

Mladá veda

Young Science



Mladá veda

Young Science

MEDZINÁRODNÝ VEDECKÝ ČASOPIS MLADÁ VEDA / YOUNG SCIENCE

Číslo 1, ročník 10., vydané v marci 2022

ISSN 1339-3189

Kontakt: info@mladaveda.sk, tel.: +421 908 546 716, www.mladaveda.sk

Fotografia na obálke: Mukačevo, Ukrajina. © Branislav A. Švorc, foto.branisko.at

REDAKČNÁ RADA

doc. Ing. Peter Adamišín, PhD. (Katedra environmentálneho manažmentu, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Dr. Pavel Chromý, PhD. (Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Univerzita Karlova, Praha)

Mgr. Jakub Köry, PhD. (School of Mathematics & Statistics, University of Glasgow, Glasgow)

prof. Dr. Paul Robert Magocsi (Chair of Ukrainian Studies, University of Toronto; Royal Society of Canada)

Ing. Lucia Mikušová, PhD. (Ústav biochémie, výživy a ochrany zdravia, Slovenská technická univerzita, Bratislava)

doc. Ing. Peter Skok, CSc. (Ekomos s. r. o., Prešov)

prof. Ing. Róbert Štefko, Ph.D. (Katedra marketingu a medzinárodného obchodu, Prešovská univerzita, Prešov)

prof. PhDr. Peter Švorc, CSc., predseda (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Ing. Petr Tománek, CSc. (Katedra veřejné ekonomiky, Vysoká škola báňská - Technická univerzita, Ostrava)

REDAKCIA

Mgr. Branislav A. Švorc, PhD., šéfredaktor (Vydavateľstvo UNIVERSUM, Prešov)

PhDr. Magdaléna Keresztesová, PhD. (Fakulta stredoeurópskych štúdií UKF, Nitra)

Mgr. Martin Hajduk, PhD. (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

RNDr. Richard Nikischer, Ph.D. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha)

PhDr. Veronika Trstianska, PhD. (Ústav stredoeurópskych jazykov a kultúr FSŠ UKF, Nitra)

Mgr. Veronika Zuskáčová (Geografický ústav, Masarykova univerzita, Brno)

VYDAVATEĽ

Vydavateľstvo UNIVERSUM, spol. s r. o.

www.universum-eu.sk

Javorinská 26, 080 01 Prešov

Slovenská republika

© Mladá veda / Young Science. Akékoľvek šírenie a rozmnožovanie textu, fotografií, údajov a iných informácií je možné len s písomným povolením redakcie.

AKCEPTÁCIA KONCEPTU UDRŽATEĽNÉHO ROZVOJA V SLOVENSKÝCH VÝROBNÝCH PODNIKOCH

ACCEPTANCE OF THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN SLOVAK
MANUFACTURING COMPANIES

Patrícia Jánošová¹

Autorka pôsobí ako interná doktorandka na Fakulte riadenia a informatiky Žilinskej univerzity v Žiline. Vo svojom výskume sa venuje problematike udržateľnosti a udržateľného rozvoja.

The author works as an internal PhD student at the Faculty of Management Science and Informatics at the University of Žilina. Her research focuses on sustainability and sustainable development.

Abstract

We encounter the concept of sustainable development more and more often in various areas of life. We consider sustainable development to be highly topical, mainly due to the world's high level of environmental pollution. The United Nations, the European Union, and other integration groups are increasingly involved in tackling global pollution. Among the main actors in environmental pollution are manufacturing companies that place a disproportionate burden on the environment. This article addresses the main issues that stem from the nature of sustainable development. The subjects are the managers of manufacturing enterprises, which answered our questions concerning sustainable development in the survey. The sample consists of 318 managers of Slovak manufacturing companies. The data were questioned by a questionnaire survey in 2021.

The main goal of the presented article is to find out, based on the analysis and synthesis of primarily obtained data from managers of production companies, whether their opinions and actions in the company are up-to-date, taking into account aspects of sustainable development.

Key words: sustainable development, sustainability, manufacturing companies, AGENDA 2030

¹ Adresa pracoviska: Ing. Patrícia Jánošová, Žilinská univerzita v Žiline, Fakulta riadenia a informatiky, Katedra makro a mikroekonomiky, Univerzitná 8215/1, 010 26 Žilina
E-mail: patricia.janosova@fri.uniza.sk

Abstrakt

S problematikou udržateľného rozvoja sa stretávame čoraz častejšie v rôznych oblastiach života. Táto téma je vysoko aktuálna najmä z dôvodu vysokej miery znečisťovania životného prostredia vo svete. Organizácia spojených národov, ako aj Európska únia a iné integračné zoskupenia sa čoraz intenzívnejšie zapájajú do riešenia problémov spojených so znečisťovaním planéty. Medzi hlavných aktérov v znečisťovaní životného prostredia patria výrobné podniky, ktoré neprimerane zaťažujú životné prostredie. Tento článok sa zaoberá riešením hlavných otázok, ktoré pramenia z podstaty udržateľného rozvoja. Subjektom sú práve manažéri výrobných podnikov, ktoré v prieskume zodpovedali na naše otázky týkajúce sa udržateľného rozvoja. Vzorku tvorí 318 manažérov slovenských výrobných podnikov. Dáta boli dopytované dotazníkovým prieskumom počas roka 2021.

Hlavným cieľom predkladaného článku je na základe analýzy a syntézy primárne získaných údajov od manažérov výrobných podnikov zistiť, či ich názory a konania v podniku sú aktuálne pri zohľadnení aspektov udržateľného rozvoja.

Kľúčové slová: udržateľný rozvoj, udržateľnosť, výrobné podniky, AGENDA 2030

Úvod

Literatúra zaoberajúca sa udržateľnosťou podniku považuje za kľúčový faktor udržateľnosti začlenenie environmentálnych prvkov do celého výrobného podniku (Loverock, 2010; Thomas a Lamm, 2012; Wesselink, et al., 2017). Tieto prvky by mali podporovať predovšetkým ekologizáciu podnikov, ktorý zodpovedne využíva disponibilné zdroje, šetrne a racionálne nakladá s odpadom, či nahrádza bežné stretnutia online videokonferenciami. Ide však predovšetkým o konanie, ktoré nie je nutné z pohľadu povinností vykonávať. Daily, et al. (2009) uvádza, že takéto konanie je zo strany manažmentu žiadúce zabezpečiť, aj nad mieru povinného vykonávania činností, ktoré plynú zo zákona. Väčšina podnikov, ktorá dobrovoľne a nad rámec povinností vykonáva udržateľné aktivity, ich má stanovené vo svojej podnikovej stratégii, aj keď niektoré podniky ňou disponujú len implicitne (Süßbauer a Schäfer, 2019). Z toho dôvodu je nevyhnutné vytvoriť stratégiu v podniku, ktorá obsahuje prvky udržateľného rozvoja, ciele v súlade s princípmi udržateľného rozvoja, ako aj holistickú orientáciu sa na udržateľný rozvoj. Rovnako je potrebné aplikovať filozofiu udržateľného smerovania podniku v celom výrobnom podniku vrátane presvedčenia zamestnancov o tejto nevyhnutnosti.

Každý výrobný podnik bez ohľadu na svoju veľkosť by mala robiť všetko pre to, aby poskytla čo najkvalitnejšie prostredie pre budúce generácie (Aragon-Correa a Rubio-López, 2007). Je preto výzvou pre manažérov najmä výrobných podnikov, aby umožnili v podniku správne nastaviť filozofiu udržateľného rozvoja, hlavné aspekty a smery, ktorým sa bude podnik uberať a v neposlednom rade zakomponovať tieto atribúty do podnikovej stratégie. Podniková stratégia by mala zahŕňať otázky udržateľného podnikania a životného prostredia, ako aj vytvárania procesu strategického plánovania (Das, et al., 2019).

Koncept podnikovej stratégie obsahuje súvislý tok environmentálnej podnikovej vízie, misie, cieľov, plánov a procesov, ktorých účelom je minimalizovať negatívny vplyv na životné prostredie (Zhao, et al., 2020). Okrem orientácie sa na životné prostredie je nutné spomenúť význam podnikovej stratégie a jej vplyv na výkon podniku, ktorý má aj

ekonomický charakter (Wijethilake, 2017). Správne vytvorená a implementovaná stratégia podniku umožňuje podniku prosperovať a získať aj konkurenčnú výhodu na trhu. Definovaniu vhodnej stratégie však predchádza časovo náročná dôsledná analýza interného a externého prostredia podniku. Pri stanovení adekvátnej podnikovej stratégie je dôležité správne definovanie podnikového poslania, vízie a cieľov. Poslanie predstavuje vyjadrenie dôvodu existencie podniku na trhu (Charvát, 2006). Poslanie podniku je úzko späté s víziou, ktorá predstavuje smerovanie činností podniku a jeho obraz v určitom časovom bode v budúcnosti. Ciele podniku jasne definujú, čo chce podnik dosiahnuť a kam sa chce dopracovať. Pre podnik predstavujú záväzok, ktorého sa nie je možné vzdať ale vytvárať kontinuálne kroky pre úspešné smerovanie podnikových aktivít k dosahovaniu udržateľných cieľov podniku. Na to aby mohla byť stratégia podniku správne definovaná je nevyhnutné uchopenie potenciálu a disponibilných zdrojov podniku v materiálnej, finančnej ale aj sociálnej podobe. Vo vlastnom záujme je nevyhnutné rozvíjať podnik vo všetkých oblastiach tak, aby si zachoval svoju identitu, stanovené ciele mal v súlade so stratégiou podniku a v neposlednom rade konal v podmienkach udržateľnosti, pre zabezpečenie prosperity nie len podniku ale aj životného prostredia.

Z pohľadu manažmentu je pred samotným stanovením stratégie podniku v súlade s udržateľným rozvojom nevyhnutná znalosť o udržateľnom rozvoji. V praktickej oblasti to znamená, že na to aby podnik konal v prospech environmentálnej, sociálnej a ekonomickej udržateľnosti je nevyhnutný teoretický podklad o udržateľnom rozvoji v manažmente. Tento článok sa zameriava práve na zisťovanie prvkov udržateľného rozvoja v podnikovej stratégii, rovnako aj cieľov v stratégii podniku, ktoré by mali byť v kontexte programu AGENDA 2030, ako aj záujmu manažérov o rozšírenie svojich poznatkov v tejto oblasti. V neposlednom rade sa článok zaoberá motivačnými faktormi, ktoré manažérov motivujú k vykonávaniu činností v prospech udržateľného rozvoja.

Stanovenie a verifikácia hypotéz výskumu

V tejto časti sme stanovili štyri základné výskumné otázky, ktoré tvorili podklad pre formuláciu pracovných hypotéz:

V1: Zahŕňa stratégia podniku prvky udržateľného rozvoja?

V2: Sú ciele podniku v kontexte s cieľmi AGENDA 2030?

V3: Majú manažéri záujem rozšíriť svoje poznatky o udržateľnom rozvoji?

V4: Aké sú motivačné elementy manažérov k implementácii prvkov udržateľného rozvoja do podniku?

Pre každú z výskumných otázok je vytvorená pracovná, nulová a alternatívna hypotéza. Stanovené hypotézy (tabuľka 1) sú overované štatistickým testovaním pomocou binomického testu alebo deskriptívnou analýzou.



Výskumná otázka	Pracovná hypotéza	Nulová hypotéza	Alternatívna hypotéza
V1	H1: Značná časť ² podnikov disponuje stratégiou, v ktorej sú uplatnené princípy udržateľného rozvoja	H0: Najviac 70 percent podnikov disponuje stratégiou, v ktorej sú uplatnené princípy UR.	HA: Viac ako 70% podnikov disponuje stratégiou, v ktorej sú uplatnené princípy UR.
V2	H2: Značná časť podnikov nedisponuje stratégiou, v ktorej sa vyskytujú ciele programu AGENDA 2030.	H0: Najviac 70 percent disponuje stratégiou, v ktorej sa vyskytujú ciele programu AGENDA 2030.	HA: Viac než 70% podnikov nedisponuje stratégiou, v ktorej sa vyskytujú ciele programu AGENDA 2030.
V3	H3: Väčšina podnikov má záujem o rozšírenie poznatkov o udržateľnom rozvoji.	H0: Najviac 50% podnikov má záujem o rozšírenie poznatkov o UR.	HA: 70 a viac percent podnikov vykonáva činnosti, ktoré prispievajú k UR
V4	H4: Manažérov podnikov k implementácii prvkov udržateľného rozvoja motivuje viac pozitívny predpokladaný ekonomický dopad pre podnik než sociálny a environmentálny.	H0: Maximálne polovica manažérov podnikov zvolila ako motivačný nástroj pre implementáciu UR prvky s ekonomickým charakterom než sociálnym a environmentálnym.	HA: Väčšina manažérov podnikov zvolila ako motivačný nástroj pre implementáciu UR prvky s ekonomickým charakterom než sociálnym a environmentálnym.

Tabuľka 1 - Stanovenie hypotéz výskumu

Zdroj: vlastné spracovanie

V tejto oblasti sa zameriavame na analýzu stratégie podniku v kontexte s udržateľným rozvojom všeobecne ale aj na základe výskytu konkrétnych cieľov AGENDA 2030, ktoré sa v stratégii môžu vyskytovať v modifikovanej podobe v podmienkach výrobných podnikov.

H1: Značná časť podnikov disponuje stratégiou, v ktorej sú uplatnené princípy udržateľného rozvoja.

² Za „značnú časť“ sme počas celého procesu stanovenia a verifikácie hypotéz, považovali mieru 70% a viac.

Hypotézou H1 máme za cieľ zistiť, či sa v podnikovej stratégii vyskytujú elementy udržateľného rozvoja. Považujeme za potrebné, aby sa vízia a filozofia podniku, vrátane činností vykonávaných v podniku orientovali na udržateľný smer v podnikaní.

Štatistickým testovaním sme dospeli k výsledku ($0.9994 > 0.05 \Rightarrow$ prijímame nulovú hypotézu), že najviac 70% podnikov disponuje stratégiou, v ktorej sú zakomponované princípy udržateľného rozvoja. Z toho 160 podnikov uvádza vo svojej stratégii hlavne environmentálne princípy udržateľného rozvoja.

H2: Značná časť podnikov nedisponuje stratégiou, v ktorej sa vyskytujú ciele programu AGENDA 2030.

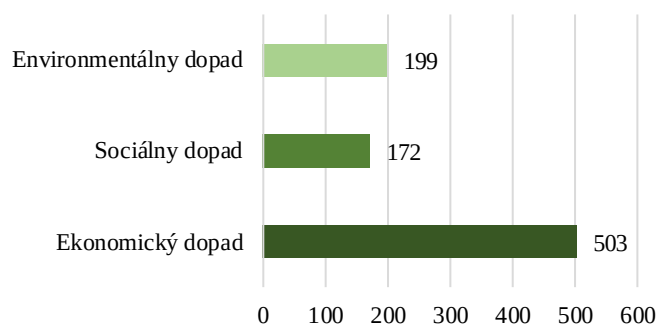
Druhou hypotézou H2 sme sa snažili štatistickým overovaním zistiť, aká časť podnikov disponuje stratégiou, ktorej súčasťou sú ciele programu AGENDA 2030. Aj napriek tomu, že program AGENDA 2030 bol v roku 2015 schválený členskými štátmi OSN, domnievame sa, že značná časť podnikov nemá ciele (ani v modifikovanej forme) zakomponované vo svojej stratégii. Naša hypotéza sa na základe binomického testovania potvrdila ($0,003 < 0,05 \Rightarrow$ prijímame alternatívnu hypotézu), to znamená, že viac než 70% výrobných podnikov na území Slovenskej republiky nedisponuje stratégiou, v ktorej sa vyskytujú ciele programu AGENDA 2030 (v niektorých prípadoch sa jednalo o vytvorenie „podnikových akčných plánov“, podmienené cieľmi AGENDA 2030, pričom nie sú výlučne súčasťou stratégie podniku). V tomto bode sa naskytá otázka absencie týchto cieľov, ktoré dávajú manažérom možnosť inšpirácie pre modifikáciu aktuálnych priorít v podniku, ako aj námet akým spôsobom činnosť podniku ovplyvniť smerom do budúcnosti.

H3: Väčšina podnikov má záujem o rozšírenie poznatkov o UR.

Nasledujúcou hypotézou sme mali za cieľ konštatovať záujem manažérov o nadobudnutie vedomostí a rozšírenie aktuálnych poznatkov o udržateľnom rozvoji. Predpokladali sme, že vzhľadom na vysokú aktuálnosť udržateľného rozvoja vo všetkých sférach života má manažment výrobných podnikov záujem o rozšírenie svojich poznatkov. Na základe štatistického vyhodnotenia a výslednej hodnoty p-value = 0,003, ktorú sme porovnávali so stanovenou hladinou významnosti 5%, sa nám naša hypotéza H3 potvrdila, teda môžeme tvrdiť, že viac ako 50% podnikov má záujem o rozšírenie poznatkov o udržateľnom rozvoji.

H4: Manažérov podnikov k implementácii prvkov UR motivuje viac pozitívny predpokladaný ekonomický dopad pre podnik než sociálny a environmentálny.

Posledná hypotéza sa orientuje na zisťovanie priorít u manažérov, ktorých k implementácii prvkov udržateľného rozvoja môžu motivovať rôzne očakávania. Manažérom bolo poskytnutých niekoľko ekonomických, sociálnych a environmentálnych faktorov, ktoré môžu implementáciou princípov udržateľného rozvoja do podniku ovplyvniť. Pri tejto otázke bola možnosť zaznačenia viacerých faktorov.

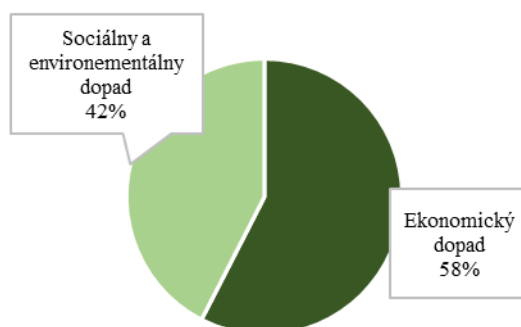


Obrázok 1: Motivačné faktory pre manažérov k implementácii prvkov udržateľného rozvoja do podniku.

Zdroj: vlastné spracovanie

Predpokladali sme, že manažérov bude motivovať ovplyvňovanie predovšetkým ekonomických faktorov v podniku, ako napr. zníženie nákladov podniku, zvýšenie predaja ponúkaných výrobkov, než sociálnych a ekonomických.

Na základe grafického vyobrazenia (Obrázok 1) odpovedí manažérov na faktory motivujúce k implementácii prvkov udržateľného rozvoja do podniku, môžeme hypotézu H4 považovať za pravdivú, to znamená, že manažérov podnikov k implementácii prvkov UR motivuje viac pozitívny predpokladaný ekonomický dopad pre podnik než sociálny a environmentálny.



Obrázok 2: Sociálne, environmentálne a ekonomické motivačné faktory manažérov k implementácii prvkov udržateľného rozvoja do podniku.

Zdroj: vlastné spracovanie

Manažérov motivujú viac ekonomické dopady 58%, než sociálne a environmentálne 42% (Obrázok 2), čo z pohľadu vplyvu na životné prostredie nie je ideálne, kedy je očakávaná motivácia zo strany manažérov výrobných podnikov orientovaná najmä na environmentálny aspekt.

Záver

Náležitá manažérske znalosti a snaha riadiť podnikové aktivity umožňujúce rozvoj podniku udržateľným spôsobom, sú obzvlášť dôležité v podnikoch, ktoré svojou výrobnou činnosťou nadpriemerne zaťažujú životné prostredie a vytvárajú negatívne externality znižujúce kvalitu života zainteresovaných strán podniku. Tento článok sa zameriaval v prvom rade na zisťovanie výskytu prvkov udržateľného rozvoja v stratégii podniku. Verifikáciou stanovenej hypotézy sa potvrdilo, že výrobné podniky na Slovensku disponujú stratégiami, v ktorých sú

evidované prvky udržateľného rozvoja. V druhom rade bolo zisťované, či ciele obsiahnuté v stratégiách výrobných podnikov sú v kontexte s programom OSN – AGENDA 2030. V tomto prípade už výskyt týchto cieľov nebol preukázaný. Ďalším zámerom článku bolo konštatovať, či záujem manažéri majú záujem o nadobudnutie vedomostí a rozšírenie aktuálnych poznatkov o udržateľnom rozvoji. Aj v tomto prípade sa nám potvrdilo, že manažment je si vedomí nutnosti koncipovania udržateľného rozvoja do podniku, o čom poukazuje aj potvrdenie výskumnej hypotézy, že viac ako 50% manažérov výrobných podnikov má záujem o rozšírenie poznatkov o udržateľnom rozvoji. Poslednou oblasťou výskumu bolo skonštatovať, aké charakterovo aké faktory sú pre manažérov podnikov motivujúce k implementácii prvkov udržateľného rozvoja. Zistilo sa, že manažérov podnikov k implementácii prvkov UR motivuje viac pozitívny predpokladaný ekonomický dopad pre podnik než sociálny a environmentálny. Táto skutočnosť však predstavuje pre udržateľný rozvoj podnikov potrebu navrhnutia adekvátnejšej intervencie, najmä z dôvodu nutnosti pozdvihnutia orientácie manažérov najmä na environmentálny aspekt udržateľného rozvoja.

*Tento článok odporúča na publikovanie vo vedeckom časopise Mladá veda:
doc. Ing. Emese Tokarčíková, PhD.*

This work was supported by Grant System of University of Zilina No. 13847/2021. Scheme of a model designed for effective business management in the context of the principles of sustainable development and by VEGA 1/0382/19 – The building of sustainable relationship with the enterprise's stakeholder groups via the creation of value with the application of information-communication technology.

Použitá literatúra

1. ARAGON-CORREA, J.A., RUBIO-LÓPEZ, E.A. 2007. *Proactive Corporate Environmental Strategies: Myths and Misunderstandings*. In: Long Range Planning, Volume 40, Issue 3. Pages 357-381
2. CHARVÁT, J. 2006. *Firemní strategie pro praxi*. Praha: Grada Publishing. Pages 204-206. ISBN: 80-247-1389-6
3. DAILY, B., BISHOP, J., GOVINDARAJULU, N. 2009. *A conceptual model for organizational citizenship behavior directed toward the environment*. In: Business and Society, Volume 48. Pages 243-256
4. DAS, A. K., BISWAS, S. R., JILANI, M. M. A. K., UDDIN, M. A. 2019. *Corporate environmental strategy and voluntary environmental behavior—Mediating effect of psychological green climate*. In: Sustainability, Volume 11, Issue 11. Pages 3123–3139
5. LOVEROCK, D.L.T. 2010. *Employee Pro-environmental Behaviours. Workplace Culture as a Driver for Social Change*. Unpublished PhD thesis. Royal Roads University, Victoria, Canada (2010). Pages 1-159
6. SÜßBAUER, E., SCHÄFER, M. 2019. *Corporate strategies for greening the workplace: Findings from sustainability-oriented companies in Germany*. In: Journal of Cleaner Production, Volume 226. Pages 564-577
7. THOMAS, T., LAMM, E. 2012. *Legitimacy and organizational sustainability*. In: Journal of Business Ethics, Volume 110. Pages 191-203
8. WESSELINK, R., BLOK, V., RINGERSMA, J. 2017. *Pro-environmental behaviour in the workplace and the role of managers and organisation*. In: Journal of Cleaner Production, Volume 168. Pages 167-1687

9. ZHAO, J., LIU, H., SUN, W. 2020. *How proactive environmental strategy facilitates environmental reputation: Roles of green human resource management and discretionary slack*. In: Sustainability, Volume 12, Issue 3, article n. 763