaviteljev, ostalih poslovnih partnerjev, medijev, splošne in vplivne javnosti), ustvarja dobro ime in »image« pri ciljnih javnostih, kar pozitivno vpliva na poslovni rezultat podjetja in odpira številne tržne priložnosti doma in na tujem. To mu omogoča tudi zunanjo verifikacijo poslovne naravnosti (pridobitev znakov za okolje in podobno), zmanjšuje nestabilnost v kriznih situacijah ter zmanjšuje možnosti negativne publicitete v ožjem in širšem okolju (Lebe et al., 2006, str. 15).

2.1 Okoljske sheme

Izkušnje kažejo, da uživajo do okolja prijazna podjetja večje zaupanje kupcev, potencialnih vlagateljev in ostale zainteresirane javnosti. Odgovorno okoljsko delovanje je spodbudilo povezovanje udeležencev na področju trajnostnega razvoja, to pa je sčasoma privedlo do oblikovanja različnih prostovoljnih pobud oziroma okoljskih shem. Gre torej za zavestne odločitve udeležencev, da bodo poslovali okolju prijazno in odgovorno (Lebe et al., 2006, str. 16). Podjetja lahko izberejo med različnimi oblikami shem, od okoljskih standardov do znakov za okolje, na nacionalni ali mednarodni ravni. V nadaljevanju so predstavljene nekatere izmed najbolj globalno prepoznavnih in uporabljenih shem – okoljski standard ISO 14001, shema EMAS (angl. Eco-Management and Audit Scheme), štirje znaki za okolje – Ecotel, Green Globe 21 ter Znak za okolje EU, poznan tudi pod imenom »okoljska marjetica«, ekološko knjigovodstvo in indikatorji trajnostnega razvoja turizma.

2.1.1 Okoljski standard – ISO 14001

Če želi hotelsko podjetje delovati na okolju prijazen način, mora imeti primeren okvir za upravljanje podjetja in njegovega vpliva na okolje. Treba je razviti sistem za ekološki management (angl. *EMS – Environmental Management System*), ki podjetju pomaga izboljševati njegovo učinkovitost na področju varovanja okolja, biti v skladu z okoljsko zakonodajo, ustvarjati prihranke iz naslova ekološke učinkovitosti ter izboljševati položaj in ugled podjetja (IEMA, 2009). Nekatera podjetja oblikujejo svoj sistem na neformalen način, veliko pa jih sprejme pristop, ki je določen s strani standardov na državni ali mednarodni ravni. Ti standardi imajo točno določene zahteve in pogoje za sisteme ekološkega managementa, sistemi pa so lahko ocenjeni in certificirani s strani zunanjega izvajalca. Sistem ekološkega managementa pomaga zagotoviti, da so okoljski cilji podjetja, kot so določeni v njegovi okoljski politiki, implementirani skozi celotno organizacijo – da zaposleni, dobavitelji in partnerji vedo, kakšne so njihove vloge in odgovornosti pri doseganju teh ciljev. Glavni princip sistema je stalno izboljševanje, ki vodi v vedno boljše izvajanje ekološkega upravljanja organizacije (Brady, 2005, str. 106–108).

Standard ISO 14001, ki ga je razvila mednarodna organizacija za standardizacijo v Ženevi (angl. *ISO – International Organization for Standardization*) je prvič izšel leta 1996 in je najpogostejše uporabljen standard za ravnanje z okoljem, spada pa v široko serijo standardov za kakovost ISO 14000. Podrobno opredeljuje pogoje in zahteve za sistem ekološkega managementa in podjetju tako omogoča razvoj in implementacijo politike ter ciljev, ki upoštevajo pravne in ostale zahteve, na katere podjetje pristane, ter informacije o pomembnih okoljskih aspektih. Nanaša se na tiste okoljske aspekte, ki jih podjetje identificira kot nadzorljive in na njih lahko vpliva. Tako standard sam ne določa specifičnih kriterijev okoljskega izvajanja (ISO 1400:2004 [ISO], 2009).

Po standardu ISO 14001 morajo podjetja izpolnjevati naslednje zahteve (Woodside & Aurricchio & Yturri, 1998, str. 170):

- Okoljska politika – podjetje mora imeti dokumentirano (in podpisano) politiko, proizvodi in aktivnosti pa morajo podpirati vse elemente te okoljske politike. S politiko morajo biti seznanjeni vsi zaposleni in partnerji.
- Pravne in druge zahteve – vsi relevantni zaposleni morajo imeti dostop do pravnih in drugih zahtev in se držati tako zakonsko določenih kot drugih, prostovoljnih zahtev.
- Okoljski aspekti – obstajati mora postopek identificiranja okoljskih aspektov in proces določanja pomembnosti teh aspektov.
- Namen in cilji/Program ekološkega managementa – pomembni okoljski aspekti morajo biti upoštevani pri postavljanju ciljev.
- Izobraževanje, zavest, kompetenca – zaposleni na vseh relevantnih ravneh (vključno z najvišjim managementom) se morajo zavedati sistema za upravljanje z okoljem. Zaposleni se morajo zavedati, kako lahko njihove delovne aktivnosti vplivajo na okolje in ekološke cilje podjetja.
- Komunikacija – komuniciranje mora potekati večsmerno (predpisani so postopki deljenja informacij in povratne informacije za vsako raven).
- Dokumentacija sistema za ekološki management – Obstajati morajo jasne povezave med bistvenimi elementi in tistimi, ki z njimi sodelujejo.
- Kontrola dokumentov – treba je jasno definirati, kateri dokumenti se morajo kontrolirati.
- Operacijska kontrola – v operacijske procese kontrole je treba vključiti vzdrževanje, za katerega morajo biti izurjeni relevantni zaposleni.
- Pripravljenost na izredno stanje, odzivnost – podjetje mora imeti načrt za testiranje postopkov v primeru nevarnosti.
- Nadzor in merjenje – treba je določiti, katere so glavne karakteristike podjetja – te morajo vključevati vsaj pomembnejše okoljske aspekte.
- Korektivne in preventivne aktivnosti – nesoglasja in neskladnosti morajo biti pravilno obravnavane, izvajati se morajo korektivne in preventivne aktivnosti.
- Arhivi kontrolnih dokumentov – dokumenti morajo biti identificirani in izsledljivi do aktivnosti, produkta ali storitve.
- Revizija sistema ekonomskega managementa – podjetje mora določiti obseg in frekvenco revizij.
- Pregled managementa – najvišji management mora oceniti sistem ekološkega managementa, da se zagotovi njegova ustreznost, primernost in učinkovitost, ter podati priporočila za stalno izboljševanje sistema.

Ko so vse zahteve izpolnjene, se podjetje lahko odloči za certifikacijo. Ta ni obvezna – standard ISO dovoli organizacijam, da same izjavijo, da se njihov sistem sklada z zahtevami standarda ISO 14001. Vendar je veliko prednosti, ki jih podjetje lahko pridobi, če se odloči za certifikacijo s strani zunanjega izvajalca, npr. zagotovo, da sistem okoljskega upravljanja izpolnjuje zahteve standarda, seznanjenost s sredstvi, s katerimi bo mogoče vzdrževati pridobljeno stanje in ga še naprej nadgrajevati, objektivni ocenjevalci, ki bodo revidirali sistem in način delovanja, ter priznanje širšega okolja podjetja (Brady, 2005, str. 113).

2.1.2 Shema EMAS

Shema EMAS (angl. *Eco-Management and Audit Scheme*) oziroma sistem EU za okoljevarstveno vodenje organizacij je prostovoljna iniciativa, ki je bila oblikovana za spodbujanje organizacij k primernejšemu ravnanju z okoljem (Brady, 2005, str. 113). Shema je prostovoljna in primerna za kakršnokoli organizacijo.

Glavni cilj sheme EMAS je prepoznati in javno nagraditi tiste organizacije, ki gredo preko minimalnih zakonskih predpisov ter stalno izboljšujejo ekološko upravljanje podjetja. Glavni način seznanjanja javnosti z rezultati nenehnega izboljševanja učinkov ravnanja z okoljem je okoljska izjava, ki je obenem tudi priložnost za promocijo pozitivne podobe organizacije. Gre za nadgradnjo ISO 14001 oziroma za zagotavljanje večje odprtosti, odkritosti in periodičnega objavljanja preverjenih okoljskih informacij (EMAS [SIQ], 2009).

Zahteve sistema EMAS so naslednje (EMAS [SIQ], 2009):

- začetni okoljski pregled, ki podaja izhodiščno stanje za merjenje okoljskega napredka,
- vzpostavljen sistem ravnanja z okoljem po ISO 14001 in dodatno izpolnjevanje zakonodaje, nenehno izboljševanje, komuniciranje z javnostmi in sodelovanje zaposlenih,
- v celoti planirane in izvedene notranje presoje, ki so pred postopkom verifikacije izvedene vsaj na področjih z najpomembnejšimi vplivi na okolje;
- okoljska izjava za javnost.

Postopek registracije po EMAS je sestavljen iz dveh delov. V prvem delu akreditiran okoljski preveritelj preveri izpolnjevanje zahtev EMAS potrdi okoljsko izjavo. Potrjeno okoljsko izjavo organizacija predloži pristojnemu organu – v Sloveniji je to Ministrstvo za okolje in prostor, ki preveri, ali organizacija izpolnjuje kriterije za registracijo, in organizacijo vpiše v register EMAS (EMAS [SIQ], 2009). Organizacija, registrirana v sistemu EMAS, se lahko sklicuje na registracijo in uporablja znak EMAS v obliki, na način in pod pogoji, ki so določeni s predpisi EU (EMAS [ARSO], 2009).

Slika 1: Znak EMAS za certificirane organizacije



Vir: EMAS [ARSO], 2009

Čeprav EMAS in ISO 14001 sledita podobnemu vzorcu, obstaja med njima veliko razlik. Ena izmed teh je v področju njunega vpliva. EMAS je evropski standard, medtem ko je ISO 14001 mednarodni in ima tako bolj globalni vpliv. EMAS je v uporabi tri leta več kot ISO 14001, kar je dalo evropskim podjetjem več časa za implementacijo sheme in so se tako lahko nanjo dodobra privadila, preden so se začela odločati še za implementacijo standarda ISO 14001. EMAS in ISO 14001 sta si različna tudi v strukturi in v načinu pristopa k sistemu ekološkega managementa. EMAS se od standarda ISO 14001 loči predvsem po večji odprtosti, transparentnosti in periodičnem širjenju pomembnejših okoljskih informacij. Velike razlike so tudi v zahtevah, ki jih morajo organizacije pred certifikacijo izpolniti. EMAS zahteva prvotni okoljski pregled organizacije, medtem ko ISO 14001 tega ne zahteva. Organizacije morajo po shemi EMAS imeti pripravljeno ekološko izjavo, ki mora biti dostopna tudi v tiskani obliki, priporočeno pa je, da podjetja uporabijo vse možne načine, da postane izjava javno dostopna, potrjena pa mora biti s stani zunanjega izvajalca ter letno posodobljena. Pri standardu ISO 14001 teh zahtev ni. EMAS zahteva odprt dialog med organizacijo, javnostjo ter ostalimi interesnimi skupinami, medtem ko se ISO 14001 osredotoča na odločitev organizacije, da bo javno spregovorila le o svojih pomembnejših okoljskih aspektih, za takšno komunikacijo pa mora implementirati metodo (Crognale, 2008, str.12–14).

2.1.3 Znaki za okolje

Znaki za okolje so predvsem sredstva za promocijo okolju prijaznega ravnanja podjetja ter potrjujejo, da je bil vložen trud v zmanjševanje negativnih vplivov na okolje. Lahko so tudi zelo učinkovita managerska orodja. Znaki za okolje lahko pomagajo podjetju identificirati kritične probleme in pospešiti implementacijo ekološko učinkovite rešitve ter zagotavljajo zunanji nadzor in obveščanje javnosti. Uspešno uvedene sheme znakov za okolje lahko spremenijo obnašanje ponudnikov turističnih storitev in porabnikov – turistov. S tem ko se povečuje ekološka ozaveščenost ljudi, se povečujejo tudi ekonomske koristi od znakov za okolje.

Vse sheme znakov za okolje imajo določene kriterije, ki jih morajo kandidati izpolniti, če se želijo kvalificirati za pridobitev znaka za okolje. Ti kriteriji so jedro shem znakov za okolje in vplivajo tudi na druge elemente sheme, na primer na potrebno tehnično pomoč ter postopke ocenjevanja in nadzorovanja. Kriteriji se razlikujejo od sheme do sheme, vendar bi praviloma morali biti oblikovani tako, da bi delovali kot jasni signali kandidatom, katere aktivnosti imajo pozitiven in katere negativen vpliv na okolje. Kriteriji morajo biti torej pazljivo definirani, morajo pa upoštevati tudi lokalno okoljsko problematiko, vpliv posameznega sektorja na okolje ter tehnično in managersko znanje vsakega posameznega kandidata (UNEP, 2006, str. 6–15).

Znak za okolje ECOTEL

Znak za okolje Ecotel je ekskluzivni znak za okolje, ki ga lahko pridobijo zgolj hoteli, ki upoštevajo najstrožje okoljske in socialne kriterije. Osnovan je na podlagi petih »temeljnih globusov okoljske odgovornosti«, ki predstavljajo vsak svojo nagrado za določeno področje. Ta področja so (ECOTEL, 2009):

- zavezanost okolju,
- upravljanje z odpadki,
- energijska učinkovitost,
- varčevanje z vodo,

- izobraževanje zaposlenih in družbeno odgovorno delovanje.

Znak je nastal pod okriljem svetovalne skupine HVS International v sodelovanju z okoljskimi strokovnjaki na Inštitutu Rocky Mountains in z Agencijo za varovanje okolja ZDA. Prvi certifikat je prejel hotel New York Vista Hotel leta 1994, od takrat pa se je za certifikacijo Ecotel prijavilo več kot 1000 hotelov, zdravilišč in gostišč, od tega ga je prejelo le 40 hotelov, le petim hotelom pa je uspelo prejeti znak z vsemi petimi globusi. (ECOTEL, 2009, in Lebe et al., 2006, str. 22, 24)

Imetniki certifikata v znaku Ecotel vidijo veliko prednosti. Opazne so večja prepoznavnost na trgu, dvig morale zaposlenih ter boljša kontrola nad operativnimi stroški. Proces podeljevanja znaka zajema pet ločenih obiskov presojevalcev za pet nagrad. Kandidatu lahko podelijo od enega do pet globusov, ta pa potem sme uporabljati Ecotelov logotip dve leti, nato je obvezna nova presoja za podaljšanje certifikata. Omenjenih pet področij ocenjujejo po številčnih rezultatih na treh ekoloških in socialnih ravneh: primarni, sekundarni in terciarni. Primarna in sekundarna raven sta obvezni, terciarna pa ne, saj pomeni aktivnosti hotela, ki predstavljajo nadpovprečno skrb in odgovoren odnos do okolja (ECOTEL, 2009, in Lebe et al., 2006, str. 23–24).

Slika 2: Znak za okolje Ecotel



Vir: Ecotel, 2009

Znak za okolje GREEN GLOBE 21 oz. Zeleni globus 21

Okoljska shema Zeleni globus 21 je mednarodni program ekološkega delovanja v turistični dejavnosti, ki sta ga leta 1994 ustanovila Svetovni turistični svet (angl. *WTTC – World Travel and Tourism Council*) in UNWTO) za spodbujanje razvoja turizma v skladu s Programom 21. Program podpira 30 največjih sektorskih in vladnih organizacij, med njimi UNWTO, WTCC, UNEP, Mednarodna zveza hotelov in restavracij (angl. *IH&RA – International Hotel & Restaurant Association*), IATA (*International Air Transport Association*) in ABTA (*Travel Association*) (Lebe et al., 2006, str. 25).

Namen programa je opredeliti turistična podjetja in destinacije, ki skrbijo za okolje in učinkovito ravnanje z odpadki, vodo in energijo, ter povečati dobičke in zmanjšati operativne stroške turističnih podjetij s pomočjo okoljskega managementa. Shema upošteva ključne elemente Programa 21 za turizem, kot jih določa koordinacija med UNWTO, WTTC in nevladno organizacijo Earth Council. Vključuje tudi standard ISO 14001. Cilji podeljevanja znaka za okolje Zeleni globus 21 pa so naslednji (Lebe, 2006, str 25):

- omejevanje emisije škodljivih plinov v ozračje,
- izboljšanje učinkovitosti rabe energije,

- zaščita kakovosti zraka,
- nadzor hrupa,
- upravljanje z odpadnimi vodami,
- izboljšanje odnosov v lokalnem okolju,
- spoštovanje kulturne dediščine,
- dvig socialne blaginje v lokalnem okolju,
- zaščita narave in živali,
- upravljanje z naravnim bogastvom, ter
- zaščita ekosistemov.

Znak za okolje Zeleni globus 21 običajno predstavljajo s sistemom treh faz: združitev, primerjavo in certificiranje. Koraki v pridobivanju znaka so (Lebe et al., 2006, str 26):

- Kandidati za pridobivanje znaka za okolje se najprej prijavijo kot pridruženi člani. V tem uvajalnem obdobju se podrobno seznani z drugo in tretjo fazo procesa in natančno spoznajo principe in delovanje znaka za okolje.
- Kandidati se lahko prijavijo neposredno v drugo fazo – primerjavo oz. »benchmarking«. V tej fazi morajo oblikovati politiko o trajnosti v podjetju in lastno okoljevarstveno učinkovitost primerjati z veljavnimi kriteriji. Nato so ocenjeni, in če dosežejo minimalne kriterije, dosežejo »bronasti« oz. »benchmarked« status.
- Za izvedbo certifikacije se preveri, ali podjetje izpolnjuje vse pravne zahteve, ali ima implementiran trajnostni ekološki in socialen pristop, vso potrebno dokumentacijo o dejanski ekološki učinkovitosti in ali komunicira ter se posvetuje s svetovalci. Če so vsi kriteriji izpolnjeni, podjetje dobi »srebrni« oz. »certificiran« status.
- Podjetja, ki so dosegla certifikacijo pet ali več let zapored, prejmejo v uporabo »zlat« logotip Zeleni globus 21, »platinast« logotip pa lahko uporabljajo podjetja, ki so pridobila certifikacijo deset ali več let zapored.

Slika 3: Znak za okolje Zeleni globus 21



Vir: Green Globe, 2009

Znak za okolje Evropske unije za namestitvene obrate

Evropska unija je leta 1992 vpeljala svoj znak za okolje (EU Eco-label), ki je uradni znak EU na področju varovanja okolja. Znak se podeljuje več izdelčnim skupinam, od čistil, gospodinjske opreme, elektronske opreme itd. Eno izmed teh skupin predstavlja tudi turizem oz. storitve kampov in turistične nastanitvene skupine. Prvotno je bil ta znak oblikovan kot nagrada turističnim namestitvenim obratom, ki spoštujejo okolje.

Znak za okolje za turistične namestitve lahko pridobijo vse vrste turističnih namestitvenih obratov, ki si prizadevajo za preprečevanje onesnaževanje zraka, bolj varčno rabo energije in ostalih naravnih virov, manj onesnaženo okolje in okolico ter v gastronomski ponudbi uporabljajo organsko pridelana živila. Imetje znaka prinese namestitvenim obratom veliko prednosti (EU Eco label, 2009):

- predstavlja visoko kakovost in ekološko uspešnost,
- prinaša prihranke iz naslova zmanjševanja porabe energije in vode,
- zagotavlja zdrava bivališča, prehrano in okolje za turiste in zaposlene,
- v veliki meri izpolnjuje pričakovanja gostov, ki zahtevajo čistost, prijaznost do okolja in ljudi,
- pomaga pri krepitevi tržnega komuniciranja.

Za pridobitev znaka za okolje EU morajo kandidati izpolnjevati 37 obveznih in 47 neobveznih kriterijev, ki se delijo na 6 področij – energija, voda, odpadki, čistilna sredstva in sredstva za razkuževanje, storitve in splošno upravljanje. Cilji izpolnjevanja teh kriterijev so naslednji (Wallström, 2003, str. 84):

- omejevanje porabe energije,
- omejevanje porabe vode,
- omejevanje količine proizvedenih odpadkov,
- dajanje prednosti obnovljivim virom in snovem, ki imajo manj škodljiv vpliv na okolje, ter
- promoviranje ekološke komunikacije in izobraževanja.

Kandidat za pridobitev znaka se mora najprej povezati s pristojnim organom, ki je v vsaki državi članici EU državna institucija, odgovorna za podeljevanje znakov za okolje. Pristojno telo obvesti kandidata o postopku podeljevanja znaka in mu zagotovi razpisno gradivo, ki vsebuje verifikacijski vprašalnik in priročnik. Kandidat mora podeljevalcu posredovati natančno dokumentacijo o uresničevanju tehničnih meril. Ko prošnja ustreza zahtevam in ko je urejeno plačilo prijavnega postopka, ki znaša od 300 € do 1300 € (dobi lahko tudi popust, če je podjetje pridobilo shemo EMAS ali standard ISO 14001), pristojno telo podeli kandidatu znak za okolje EU, ta pa s tem pridobi pravico do uporabe znaka pri komuniciranju z javnostjo in do namestitve znaka na namestitvenem objektu (Lebe, 2006, str. 34).

Slika 4: Znak za okolje EU



Vir: European Commission [EUROPA], 2009

2.1.4 Ekološko knjigovodstvo

Po Fece (2006, str. 1–5) ekološko knjigovodstvo ali angl. *Green accounting* (okoljsko knjigovodstvo, knjigovodstvo ravnanja z okoljem, ekološko računovodstvo, okoljsko računovodstvo) v osnovni koncepciji posnema finančno knjigovodstvo. Smisel ekološkega knjigovodstva je v tem, da probleme varstva okolja opazuje v celoti. Osnovni namen ekološkega knjigovodstva je, da stroški okolja niso in ne smejo biti »skriti« v različnih kontih in na stroškovnih mestih, temveč morajo biti samostojno prikazani, vodeni.

Pojem ekološkega knjigovodstva je v okoljsko zakonodajo prinesel Zakon o varstvu okolja leta 1993. Namen je bil, da bo tako kot finančno tudi ekološko knjigovodstvo usmerjeno k notranjim in zunanjim uporabnikom. Tako bi bilo podjetju v pomoč pri obvladovanju snovnih in energetskih tokov v procesu proizvodnje, poleg tega pa bi zagotavljalo prepoznavnost okoljskih vplivov podjetja v razmerju do države. Ekološko knjigovodstvo naj bi vodili v tistih podjetjih oz. dejavnostih, kjer bo to predpisano.

Ekološko knjigovodstvo se v osnovni obliki posebej osredotoča na evidentiranje in pripravo okoljskih informacij. Zaradi vse večje okoljevarstvene zavesti se je pojavila težnja, da se računovodstvo prilagodi tako, da bo omogočeno lažje ugotavljanje in spremljanje okoljskih vplivov. Razvilo se je okoljsko računovodstvo. Računovodstvo je zelo pomemben del informacijskega sistema vsakega podjetja. Kadar je v podjetju varovanje okolja vključeno v poslovanje, se mora temu ustrezno prilagoditi tudi računovodstvo. Govorimo o poslovodnem ekološkem (okoljskem) računovodstvu, ki okoljske podatke preoblikuje v potrebne okoljske računovodske informacije, ki so pomembna osnova za sprejemanje odločitev v podjetju. Poslovodno okoljsko računovodstvo je tu sestavljeno iz dveh delov, in sicer iz denarnega in stvarnega (nedenarnega). Denarno poslovodno okoljsko računovodstvo je ključni vir informacij o okolju, ki so izražene v denarni merski enoti in jih vodje podjetja potrebujejo za sprejemanje poslovnih odločitev. Nanaša se na ugotavljanje, spremljanje in evidentiranje gospodarskih posledic tistih aktivnosti, ki jih podjetje izvaja zaradi skrbi za varstvo okolja. Metode, ki jih računovodja uporablja pri pripravi denarnih okoljskih informacij, so prilagojene spremljanju okoljskega vidika, a so kljub temu zelo podobne tistim, ki jih uporablja tradicionalno poslovodno računovodstvo. Nedenarno (stvarno) poslovodno okoljsko računovodstvo pa za potrebe ravnateljstva podjetja razvršča, zbira in evidentira informacije, izražene v nedenarnih merskih enotah. Osredotoča se na ugotavljanje vplivov, ki jih ima poslovanje podjetja na okolje.

Koristi poslovodnega ekološkega knjigovodstva so lahko za podjetja bolj ali manj neposredne oziroma oprijemljive in vključujejo:

- sposobnost natančnejšega spremljanja porabe materiala, vode in energije znotraj podjetja ter ugotavljanja količine, vrste in načina odstranjevanja odpadkov,
- ločeno ugotavljanje okoljskih stroškov, ki so sicer v podjetjih zelo pogosto skriti med posrednimi stroški. Ker se ravnatelji podjetij zavedajo okoljskih stroškov, lahko sprejemajo bolj razumne odločitve, kar lahko poveča dobičkonosnost podjetja,
- priložnost za zmanjšanje ali celo odpravo nekaterih okoljskih stroškov. To lahko podjetje doseže s preoblikovanjem svojih proizvodov ali procesov tako, da odpravi ali zmanjša tiste okoljske stroške, ki ne prispevajo dodane vrednosti tem procesom ali proizvodom, in investira v okolju prijazne tehnologije. Z zmanjšanjem okoljskih stroškov iz tekočega

poslovanja lahko podjetje poveča stopnjo dobičkonosnosti ali pa zniža prodajne cene proizvodov ali storitev. Številna podjetja so na podlagi analize okoljskih stroškov odkrila koristi, ki jih prinaša reciklaža, in jo zato vključila v svoj poslovni proces,

- veliko okoljskih stroškov je lahko – potem ko so odkriti – nadomeščenih s prihodki od prodaje odpadkov, stranskih proizvodov ali prodaje licence za reciklažne tehnologije;
- razumevanje okoljskih stroškov ter delovanja procesov in proizvodov podjetja omogoča natančnejše stroškovno ovrednotenje in določitev cen proizvodov ter tako podjetjem pomaga pri oblikovanju okolju prijaznejših procesov in proizvodov,
- podjetje s poslovnim okoljskim računovodstvom pridobi točnejše in bolj vsestranske informacije, ki jih ne potrebuje le za odločanje ravnateljev, temveč tudi za zunanje poročanje. Kadar jih podjetje uporabi za zunanje poročanje, mu lahko služijo kot dokaz, da deluje v skladu z okoljevarstveno zakonodajo. Lahko pa jih uporabi tudi za poročanje o okoljskem rezultatu poslovanja interesnim skupinam podjetja,
- podjetje si lahko z zniževanjem okoljskih stroškov ali z zmanjševanjem svojega vpliva na okolje v očeh kupcev, lokalne skupnosti, zaposlenih, države in finančnih investorjev izboljša svoj ugled. Številni strokovnjaki so mnenja, da podjetja, v katerih ravnatelji pri sprejemanju poslovnih odločitev upoštevajo tudi okoljske stroške in vplive poslovanja podjetja na okolje, pridobijo boljše zaposlene in jih tudi lažje zadržijo,
- podjetje lahko pridobi oziroma poveča konkurenčno prednost, če so kupci okoljevarstveno ozaveščeni in menijo, da so proizvodi ali procesi podjetja okolju prijazni. Tako lahko podjetje ohrani ali celo poveča svoj tržni delež na vedno bolj konkurenčnem trgu,
- upoštevanje okoljskih stroškov in rezultatov okoljskega poslovanja lahko spodbudi uvajanje sistemov ravnanja z okoljem (npr. EMAS, ISO 14001).

Pri pripravi informacij si računovodje, ki so zadolženi za njihovo pripravo, pomagajo s številnimi orodji. Nekatera izmed orodij se osredotočajo na stroške podjetja, druga na tokove materiala in energije znotraj podjetja, večina pa potrebuje podatke obeh vrst, tako denarne kot nedenarne. Najpogostejše uporabljena orodja pri poslovnem okoljskem računovodstvu so (Fece, 2006, str. 5):

- analiza vložkov in izločkov,
- vrednotenje stroškov na podlagi aktivnosti,
- celovita analiza stroškov,
- računovodstvo vseh stroškov,
- računovodstvo učinkovite porabe proizvodnih dejavnikov,
- analiza celotnega življenjskega obdobja proizvoda,
- računovodstvo tokov stroškov.

2.1.5 Indikatorji trajnostnega razvoja turizma

Napredovanje na področju trajnostnega turizma je lahko brezpredmetno, če ne obstaja nek objektivni način, s katerim lahko ocenimo, ali se osnovni principi trajnostnega turizma upoštevajo, in s katerim merimo celoten napredek. Zato je organizacija UN WTO že od leta 1992 aktivna na področju razvoja in implementacije indikatorjev, ki pomagajo pri razvoju trajnostnega turizma (UN WTO, 2004, str. 9).

Organizacija UN WTO (2004, str. 8) indikatorje trajnostnega razvoja turizma opredeljuje kot merila prisotnosti ali resnosti problemov, kot signale prihajajočih situacij ali problemov, kot merila tveganja in potencialnih ukrepov ter kot sredstva za identifikacijo in merjenje rezultatov ukrepov. Indikatorji so zbirka informacij, ki so formalno izbrani za stalno merjenje sprememb, ki so pomembne za razvoj turizma in management. Merijo lahko spremembe v sami strukturi turizma in v njegovih internih elementih, spremembe v zunanjih dejavnikih, ki vplivajo na turizem ter vpliv turizma na zunanje okolje. Tako kvantitativne kot kvalitativne informacije so lahko uporabljene za indikatorje trajnosti. Po navadi je indikator izbran iz vrste primernih zbirk informacij ali pomembnih virov informacij z ozirom na ključna vprašanja, na katera se morajo managerji v turizmu odzvati. Uporaba takega indikatorja lahko vodi do ukrepov za predvidevanje in preprečevanje nezaželenih situacij.

Pri izbiri indikatorjev je treba upoštevati pet kriterijev (UNEP & UN WTO, 2005, str. 73):

- Primernost indikatorja izbranemu problemu.
- Izvedljivost pridobivanja in analiziranja potrebnih informacij.
- Verodostojnost in zanesljivost informacij.
- Jasnost in razumljivost informacij.
- Časovna in geografska primerljivost podatkov.

Organizacija Ecotrans v programu prostovoljne iniciative za trajnostni turizem VISIT (angl. *Voluntary Initiative for Sustainability in Tourism*) loči med štirimi skupinami indikatorjev (VISIT [Ecotrans], 2009):

1. Indikatorji politične implementacije koncepta trajnosti

Primeri indikatorjev: prisotnost lokalne politike za spodbujanje trajnostnega razvoja, sodelovanje vseh deležnikov, obstoj kulturnega in naravnega premoženja, število objektov, ki uporabljajo znake za okolje ali sheme ekološkega managementa (kot na primer EMAS ali ISO 14000) ipd.

2. Okoljski indikatorji

Ta skupina indikatorjev je ločena na pet podskupin, ki se nanašajo na (1) transport; (2) uporabo zemlje, biološko raznolikost in turistično aktivnost; (3) rabo energije; (4) uporabo vode in (5) upravljanje z odpadki. Indikatorji v teh podskupinah na primer merijo delež turistov, ki prispejo z okolju prijazno obliko transporta, razmerje med zgrajenimi ter naravnimi območji, delež obnovljive energije v celotni porabi energije, delež hiš in objektov, ki so povezani z obrati za ravnanje z odpadnimi vodami, delež ločenih odpadkov, namenjenih reciklaži, ipd.

3. Indikatorji socialne in kulturne kvalitete

Primeri indikatorjev: delež turističnih delavcev, ki niso stalno prebivalstvo območja, povprečno trajanje pogodb turističnih delavcev, delež zemlje, ki ni v lasti stalnih prebivalcev, ipd.

4. Indikatorji ekonomske kvalitete

Primeri indikatorjev: sezonsko variiranje turističnih delavcev, povprečno trajanje obiska turistov, delež turizma v celotnem BDP destinacije ipd.

Indikatorji se lahko oblikujejo na podlagi razpoložljivih podatkov ter raziskav, izpeljanih med obiskovalci, podjetji in lokalnimi prebivalci. Take vrste raziskav so zelo primerne, saj se

direktno navezujejo na vprašanja in probleme, vendar so drage ter zamudne. Prav tako morajo biti dobro oblikovane in objektivne (Denmon & Mihalič, 2007, str. 43).

3 IZBRAN MEDNARODNI PRIMER NAJBOLJŠE PRAKSE UVEDBE EKOLOŠKEGA MANAGEMENTA V HOTELSKO PODJETJE – ACCOR

Accor je francoska veriga hotelov, ki je bila ustanovljena leta 1967. Takrat so odprli prvi hotel Novotel v Franciji. Danes ima Accor kot tretja največja hotelska veriga na svetu v lasti okoli 4000 hotelov v 100 državah, več kot 150.000 zaposlenih, približno 32 milijonov ljudi po vsem svetu pa uporablja njihove storitve.

Že od leta 1974, ko je management verige okolje označil kot »surovi material turizma«, gradijo vizijo trajnostnega razvoja. Leta 1994 je Accor postal ena prvih francoskih korporacij, ki je ustanovila oddelek za okolje. Od takrat naprej je bil Accor aktiven na področju socialne in ekološke odgovornosti; izmed teh aktivnosti je treba še posebej omeniti izdajo Ekološke listine hotelov, ki so jo lansirali leta 1998. Ta priporoča 15 ekoloških ukrepov za implementacijo v hotelih. Leta 2002 pa so ustvarili oddelek za trajnostni razvoj, ki se ukvarja z ekološkimi in socialnimi problemi. Leta 2005 so posodobili Ekološko listino in razširili število priporočenih ukrepov na 65. Leta 2006 je bil lansiran program Earth Guest, ki oblikuje aktivnosti na področju socialne in ekološke odgovornosti okoli osmih prioritet. V okviru tega programa so leta 2008 začeli tudi s projektom Plant of the Planet, katerega cilj je nasaditi tri milijone dreves do leta 2012, kar je financirano iz prihrankov, ki so nastali zaradi okoljskih ukrepov v podjetju.

Da bi še bolje izvajali aktivnosti na področju varovanja okolja, je Accor sprejel certifikacijske programe v svojih hotelih. Do sedaj je certifikat standarda ISO 14001 pridobilo že 255 hotelov po celem svetu, certifikat Green Globe je pridobilo 30 hotelov v 11 državah, 11 kanadskih hotelov ima HAC (Hotel Association of Canada) certifikat. Za leto 2010 imajo cilj pridobiti ekološki certifikat v 20 % vseh Accorjevih hotelov (Accor, 2009).

3.1 Ekološka listina

Leta 1998 prvič izdana listina je vsebovala 15 priporočenih ukrepov, danes jih vsebuje že 65. Ti ukrepi so kot neke vrste navodila, ki hotelom pomagajo pri skrbi za okolje. Ti ukrepi se delijo na osem skupin (Accor, 2009):

- Informiranje in dvigovanje ekološke zavesti – dvigovanje zavesti med zaposlenimi in gosti, integracija ohranjanja okolja v vse službe ipd.
- Energija – določanje ciljev za zmanjševanje porabe energije, nadzor in analiza mesečne porabe energije, uporaba energijsko varčnih luči, uporaba energijsko učinkovitih grelcev za vodo, uporaba solarnih plošč za gretje vode in plavalnih bazenov ipd.
- Voda – določanje ciljev za zmanjševanje porabe, nadzor in analiza mesečne porabe vode, inštalacija regulatorjev toka vode na pipe, inštalacija varčnih stranišč, predlaganje gostom ponovno uporabo brisač in rjuh ipd.

- Odpadne vode – zbiranje in reciklaža olja za kuho, čiščenje odpadnih voda ipd.
- Odpadki – reciklaža papirnatih, kartonskih, steklenih, plastičnih in kovinskih embalaž, reciklaža papirja, časopisov in revij, omejitev količine embalaže za enkratno uporabo, organizirano ločevanje odpadkov v hotelskih sobah, reciklaža organskih odpadkov, varna odstranitev baterij in fluorescenčnih žarnic, reciklaža elektronske opreme ipd.
- Ozonska plast – odstranitev naprav, ki vsebujejo klorofluoroogljikove (CFC), preverjanje neprepustnosti pri opremi, ki vsebuje klorofluoroogljikove (CFC), halogenirane klorofluoroogljikove (HCFC) in fluorirane ogljikove (HFC).
- Biološka raznolikost – zmanjševanje uporabe insekticidov, odstranjevalcev pleveli, fungicidov, uporaba organskih gnojil, zalivanje rastlin na racionalen način, sajenje vsaj enega drevesa vsako leto ipd.
- »Zeleno« kupovanje – uporaba ekološkega papirja, dajanje prednosti produktom z oznako Ecolabel, dajanje prednosti organskim produktom.

3.2 Program Earth Guest

Program Earth Guest je pristop Accorja k večji družbeni odgovornosti, skozi katerega podjetje izraža svojo obvezo k spodbujanju trajnostnega razvoja. Earth Guest se deli na dva večja projekta – projekt EGO, ki se osredotoča na podpiranje lokalnega razvoja, zaščito otrok, boj z epidemijami in spodbujanje zdravega prehranjevanja; in projekt ECO, katerega cilj je zmanjšati porabo vode in energije, izboljšati programe ločevanja in recikliranja odpadkov ter ohraniti biološko raznolikost (Accor, 2009).

Kot je že zgoraj omenjeno, se aktivnosti projekta ECO oblikujejo na podlagi štirih prioritet (Accor, 2009):

- Energija – izboljševanje energijske učinkovitosti in zmanjševanje vpliva na klimo z uporabo energijsko varčne opreme in s strogim nadzorom ter dajanje prednosti obnovljivim virom energije.
- Voda – zmanjševanje porabe, recikliranje odpadne vode, povečevanje ozaveščenosti med zaposlenimi in gosti.
- Odpadki – reciklaža in zmanjševanje količine odpadkov.
- Biološka raznolikost – implementiranje takih načinov upravljanja z zemljo, ki spoštujejo biološko raznolikost. Povečevanje ozaveščenosti med zaposlenimi in gosti preko partnerstev.

Za promocijo teh štirih prioritetnih področij je Accor za leto 2010 določil naslednje cilje: (Accor, 2009):

- Hoteli v verigi Accor porabijo za 10 % energije manj kot leta 2006 (2008: za 3,6 % manjša poraba energije).
- 100 % hotelov je opremljenih z energijsko varčnimi lučmi (2008: 80 % hotelov je opremljenih z energijsko varčnimi lučmi).
- 200 hotelov je opremljenih s solarnimi ploščami (2008: 67 hotelov opremljenih).
- Hoteli porabijo za 10 % manj vode kot leta 2006 (2008: za 0,6 % manjša poraba).

- 100 % hotelov je opremljenih z regulatorji toka vode (2008: 87 % hotelov opremljenih)
- 70 % hotelov reciklira papir, karton in steklo (2008: 62 % hotelov reciklira).
- 95 % hotelov varno odstranjuje baterije in fluorescenčne žarnice (2008: 87 % hotelov varno odstranjuje).
- Vsi hoteli sodelujejo v okoljevarstvenih aktivnostih ali iniciativah za sajenje dreves (2008: 79 % hotelov ekološko aktivnih).

4 STANJE NA PODROČJU EKOLOŠKEGA MANAGEMENTA V SLOVENSKIH HOTELIH

Stanje ekološke ureditve v Sloveniji je možno vsaj okvirno povzeti na podlagi dveh raziskav. Prva – Program ekološke ureditve in posodobitve slovenskih hotelov – je potekala leta 2006 pod pokroviteljstvom Ministrstva za gospodarstvo in Univerze v Mariboru. Druga raziskava pa je bila opravljena v letu 2009 pod okriljem Fakultete za ekonomijo v Ljubljani.

4.1 Ekološka ureditev in posodobitev slovenskih hotelov

Stanje ekološke ureditve v slovenskih hotelih je bilo raziskovano leta 2006 v okviru Ministrstva za gospodarstvo in Univerze v Mariboru. Pod vodstvom mag. Sonje Sibile Lebe je nastal dokument Program ekološke ureditve in posodobitve slovenskih hotelov. Cilj te raziskave je bil proučiti stališča respondentov glede uvajanja ekoloških standardov in znaka za okolje v hotelih v Sloveniji, ugotoviti, kakšen je pogled managementa v hotelih v Sloveniji na vlogo države v procesu uvajanja, izvajanja in kontrole znaka za okolje, ugotoviti vključenost ekološke problematike v politiko podjetja v slovenskih hotelih, ugotoviti stanje na področju že vpeljanih ekoloških standardov v slovenskih hotelih ter proučiti stanje na področju ekološke problematike za področja: vodenje podjetja, energija, voda, odpadki, hrup, gradnja in oprema hotela, izobraževanje in usposabljanje zaposlenih, informiranje gostov ter ekološka nabava in preskrba (Lebe et al., 2006, str. 49–50).

Raziskava je potrdila nizko stopnjo ekološke urejenosti hotelov v Sloveniji in še posebej zaskrbljujočo nizko stopnjo ekološke naravnosti managementa hotelov. Kljub dejstvu, da management hotelov trdi, da je ekološka problematika vključena v politiko podjetja in da ekološki problematiki v hotelih posvečajo veliko pozornosti, uvajanje ekološkega managementa v slovenskih hotelih razen redkih izjem ni sistematično. O tem pričajo predvsem maloštevilni pridobljeni standardi, saj je standard ISO 14001 vpeljan v samo enem izmed hotelov, ki so sodelovali v raziskavi, znak za okolje EU »EU marjetico« pa je do sedaj prav tako pridobilo le eno hotelsko podjetje – Terme Snovik. Slabo je tudi znanje o okoljskih shemah – manj kot polovica anketiranih pozna znak za okolje EU »EU marjetico«.

Večina anketiranih navaja kot osebo, odgovorno za izvajanje ekološkega managementa, direktorja ali pomočnika direktorja, le v enem hotelu imajo posebej zaposleno osebo, ki je odgovorna za izvajanje standardov.

Glede prevzemanja že obstoječih evropskih znakov so anketirani v večini primerov mnenja, da bi bila takšna praksa ustrezna za hotele v Sloveniji, uvajanju lastnega slovenskega znaka za okolje pa nasprotuje več kot polovica respondentov. Anketirani se pričakovano strinjajo, da lahko podeljevanje znaka za okolje pripomore k večjemu ugledu in prepoznavnosti slovenskega turizma, vendar so precej neopredeljeni pri vprašanju, ali bi uvedba znaka za okolje pomenila velik strošek in koliko bi uvedba vplivala na cene njihovih storitev.

Respondenti največjo vlogo države v procesu uvajanja, izvajanja in kontrole vidijo v finančnih spodbudah, država naj bi bila pomembna tudi pri urejanju davčnih olajšav za podjetja, ki bodo uvedla znak za okolje, hkrati pa naj bi izvajala nadzor in izobraževanje za podjetja, ki bodo uvedla ta znak. Anketirani vidijo vlogo države še pri določanju pravil za dodelitev znaka za okolje, pri uvajanju enotnega sistema ocenjevanja ter pri večjem informiranju o ekološki problematiki.

Posebej neugodne pa so ugotovitve, da še vedno veliko hotelov uporablja težka olja in premoge, da izjemno malo hotelov uporablja tuše in vodovodne pipe z omejeno pretočnostjo, da je le desetina hotelov dodatno zvočno izoliranih, da večina hotelov ni zgrajenih v skladu s standardi bioklimatske arhitekture in da v večini hotelov le deloma ali pa sploh ne uporabljajo izdelkov z ekološko oznako. Najbolje je poskrbljeno za ločeno zbiranje odpadkov, narejen je tudi premik na področju informiranja gostov v zvezi z načini varčevanja z energijo in vodo, slabše pa je informiranje gostov o lokalnih ekoloških danostih, saj to počne le dobra tretjina hotelov (Lebe et al., 2006, str. 52–59).

Očitno je, da management hotelov ekološki problematiki ne posveča dovolj velike pozornosti. Zanimivo je, da je ekološka politika v hotelih prisotna, ukrepov pa skoraj nihče ne izvaja. To je zaskrbljujoče, saj kaže na to, da se zavedajo problema, nihče pa ne kaže želje, da bi ga odpravil. Menim, da je problem predvsem v slabi motivaciji ter v neznanju managementa o ekološki problematiki, saj se ne zavedajo vseh možnosti, shem, ki jih lahko prevzamejo v okviru ekološkega managementa, in kolikšen finančni strošek bi to predstavljalo podjetju. Zaradi tega se jim morda zdi projekt uvedbe ekološkega managementa preveliko breme za podjetje, kljub temu da vedo, da prinaša nekatere ugodnosti. Prav tako pričakujejo večjo pomoč države v obliki finančne pomoči, uvajanja, izobraževanja in nadzora. Kar se tiče finančne pomoči, je ta zahteva nekako razumljiva, vsaj z vidika večje motivacije za podjetja, vendar pa podjetja ne smejo pričakovati, da bo država postorila vse namesto njih. Menim, da bi veliko dosegli že s tem, da bi v podjetju zaposlili osebo, ki bi bila odgovorna za ekološki management, saj je nerazumno pričakovati, da se bo poleg vseh obveznosti s tem problemom ukvarjal direktor podjetja (čeprav mora biti glavni pobudnik ideje o uvedbi ekološkega managementa). V času uvajanja le-tega pa bi morda sestavili skupino ljudi, kar bi uvajanje olajšalo in hkrati tudi časovno skrajšalo. Bilo bi tudi zelo dobro, če bi država poskrbela za izobraževanja, še preden se podjetja odločijo za uvedbo, saj bi se tako seznanila z vsemi možnostmi in stroški ter z zahtevami, ki jih ima uvedba ekološkega managementa. Na podlagi tega bi se podjetja lahko odločila, katera shema bi bila stroškovno in izvedbeno najprimernejša.

4.2 Model trojnega izida v slovenskih hotelskih podjetjih

Na Ekonomski fakulteti v Ljubljani je bila v letu 2009 izvedena raziskava med slovenskimi hoteli, ki je stanje med slovenskimi hoteli preverjala predvsem na podlagi 3BL pristopa (angl. *The tripple-bottom-line approach*), ki ga je razvil John Elkington. 3BL pristop je nov model indikatorjev, ki merijo trajnost socialnega, ekološkega in finančnega vidika poslovanja. Na podlagi koncepta trajnostnega razvoja se osredotoča na njegove tri glavne stebre – ekonomični, ekološki in socialni, s pomočjo katerih poskušamo odgovoriti na vprašanja, kako se hotelski sektor zaveda različnih vidikov poslovanja in njihove učinkovitosti, kako zavedanje o pristopu 3BL vpliva na višji management, računovodstvo in revizijo ter v okviru katerih vrst poslovanja se podjetje razvija. Že dolgo je namreč jasno, da v današnjih časih za podjetje ni več bistveno zadovoljiti le tradicionalni cilj profitabilnosti, temveč tudi skrbeti za kvaliteto okolja in socialno pravičnost. Za hotelska podjetja 3BL pristop v praksi pomeni širjenje tradicionalnega okvirja poročanja ter upoštevanje tudi ekološke in socialne uspešnosti, poleg finančne. Glavni namen te raziskave je bil torej testirati vse tri vidike poslovanja oz. stebre trajnostnega razvoja v slovenskem hotelskem sektorju in ugotoviti, ali se slovenski hotelski managerji ozirajo na te tri vidike trajnosti, ali je katerim vidikom namenjene več pozornosti kot drugim, kako so vrednoteni trajnostni vidiki in posledično tudi ekonomsko, socialno in ekološko bazirane poslovne aktivnosti (Mihalič & Žabkar & Knežević Cvelbar, 2009, str. 2–3).

Najprej je bila raziskana prisotnost strateškega planiranja v poslovanju in ugotovljeno je bilo, da mnoga podjetja ne pristopajo strateško k temu področju. Večina anketiranih podjetij ima načrtano ekonomsko strategijo, najpogosteje za področje trženja. Ta rezultat kaže, da se hotelska podjetja v veliki meri osredotočajo na trženje oz. koncepte prodaje. Strategije trajnostnega turizma so prisotne pri dobri tretjini podjetij, kar bi lahko napeljevalo k temu, da ta tretjina hotelskih podjetij sledi socialnim in ekološkim ciljem ter jih spremlja. Vendar to ne drži, saj je podrobnejša raziskava pokazala, da podjetja teh ciljev ne spremljajo ne glede na to, ali imajo trajnostno strategijo ali ne. Ta rezultat kaže, da se velika večina hotelskih podjetij v svojih strategijah ne dotika vseh poslovnih vidikov in ne daje socialnim in ekološkim poslovnim dimenzijam zadosti pozornosti, sploh v primerjavi z ekonomskim področjem, katerega indikatorje merijo in spremljajo v skoraj vseh hotelskih podjetjih. Socialne indikatorje spremlja dobra polovica, ekonomske pa le tretjina hotelov. Tudi pri ugotavljanju vpliva velikosti in kategorije hotela so bili ugotovljeni podobni vzorci, edina razlika je bila v tem, da v večjih in bolj kvalitetnih hotelih (s štirimi ali več zvezdicami) spremljajo ekonomske indikatorje pozorneje od manjših in manj kvalitetnih (s tremi ali manj zvezdicami), na ekonomske in socialne indikatorje pa nobena skupina ne daje večjega poudarka.

Pri raziskovanju dojemanja uporabne vrednosti različnih indikatorjev so hotelski managerji ocenili ekonomske indikatorje kot precej bolj uporabne od socialnih in ekoloških. Managerji tistih hotelov, ki izvajajo strategijo trajnosti, pa so ocenili vsa tri področja indikatorjev kot uporabnejša v primerjavi z managerji hotelov, ki take strategije nimajo. Še vedno pa so bili ekonomski indikatorji ocenjeni kot najbolj, ekološki pa kot najmanj uporabni. Enaki rezultati so tudi pri dojemanju uporabnosti indikatorjev v odvisnosti od velikosti in kategorije hotelov (Mihalič et al., 2009, str.13–18).

Ta raziskava je dala podobne rezultate kot prva. Stanje ekološke ureditve v slovenskih hotelih je precej zaskrbljujoče. Podjetja dajejo zelo velik pomen ekonomskemu vidiku poslovanja in v veliki meri spremljajo ekonomske indikatorje, kar je po eni strani razumljivo, saj je cilj vsakega podjetja poslovanje z dobičkom, ekonomska stabilnost pa je pomembna za samo preživetje podjetja. Jasno je tudi, da je velik poudarek na trženjskih strategijah. Strategije trajnostnega razvoja so prisotne v zanemarljivem številu hotelov, vendar podobno kot pri prvi raziskavi kljub obstoječim trajnostnim strategijam ukrepov za zasledovanje ekoloških ciljev ne izvajajo oz. ni opaznega napredka v podjetjih na tem področju. Skladno s tem je merjenje in spremljanje ekonomskih indikatorjev v veliko večji meri prisotno pri podjetjih. Očitno je, da je največji problem ravno percepcija ekološkega (in socialnega) vidika poslovanja. Managerji očitno ekološkega problema ne zaznavajo kot pomembnega za podjetje, vsaj ne v smislu novih priložnosti ali prihajajočih nevarnosti, povezanih s tem. Zato je temu primerno tudi dožemanje uporabnosti ekoloških indikatorjev v primerjavi z ekonomskimi. Manjkata motivacija in primerno znanje, ki bi hotelske managerje spodbudila k upoštevanju ekološkega vidika v poslovanju in k dožemanju ugodnosti uvajanja sistema ekološkega managementa v hotelsko podjetje.

5 PRIPOROČILA ZA SLOVENSKI HOTELSKI SEKTOR

Glede na rezultate obeh raziskav o stanju ekološke ureditve v slovenskih hotelih je jasno, da bo na tem področju potrebnega še veliko dela. Ukrepi, ki bi trenutno stanje na tem področju lahko izboljšali, morajo biti na različnih ravneh, saj trajnostni razvoj turizma zahteva sodelovanje vseh pomembnih interesnih skupin ter močno politično vodstvo, ki bi zagotovilo sodelovanje in oblikovanje konsenza. Vlada ima torej lahko velik vpliv, pri tem pa je nujno sodelovanje vladnih organizacij z ostalimi interesnimi skupinami – nevladne organizacije, podjetja in posamezniki. Na podlagi vzajemnega sodelovanja je mogoče izvajati široko paleto potrebnih ukrepov:

- izvajanje študij, ki bi znanje o ekološki problematiki v Sloveniji še poglobilo in bi na podlagi tega tudi lažje opredelili nadaljnje ukrepe,
- priprava priročnikov za lažje seznanjanje podjetij o ekološkem managementu ter načinih in postopkih uvedbe, še posebej za mala in srednje velika podjetja, pri katerih zaradi velikosti ni smiselno prevzeti okoljske sheme, nimajo pa dovolj znanja, da bi se sama lotila uvedbe ekološkega managementa v podjetju,
- strokovna pomoč podjetjem (še posebej malim in srednje velikim) tudi pri uvajanju in izvedbi ekološkega managementa ter pri nadzoru nad izvajanjem,
- ker je na podlagi rezultatov raziskav očitno, da managerji hotelov nimajo dovolj znanja o ekološkem problemu, bi bilo dobro organizirati izobraževanja, namenjena lastnikom in višjemu managementu podjetij, na katerih bi se lahko seznanili s samo problematiko, z možnimi načini odgovornega ravnanja z okoljem ter z vsemi prednostmi, ki jih ekološki management prinaša (ugled, zdravo in okolju prijazno delovno okolje, optimizacija stroškov, povečevanje dobička na dolgi rok itd.), saj bi se na podlagi pridobljenih informacij tako lažje odločili za uvedbo ekološkega managementa,

- podjetjem predstaviti ekološki management kot dobro poslovno priložnost in ne le kot finančno zahtevno in obremenjujočo poslovno politiko, promovirati uvajanje ekološkega managementa,
- podjetja želijo od države tudi finančno pomoč, zato bi ta lahko ponujala primerne finančne spodbude, na primer davčne olajšave za podjetja, ki bodo pridobila znak za okolje, ali kako drugo obliko ekoloških shem,
- motiviranje podjetij z nagrajevanjem in promoviranjem najbolj ekološko orientiranih podjetij,
- promoviranje dobre prakse hotelov, kot je na primer zgoraj opisani hotel Accor, da bi managerji hotelov tudi v praksi videli, kako ekološki management deluje in katere so prednosti, ki jih prinaša,
- predstavljanje ekološke naravnosti kot ene izmed konkurenčnih prednosti slovenskega turizma z načrtovanjem in organizacijo obsežnih promocij na nacionalni ravni, kar pa je mogoče le, če se za uvedbo ekološkega managementa odloči veliko število hotelov. Do sedaj je namreč »EU marjetico« prevzelo le eno hotelsko podjetje – Terme Snovik, zato je nemogoče, da bi na podlagi le enega podjetja predstavljali skrb za okolje kot konkurenčno prednost celotne hotelske panoge v Sloveniji. Če bi se za uvedbo znaka za okolje odločilo npr. 20 hotelov, bi bilo to veliko lažje.
- informiranje javnosti o pozitivnih vplivih trajnostnega razvoja in ekološkega managementa na naše okolje in posledično tudi na vsakodnevno življenje ljudi danes in v prihodnosti.

Za izboljšanje stanja na področju skrbi za okolje lahko marsikaj naredijo prav hotelska podjetja. Tako lahko na primer:

- razvijajo strategijo trajnostnega turizma in postavijo tak način poslovanja, ki vključuje tudi ekološki vidik,
- ker je pomembno, da je sprejemanje ideje o varovanju okolja prisotno na vseh ravneh podjetja, morajo lastniki in managerji prenašati znanje o varovanju okolja na vse zaposlene in tako vkomponirati ekološko obnašanje v vsakodnevno delovanje podjetja,
- v podjetju zaposlijo osebo, ki bo odgovorna za izvajanje ekološkega managementa, ali pa morda kar oddelek, še posebej ob uvajanju ekološkega managementa, saj v slovenskih hotelih to nalogo opravljajo predvsem direktorji in pomočniki direktorjev, ki pa se ob vseh ostalih obveznostih nalogi ne morejo povsem posvetiti, posledično pa tudi celotno podjetje ekološko problematiko prezre, kar je opazno v večini slovenskih hotelov,
- se zavzemajo za pridobivanje okoljskih standardov, znakov za okolje in dosledno izpolnjujejo vse zahteve – in jih morda celo nadgradijo z dodatnimi ukrepi,
- periodično organizirajo razne seminarje in delavnice, kjer bi predstavljali novosti na področju ekologije ter skupaj z zaposlenimi iskali nove ideje, kako biti okoljsko odgovornejši hotel,
- se povezujejo z drugimi hoteli in izmenjujejo znanje o ukrepih za varovanje okolja,
- se javnosti predstavljajo kot ekološko odgovoren hotel ter goste seznanjajo z načini, kako lahko tudi sami varujejo okolje, da se bodo ekološko obnašali že med samim bivanjem v prostorih hotela in tudi izven njega,

- preko spletne strani ter objav v medijih promovirajo ekološki management in predstavijo tudi iz prve roke prednosti, ki jih uvedba le-tega prinaša, kar bi spodbudilo tudi druge hotele k uvedbi ekološkega managementa.

Pogosto so tudi gostje in lokalno prebivalstvo tisti, ki motivirajo podjetja, da se odločijo uvesti ekološki management. Če državi uspe ozavestiti ljudi do te mere, da postane odgovorno ravnanje z okoljem del vsakdanjega življenja, bodo ti hodili v takšne hotele oz. koristili storitve takih podjetij, ki se prav tako zavzemajo za čistejše okolje ter z okoljem tudi odgovorno ravnaajo. Hkrati bodo taki gosti to zahtevali tudi od tistih podjetij, ki ukrepov za čistejše okolje še niso sprejeli. Vendar je pri tem pomembno, da je okoljsko naravnana miselnost prisotna pri zadosti velikem številu ljudi in ne le pri določenih segmentih, sicer podjetja ideje o ekološkem delovanju ne bodo jemala kot dobro poslovno priložnost. Iz tega izhaja, da moramo biti prav posamezniki tisti, ki bomo začeli živeti okolju prijazno, nato pa bomo to zahtevali tudi od podjetij, ki bodo pod dovolj velikim pritiskom svojih kupcev primorana spremeniti način delovanja.

SKLEP

Ekološki management se po Mihalič (2009, str. 1) nanaša na okoljsko odgovoren management, kar pomeni ekološko varstvo, uporabo naravnih in socio-kulturnih virov ter izobraževanje poslovnih partnerjev, zaposlenih in uporabnikov proizvoda oz. storitev. Tesno se povezuje s konceptom trajnostnega razvoja, ki po definiciji WCED (1987, str. 43) zadovoljuje potrebe sedanjosti brez ogrožanja zmožnosti prihodnjih generacij za zadovoljevanje njihovih lastnih potreb. Trajnostni razvoj sloni na treh stebrih: ekonomskem, socialnem in ekološkem, med katerimi mora biti vzpostavljeno primerno ravnotežje, ki bi zagotavljalo dolgoročno trajnost (UN WTO, 2004, str. 7).

Kvarjenje naravnega okolja ogroža uspeh hotelske industrije in turizma nasploh, hotelska industrija pa je eden od največjih porabnikov energije v turizmu, kar kaže potrebo po sistemu, ki bi hotelskim podjetjem pomagal postati okolju prijaznejši (Bohdanowicz, 2005, str. 188–189). Takšen sistem je ekološki management. Ekološki management lahko na več različnih načinov uvedemo v podjetje, pri tem pa nam pomagajo okoljske sheme, ki nam predstavljajo smernice in zapovedi, ki se jih podjetje mora držati, če želi postati okolju prijazno. Ene izmed najbolj globalno prepoznavnih in za slovenska podjetja relevantnih okoljskih shem so okoljski standard ISO 14001, shema EMAS, znaki za okolje – npr. Ecotel, Green Globe 21 ter Znak za okolje EU, poznan tudi pod imenom »okoljska marjetica«, ekološko knjigovodstvo ter indikatorji trajnostnega razvoja turizma.

Odličen primer hotelskega podjetja, ki je uspešno uvedlo ekološki management ter je koncept trajnostnega razvoja vključilo v celotno poslovanje, je francosko hotelsko podjetje Accor. Leta 1974 so začeli graditi podjetje z vizijo ekološke in socialne odgovornosti, ekološka listina, program Earth Guest in Plant of the Planet pa so le nekateri od njihovih ukrepov za razvoj ekološke zavesti tako v svojih hotelih kot zunaj njih.

Stanje ekološke ureditve v slovenskih hotelih sem ugotavljala na podlagi dveh raziskav in ugotovila, da je v Sloveniji zelo malo podjetij, ki se ukvarjajo z ekološko problematiko. V hotelih se sicer problema zavedajo, kar je razvidno iz tega, da je ekološka politika v veliko podjetjih prisotna, vendar se temu področju namenja premalo pozornosti in zato se izvaja zelo malo ukrepov v smeri ekološkega ravnanja. Managerji hotelov imajo premalo znanja in motivacije, da bi uvedli ekološki management, večji poudarek kot na ekološkem vidiku poslovanja pa je še vedno na tradicionalnem, ekonomskem vidiku.

V Sloveniji bo očitno potrebnega še veliko dela in časa, preden se bodo hotelska podjetja začela zavedati pomembnosti uvedbe ekološkega managementa ter se učiti na primeru hotelov iz tujine, ki zaradi ekološke naravnosti uživajo velik ugled v hotelskem sektorju in med gosti. Ker je očitno, da slovenska hotelska podjetja potrebujejo primerno znanje in spodbudo, menim, da bi jim na tem področju lahko pomagala država. Vladne organizacije, ki se ukvarjajo s področjem ekologije, imajo dovolj znanja in resursov, da bi podjetjem nudile izobraževanja, finančno pomoč in pomoč pri uvajanju, izvajanju in nadzoru ekološkega managementa. To bi podjetjem v veliki meri olajšalo delo in jih motiviralo k uvedbi ekološkega managementa. Če bi se v Sloveniji med podjetji, pa tudi med širšo javnostjo, izvajala primerna promocija, bi se tudi zavedanje o ekološkem problemu povečalo, odgovorno ravnanje z okoljem bi postalo del vsakdanjega življenja in morda bi ekološki management začeli dojemati kot nujnost v vsakem podjetju. Prav tako bi zaradi pritiska gostov in lokalnih prebivalcev, ki bi od hotelov pričakovali okolju prijazno poslovanje, hoteli začeli razmišljati v smeri uvedbe ekološkega managementa, saj bi bil od tega odvisen tudi njihov poslovni uspeh.

LITERATURA IN VIRI

1. *About – Criteria & Inspection [Ecotel]*. Najdeno 12. maja 2009 na spletnem naslovu http://www.concepthospitality.com/ecotel/ECOTELAbout_Criteria.htm.
2. *About [Ecotel]*. Najdeno 12. maja na spletnem naslovu <http://www.concepthospitality.com/ecotel/ECOTELAbout.htm>.
3. *About – The five globes [Ecotel]*. Najdeno 12. maja 2009 na spletnem naslovu http://www.concepthospitality.com/ecotel/ECOTELAbout_Globes.htm.
4. *Accor hotels environment charter [Accor]*. Najdeno 20. maja na spletnem naslovu http://www.accor.com/fileadmin/user_upload/Contenus_Accor/Developpement_Durable/pdf/EN/EN_Environment_Charter_Accor_Hotels_Employees_poster.pdf.
5. *Accor priorities [Accor]*. Najdeno 20. maja na spletnem naslovu <http://www.accor.com/en/sustainable-development/eco-priorities.html>.
6. *Annual report 2008 [Accor]*. Najdeno 20. maja na spletnem naslovu http://www.accor.com/fileadmin/user_upload/Contenus_Accor/Commun/pdf/EN/ACCOR_RA2008_EN.pdf.
7. Bohdanowicz P., (2005). European hoteliers' environmental attitudes. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 46 (2), 188–204.
8. Brady, J. (2005). *Environmental Management in Organizations: The IEMA Handbook*. London: Earthscan Publications.
9. Crognale, G., (2008). Eco-Management & Audit Scheme — Forerunner to ISO 14001. *Business & the Environment with ISO 14000 Updates*, 19 (9), 12.
10. *Company Programme [Green Globe]*. Najdeno 14. maja na spletnem naslovu <http://www.ec3global.com/products-programs/green-globe/for-companies/programme/Default.aspx>.
11. Denman, R. & Mihalič, T. (2007). *Action for more sustainable european tourism: Report of the tourism sustainability group*. Bruselj: European Commission.
12. Drnovšek, J., (1994). Po konferenci o okolju v Riu de Janeiru. *Okolje v Sloveniji*, Ljubljana: Tehniška založba Slovenije, str.
13. *Environmental management systems – Your A - Z guide [Institute of environmental management & assessment]*. Najdeno 2. aprila na spletnem naslovu <http://www.iema.net/ems/newtoems>.
14. *Energy [Accor]*. Najdeno 20. maja na spletnem naslovu <http://www.accor.com/en/sustainable-development/eco-priorities/energy.html>.

15. *EMAS [SIQ]*. Najdeno 12. maja 2009 na spletnem naslovu <http://www.siq.si/EMAS.1438.0.html>.
16. Fece, V. (2006). Ekološko gospodarjenje v kovinsko predelovalni industriji s poudarkom na Gorenju, d.d. *Gorenje Group*. Najdeno 15. maja na spletnem naslovu http://www.gorenjegroup.com/si/filelib/gorenje_group/corporate/professional_contribution/gib_06_06_p01-10.pdf.
17. *Greener travel with eco – label [EU Eco label]*. Najdeno 10. junija na spletnem naslovu http://www.ecolabel-tourism.eu/display/cid/_6/title/_Accommodation-Service.html.
18. *ISO 14001:2004 [ISO]*. Najdeno 10. maja na spletnem naslovu http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=31807.
19. *Kaj pomeni EMAS [Agencija Republike Slovenije za okolje]*. Najdeno 12. aprila 2009 na spletnem naslovu <http://www.arso.gov.si/o%20agenciji/okoljski%20znaki/EMAS/EMAS.html>.
20. Lah, A. & Lobnik, F., (2002). *Okoljski pojavi in pojmi: okoljsko izrazje v slovenskem in tujih jezikih z vsebinskimi pojasnili*. Ljubljana: Svet za varstvo okolja Republike Slovenije.
21. Lebe, S., Blažič, P., Aleksič, V., Erlih, Z., Friedl, Harald A., Gojčič, S., Gregorič, G., Gruber, C., Gunčar, B., Habjanič, S., Hertel, L., Illing, K., Klančnik, R., Marković, S., Milfelner, B. & Rumbak, R. (2006). *Program ekološke ureditve in posodobitve hotelov*. Maribor: Center za interdisciplinarne in multidisciplinarne raziskave in študije, Znanstveni inštitut za regionalni razvoj pri Univerzi v Mariboru.
22. Mihalič, R., (1999). *Ekološki management s poudarkom na stopnji ekološke zavesti* (diplomsko delo). Kranj: Fakulteta za organizacijske vede.
23. Mihalič R. & Vuk, D., (1999). Vpliv ekološkega managementa in ekološkega marketinga na razvoj podjetij in ekološke usmerjenosti trga v občini Škofja Loka. *Organizacija, revija za management, informatiko in kadre*, 32 (10), 564.
24. Mihalič, T., (2009). *Environmental Management in Tourism (professor's notes)*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
25. Mihalič, T. & Žabkar, V. & Knežević Cvelbar, L., (2009). *Do hotel firms respond to sustainability – The case of the slovenian hotel sektor*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
26. *Slovenski turizem v številkah [STO]*. Najdeno 8. julija na spletnem naslovu http://www.slovenia.info/pictures%5CTB_board%5Catachments_2%5C2007%5CstoSTVSpriloga_0307_k00_5332.pdf.
27. *The challenges of sustainable development [Accor]*. Najdeno 20. maja 2009 na spletnem naslovu <http://www.accor.com/en/sustainable-development/earth-guest-program/challenges.html>.

28. UNEP (1998). *Ecolabels in the tourism industry*. Pariz: United Nations Environment Programme.
29. UNEP & UN WTO (2005). *Making tourism more sustainable: a guide for policy makers*. Paris: United nations Environment Programme, Madrid: World Tourism Organisation.
30. UN WTO (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid: World Tourism Organisation.
31. *VISIT: Destinations - Key indicators to monitor sustainable tourism development [Ecotrans]*. Najdeno 21. maja 2009 na spletnem naslovu <http://www.ecotrans.org/visit/brochure/en/050.htm>.
32. Vuk, D., (2000). *Uvod v ekološki management*. Kranj: Moderna organizacija.
33. Wallström, M., (2003). Commission Decision of 14 April 2003 establishing the ecological criteria for the award of the Community eco-label to tourist accommodation service. *Official Journal of the European Union*. Luxemburg: Publications.
34. WCED (1987). *Our common future*. Oxford, New York: Oxford University Press.
35. Woodside, G. & Aurrichio, P. & Yturri, J. (1998). *ISO 14001 implementation manual*. New York: McGraw – Hill.