

Mladá veda

Young Science



Mladá veda

Young Science

MEDZINÁRODNÝ VEDECKÝ ČASOPIS MLADÁ VEDA / YOUNG SCIENCE

Číslo 3, ročník 12., vydané v septembri 2024

ISSN 1339-3189, EV 167/23/EPP

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

Fotografia na obálke: Jesenný spln. © Branislav A. Švorc, foto.branisko.at

REDAKČNÁ RADA

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

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

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)

PhDr. Veronika Kmetóny Gazdová, PhD. (Inštitút edukológie a sociálnej práce, Prešovská univerzita, Prešov)

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

Mgr. Monika Šavelová, PhD. (Katedra translitológie, Univerzita Konštantína Filozofa, Nitra)

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 verejnej ekonomiky, Vysoká škola báňská - Technická univerzita, Ostrava)

Mgr. Michal Garaj, PhD. (Katedra politických vied, Univerzita sv. Cyrila a Metoda, Trnava)

REDAKCIA

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

Mgr. Martin Hajduk, PhD. (Banícke múzeum, Rožňava)

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

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

PhDr. Veronika Trstianska, PhD. (Ústav stredoeurópskych jazykov a kultúr FSS 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.

ENVIRONMENTÁLNE VÝZVY V PODNIKANÍ RODINNÝCH PODNIKOV CESTOVNÉHO RUCHU

ENVIRONMENTAL INITIATIVES IN ENTERPRENEURSHIP OF FAMILY TOURISM
ESTABLISHMENTS

Daniela Matušíková, Ivana Šaffová¹

Daniela Matušíková pôsobí ako docentka na Fakulte manažmentu, ekonomiky a obchodu Prešovskej univerzity v Prešove, na Katedre turizmu a hotelového manažmentu. Vo svojom výskume sa zameriava na digitálny rozvoj cestovného ruchu, trendy cestovného ruchu ako aj vidiecky turizmus a agroturizmus. Ivana Šaffová je študentkou Fakulty manažmentu, ekonomiky a obchodu, Prešovskej univerzity v Prešove. Vo svojom doterajšom pôsobení sa v rámci výskumu venovala analyzovaniu rizík v podnikoch cestovného ruchu ako aj uplatňovaniu digitálnych technológií v spomínanom odvetví, najmä na príklade virtuálnej reality. Je držiteľkou viacerých ocenení ako autorka literárnej tvorby, za reprezentácie a šírenie dobrého mena univerzity ako aj držiteľka ceny vojvodu z Edinburghu.

Daniela Matušíková works as an associate professor at the Faculty of Management and Business of the University of Prešov in Prešov, at the Department of Tourism and Hotel Management. In her research, she focuses on the digital development of tourism, tourism trends as well as rural tourism and agritourism. Ivana Šaffová is a student of the Faculty of Management and Business, University of Prešov in Prešov. In her work so far, she has been focusing on analysing risks in tourism businesses as well as the application of digital technologies in the aforementioned industry, especially at the example of virtual reality. She was awarded by several awards as an author of literary works, for representation and dissemination of good name of university as well as the Duke of Edinburgh award.

Abstract

The importance of small and medium-sized enterprises in the tourism market is undeniable. Especially in the European area, their dominance is evident. Through their operation, they bring not only economic values, but also enrichment for tourism participants. On the other hand, their operation is characterized by a wide range of problems that affect their operation and that need to be addressed. The paper discusses environmental problems in tourism. Based on a

^{1,2} Adresa pracoviska: doc. PhDr. Daniela Matušíková, PhD. (ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6141-7454>); Mgr. Ivana Šaffová, MBA (ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-3507-0108>); Prešovská univerzita v Prešove, Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu, Katedra turizmu a hotelového manažmentu, Konštantínova 16, 080 01 Prešov
E-mail: daniela.matusikova@unipo.sk, ivana.saffova@smail.unipo.sk

questionnaire survey, it points to the current perception of selected environmental problems from the point of view of small enterprises of accommodation services in Slovakia. The results show that the current state is perceived as manageable, but opportunities for change can be found in many of them.

Key words: family enterprises of tourism, environmental approaches, sustainable development, tourism boards, enterprises problems

Abstrakt

Dôležitosť malých a stredných podnikov na trhu cestovného ruchu je nepopierateľná. Najmä v európskom priestore je ich dominancia evidentná. Svojim chodom prinášajú nielen ekonomické hodnoty, ale aj obohatenie pre účastníkov cestovného ruchu. Na druhej strane sa ich fungovanie vyznačuje širokou škálou problémov, ktoré ovplyvňujú ich chod, a ktorými je potrebné sa zaoberať. Príspevok pojednáva o environmentálnych problémoch v cestovnom ruchu. Na základe dotazníkového prieskumu poukazuje na aktuálne vnímanie vybraných environmentálnych problémov z pohľadu malých rodinných podnikov ubytovacích služieb na Slovensku. Z výsledkov vyplýva, že aktuálny stav je vnímaný ako zvládnuteľný, no príležitostí na zmenu možno nachádzať v mnohých prvkoch z nich.

Kľúčové slová: rodinné podniky cestovného ruchu, environmentálne prístupy, udržateľný rozvoj, problémy podnikov

Úvod do aktuálnej situácie

S rozvojom vedy a techniky a s nárastom informácií v spoločnosti rastú aj snahy o ochranu životného prostredia. Pod vplyvom mnohých zintenzívňujúcich sa živlov v kontexte zmien globálnej klímy sa aj podniky začínajú čoraz viac zamýšľať nad aplikovaním prístupov, ktoré smerujú k väčšej ochrane životného prostredia. Je zrejmé, že zmeny klímy a globálne otepľovanie sa dotýkajú aj odvetvia cestovného ruchu. Už samotný presun účastníkov cestovného ruchu zanecháva stopu na životnom prostredí sa už v období pred pandémiou sa stal predmetom popredných inštitúcií a expertov v odvetví. Rovnako aj spotrebúvanie služieb v navštívenom mieste generuje mnohé nežiadúci vplyvy. Donedávna boli v tejto oblasti aktívne najmä mimovládne organizácie, environmentálni aktivisti a štátne orgány. V súčasnosti si však nielen podniky cestovného ruchu ale aj ľudia (ako účastníci) viac než kedykoľvek predtým uvedomujú vplyv rôznych produktov a služieb na životné prostredie a ľudské zdravie. Preto podniky začali integrovať environmentálne záujmy spoločnosti do svojich činností, čo viedlo k realizácii zelených konceptov ako zelený dizajn, zelená výroba, zelené balenie, zelené ceny, zelená logistika, zelená propagácia a zelený marketing.

Teoretické východiská environmentálnych prístupov v podnikaní a cestovnom ruchu

Ochrana životného prostredia sa dynamicky rozvíja a stáva sa kľúčovou súčasťou života spoločnosti (Rusko 2019). Zelená ekonomika pomocou zelených inovácií, ktorých význam v posledných rokoch rastie, je nástrojom na posudzovanie naplnenia cieľov environmentálnych aspektov v zmysle koncepcie trvalo udržateľného rozvoja (Lovciová 2021). Z toho dôvodu je nevyhnutné zosúladiť podnikateľskú činnosť a činnosť smerujúcu k ochrane životného prostredia, pretože narastajúce využívanie životného prostredia vedie k jeho ohrozeniu

(Lovciová 2021). Dnes je pozornosť na environmentálnu udržateľnosť zásadnou otázkou aj pre podniky pôsobiace v iných ako zelených odvetviach. Spoločnosti menia svoje postoje nielen pod tlakom národných a nadnárodných zákonov alebo spotrebiteľov, ale aj preto, že prijatie stratégií environmentálneho manažmentu otvára nové trhové príležitosti (Calza a kol. 2017). Týmto spôsobom môžu poskytovať spotrebiteľom ekologicky šetrné produkty, čím si zachovávajú konkurencieschopnosť a dosahujú ekonomické ciele. Environmentálne podnikanie by sa malo podporovať tým, že sa pomôže potenciálnym podnikateľom identifikovať obchodné príležitosti vyplývajúce z prechodu na efektívne využívanie zdrojov (Lešková a kol. 2014). Zvýšený dopyt môže napomôcť tomu, aby sa environmentálne technológie, výrobky a služby stali bežnými a dostupnými (Majerník a kol. 2014).

Význam riadenia jednotlivých aspektov podnikateľských aktivít v kontexte zelených inovácií v posledných rokoch rastie a prináša so sebou množstvo výhod, ale i nevýhod pre podnikateľov. Výhody a nevýhody zavedenia zelených inovácií do jednotlivých oblastí inovácií produktu, výrobných procesov, prevádzky alebo predaja zhrnula autorka Lovciová (2021). V prípade produktu ako najväčšiu výhodu lokalizovala práve zvýšenú kvalitu a záujem spotrebiteľov o produkty šetrné k životnému prostrediu. Napriek dlhodobým výhodám prechod na výrobu s efektívnejším využívaním zdrojov vyžaduje zvýšené investície, na ktoré malé a stredné podniky nemusia byť vždy nevyhnutne kapitálovo pripravené. Podpora a urýchlenie prijímania a šírenia environmentálnych inovácií medzi malými a strednými podnikmi (MSP) je hlavnou výzvou pre tvorcov environmentálnej politiky. Ako uvádza Hansen a kol. (2010), výskumy naznačujú, že hoci majú MSP vysokú flexibilitu, ich inovačná kapacita môže byť obmedzená na postupné zmeny v rámci ich existujúceho technologického systému a siete. Na základe týchto zistení je navrhnutý analytický rámec, v rámci ktorého je environmentálna inovačná schopnosť MSP koncipovaná ako výsledok súhry medzi kompetenciami, sieťovými vzťahmi a strategickou orientáciou spoločnosti („dynamický trojuholník“). To naznačuje, že politika na podporu prijímania environmentálnych inovácií MSP musí mať integrovanú formu, čo znamená riešiť a rozvíjať kompetencie, siete a strategickú orientáciu MSP súčasne, pričom musí zostať systémovo a kontextovo citlivá. Na Slovensku vláda nasmerovala finančnú podporu do zelených inovácií prostredníctvom niekoľkých operačných programov. Podpora environmentálneho podnikania je nevyhnutná, pretože malé a stredné podniky potrebujú priaznivé podnikateľské prostredie, v ktorom sa environmentálne myšlienky môžu ľahko rozvíjať, financovať a uvádzať na trh (Lešková a kol. 2014).

Zelený akčný plán pre malé a stredné podniky, prijatý v roku 2014, má za cieľ pomôcť týmto podnikom využiť príležitosti, ktoré ponúka strategická transformácia európskeho trhu na model zelenej ekonomiky. Európska únia kladie vo svojich politikách veľký dôraz na komplexné prepájanie environmentálnych a hospodárskych cieľov, pričom Zelený akčný plán dopĺňa ďalšie európske zelené iniciatívy zamerané na špecifické oblasti ekonomiky. Medzi tieto iniciatívy patrí Eco-Innovation Action Plan, Green Employment Initiative, Circular Economy Action Plan a European Industrial Renaissance (Zelený akčný plán pre MSP 2021). Autori Arundel a Kemp (2009) vo svojich štúdiách poskytujú rozšírenú klasifikáciu ekoinovácií, s dôrazom na technológie zamerané na ochranu životného prostredia:

- organizačné inovácie pre životné prostredie,
- inovatívne produkty a služby, ktorých používanie prospieva životnému prostrediu,

- ekosystémové inovácie.

Ak má byť podpora zeleného podnikania a zelených inovácií úspešná, malé a stredné podniky by mali byť v prvom rade riadne oboznámené s tým, že podnikanie šetrné k životnému prostrediu je pre nich aj ekonomicky výhodné (Lovciová 2021).

Keďže cestovný ruch dokáže generovať významné sociálne, ekonomické a kultúrne výhody a prispievať k rozvoju regiónov, mnohé turistické destinácie sa snažia prilákať návštevníkov rôznymi spôsobmi. Dosiahnutie inteligentného a zeleného cestovného ruchu si vyžaduje činnosti ako výroba ekologicky bezpečných, recyklovateľných a biologicky rozložiteľných produktov, používanie energetickejšie efektívnych operácií s minimálnym alebo žiadnym znečistením, efektívne nakladanie s odpadom a zachovanie kultúrnych a prírodných hodnôt (Gavrilović a kol. 2018).

Netreba však zabúdať na dôležitosť takýchto udržateľných a sociálne zodpovedných produktov, procesov a služieb. Technológia výrazne napomáha ekologizácii produktov a procesov. G-IoT (zelený internet vecí) bude zohrávať významnú úlohu pri dosahovaní mnohých výhod a minimalizovaní škôd na životnom prostredí a ľudskom zdraví, čím prispieva k ekonomickým a environmentálnym prínosom v rôznych oblastiach vrátane cestovného ruchu. Spolu s G-IoT je nevyhnutná adekvátna správa a marketingové úsilie na ochranu životného prostredia a dosiahnutie udržateľného rozvoja. Tieto snahy sú známe pod pojmami green management a green marketing a sú uznávané ako jedny z najdôležitejších obchodných stratégií na dosiahnutie zodpovedného, udržateľného a prístupného cestovného ruchu (Maksimović 2018). Inými slovami, prijatie princípov a požiadaviek zeleného manažmentu a marketingu je kľúčové pre dosiahnutie ekonomických a sociálnych výhod (Zahedi 2012).

Zelený marketing predstavuje úsilie organizácie o navrhovanie, propagáciu, cenotvorbu a distribúciu produktov s minimálnym alebo žiadnym vplyvom na životné prostredie (Pride a kol. 2013). Zelený marketing sa v praxi implementuje prostredníctvom uplatňovania environmentálne prijateľných stratégií (Bošković a kol. 2011), medzi ktoré patria:

- vývoj a obsluhovanie trhových segmentov, ktoré sú si vedomé environmentálnych otázok,
- zabezpečenie implementácie environmentálnych noriem a ich začlenenie do podnikateľskej činnosti,
- zlepšovanie štandardov kvality produktov a služieb,
- stanovenie propagačných stratégií prispôbených novým segmentom zelených spotrebiteľov prostredníctvom spolupráce so skupinami na ochranu životného prostredia,
- zvyšovanie environmentálnych štandardov a iniciovanie zelených iniciatív,
- propagácia certifikácie ekologických značiek.

Cieľ, materiál a metodika

Cieľom štúdie bolo identifikovať a analyticky vyhodnotiť najpálčivejšie environmentálne problémy dotýkajúce sa malých rodinných podnikov v cestovnom ruchu po pandémie Covid-19, na príklade rodinných podnikov poskytujúcich ubytovacie služby.

Čiastkovým cieľom pre teoretický koncept štúdie bolo vypracovať teoretický rámec identifikujúci problémy malých rodinných podnikov v cestovnom ruchu. Na základe vedeckej

abstrakcie boli vytýčené najčastejšie uvádzané problémy, ktoré boli následne tlmočené v časti výskumného cieľa. Ten mal za snahu zistiť, vyhodnotiť a popísať vnímanie najčastejších environmentálnych problémov malých rodinných podnikov cestovného ruchu, najmä v postpandemickom období. To zasiahlo odvetvie cestovného ruchu ako jedno z najviac dotknutých. Prežitie práve rodinných podnikov záviselo a stále závisí aj od rýchlej stabilizácie trhu ako i podpory zo strany štátu. Aj v tomto zmysle stabilita zohráva významnú úlohu v budúcom prežití podnikov, ruka v ruke s nastavenou stratégiou pomoci, ktorá má reflektovať na potreby podnikov cestovného ruchu vo všeobecnosti. Nakoľko v cestovnom ruchu tvoria malé a stredné podniky dominanciu na domácom ale aj európskom trhu, je potreba zdôrazňovať aj ich špecifiká a osobitosti, no univerzálny model sa nemusí a často aj nedotýka spomínaných individualít.

Pre realizovanie prieskumu bola ako nosná metóda využitá metóda dotazníkového šetrenia. Zostavený bol autorský dotazník, týkajúci sa problémov podnikov v cestovnom ruchu. Výsledky primárneho výskumu boli procesované v programe MS Excel a následne prostredníctvom vybraných matematicko-štatistických metód analyticky vyhodnocované v programe Statistica 14. Pre overenie stanovenej hypotézy bol použitý Kruskal-Wallisov test. Výskumná vzorka pozostávala z malých rodinných podnikov, poskytujúcich ubytovacie služby cestovného ruchu v slovenských podmienkach. Podniky boli oslovované vo viacerých fázach vzhľadom na pomerne nízku návratnosť. Zber dát bol realizovaný v mesiacoch marec a apríl 2024 vo všetkých samosprávnych krajoch. Prvá fáza oslovovania podnikov prebehla elektronickým spôsobom a druhá prostredníctvom telefonického dopytovania. Údaje boli kumulované v systéme MS Forms. V rámci stanovenej hypotézy bolo predpokladom, že: *„existujú rozdielnosti vo vnímaní jednotlivých environmentálnych faktorov ako problémov malých rodinných podnikov podnikajúcich v cestovnom ruchu na Slovensku, ktoré ovplyvňujú ich fungovanie“*.

Výsledky a diskusia

Dotazníkového šetrenia sa celkovo zúčastnilo 112 malých podnikov cestovného ruchu poskytujúcich ubytovacie služby na území Slovenskej republiky. Ako vyplýva z tabuľky 1, najviac (39 podnikov) bolo z Prešovského samosprávneho kraja. Najmenej malých podnikov bolo na šetrení ochotných participovať z Trenčianskeho kraja (3 podniky). Najstarší podnik vznikol v roku 1894.

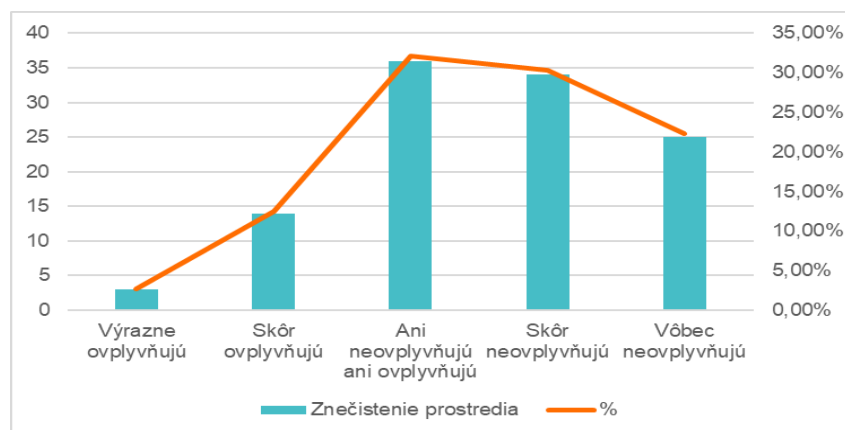
Pre zisťovanie pohľadu na environmentálne problémy sa malé podniky cestovného ruchu vyjadrovali k pôvodne desiatim environmentálnym faktorom. Pre potreby tohto príspevku bolo vybraných päť najvýraznejších, ktoré malé rodinné podniky vnímajú najintenzívnejšie. Medzi ne patrili konkrétne: miera znečistenia prostredia; produkcia a spôsobom narábania s odpadom; snahy o uplatňovanie pro-environmentálnych prvkov (podpora) zo strany štátu; environmentálna politika štátu a ekonomická náročnosť implementovania nových pro-environmentálnych prvkov. Výsledky jednotlivých sledovaných faktorov (problémov) alebo aj inak vnímané ako výzvy možno vnímať v grafoch 1-5, kde sú vyhodnotené samostatne.

Samosprávny kraj	Počet podnikov (absolútna početnosť)	Počet podnikov (relatívna početnosť)
Banskobystrický kraj	10	8,93 %
Bratislavský kraj	13	11,61 %
Košický kraj	18	16,07 %
Nitriansky kraj	14	12,50 %
Prešovský kraj	39	34,82 %
Trenčiansky kraj	4	3,57 %
Trnavský kraj	11	9,82 %
Žilinský kraj	3	2,68 %

Tabuľka 1 - Popis prieskumnej vzorky podľa lokalizácie podniku
Zdroj: primárny výskum, vlastné spracovanie

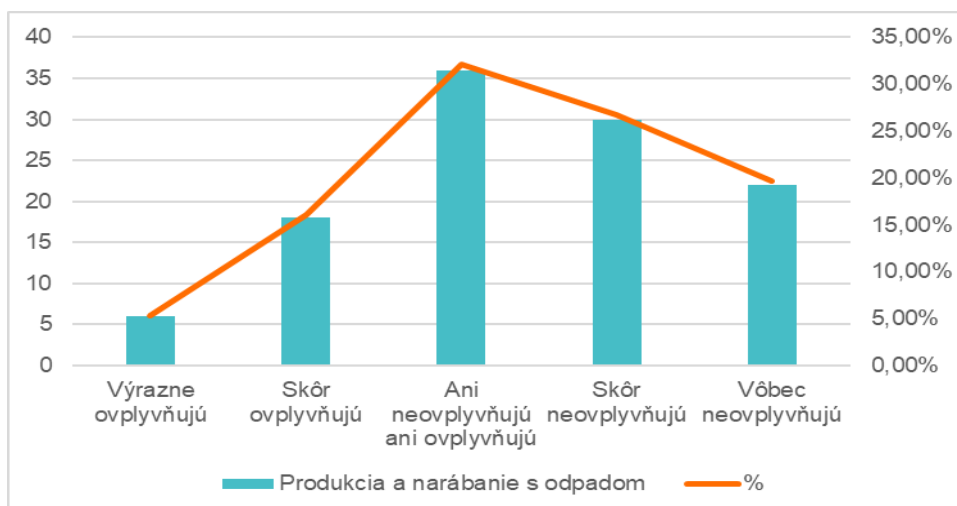
Faktory (priemer)	Priemer	Medián	Smerodajná odchýlka
Environmentálne faktory	2,45	2,40	0,973

Tabuľka 2 - Popis deskriptívnej štatistiky pre priemer vnímania
environmentálnych faktorov na rodinné v cestovnom ruchu
Zdroj: primárny výskum, vlastné spracovanie



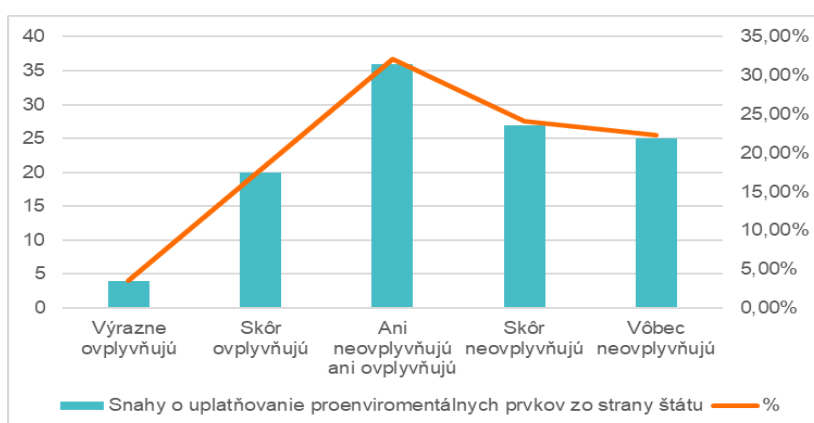
Graf 1 - Vnímanie faktora miery znečistenia prostredia
Zdroj: primárny výskum, vlastné spracovanie

Pri prvom sledovanom faktore miery znečistenia prostredia sa respondenti (podniky cestovného ruchu) mali možnosť vyjadriť na 5- bodovej Likertovej škále, ako vnímajú toto znečistenie ako možný problém alebo výzvu pre ich podnikanie. Pri aktuálnom stave životného prostredia v Slovenskej republike sa väčšina podnikov zhodla, že miera znečistenia životného prostredia zatiaľ nezohráva významný problém v ich celkovej podnikateľskej aktivite. Výrazný vplyv pociťovali len 3 podniky, ktorých sa dotýkala tento problém v kontexte znečistenia prostredia neprispôsobivým obyvateľstvom. To predstavuje vplyv na ich podnikanie a aj jeden z faktorov, s ktorým sa vo svojej činnosti musia popasovať.



Graf 2 - Vnímanie faktora produkcie a spôsobom narábania s odpadom
Zdroj: primárny výskum, vlastné spracovanie

Druhým sledovaným faktorom bola produkcia odpadu a spôsobom narábania s odpadom. Aj v tomto prípade dominoval skôr názor, že aktuálne nastavené pravidlá pre spôsob narábania s odpadom v zmysle intenzity zberu, potreby triedenia odpadu a ďalších sú skôr nastavené dostatočne. Príležitosť vidia najmä v možnosti zvýhodnenia tých, ktorí výrazne participujú na zbere triedeného odpadu voči tým, ktorí tak nekonajú. Svoj odpad sa snažia eliminovať využívaním ekologickejších princípov ako je využívanie opätovne dopĺňaných zásobníkov na kozmetické prípravky, inšpirovaniu hostí k eliminácii každodennej potreby výmeny prádla ako aj nákupu prostriedkov a tovarov vo väčších objemoch. Mnohé podniky uviedli, že kuchynský odpad sa snažia spracovať na biologický odpad v rámci využívania kompostérov. Vzniknutý substrát následne využívajú na účely mikropestovania, napríklad bylín. V prípade šiestich podnikov bol však názor opačný. Podniky uviedli, že vzhľadom na politiku nastavenú v obci, kde prevádzkujú svoje služby je v ich prípade nakladanie s odpadom náročné. Uvítali by zvýšenie intenzity vývozu odpadu a zlepšenie prístupu k separovanému zberu.

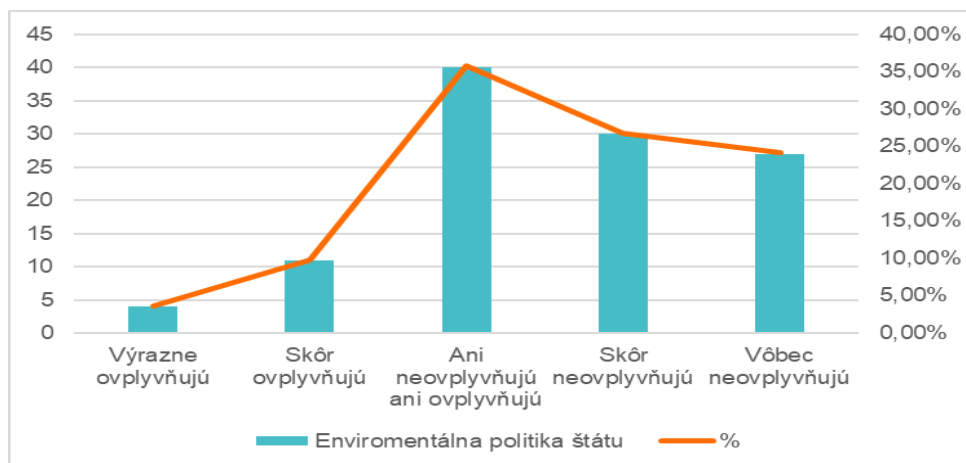


Graf 4 - Vnímanie faktora snahy o uplatňovanie pro-environmentálnych prvkov zo strany štátu
Zdroj: primárny výskum, vlastné spracovanie

Tretím sledovaným faktorom bola snaha o uplatňovanie pro-environmentálnych prvkov zo strany štátu. Aj v tomto prípade sa respondenti (podniky cestovného ruchu) vyjadrovali na 5-

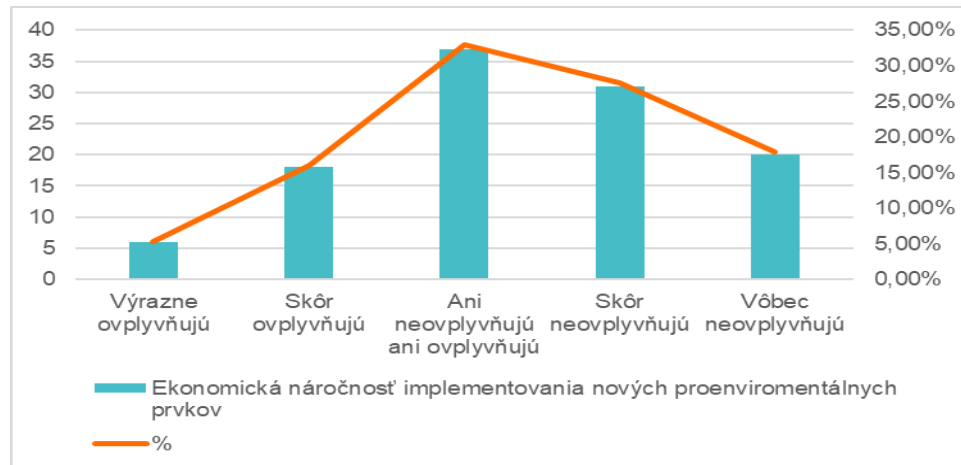
bodovej Likertovej škále pre uchovanie homogenity výskumu. Aj v tomto prípade nastala zhoda medzi väčšinou respondentov, ktorí sa zhodli v názore, že uplatňovanie pro-environmentálnych prvkov zo strany ani ovplyvňuje ani neovplyvňuje ich fungovanie. 4 podniky vnímajú tieto snahy zo strany štátu ako výrazný problém, a tvrdia, že majú vplyv na ich chod, nakoľko si ich zvyčajne ekonomicky nemôžu dovoliť. Naopak, viac ako polovica podnikov vníma tieto snahy o implementáciu pro-environmentálnych nástrojov ako pozitívne zmeny a ich uplatnenie je podľa ich názoru potrebné a neovplyvňujúce ich prevádzku. Z tohto dôvodu tento faktor nevnímajú ako problém a nastavovanie pravidiel smerom k dosiahnutiu lepšieho ekologického prístupu oceňujú.

Štvrtým sledovaným faktorom bola environmentálna politiky štátu v zmysle podpory a zintenzívňovania implementácie pro-environmentálnych prvkov zo strany štátu. Aj v tomto prípade respondenti (podniky cestovného ruchu) zaznamenali zhodu a uvádzajú, že aktuálny rozsah možností je skôr limitovaný. Uvítali by širšiu paletu možností podpory. Pri problémoch podpory zdôrazňujú výrazný problém zorientovania sa v problematike aktuálnych možností. Ocenili by väčší prehľad vo výzvach podpory z rôznych fondov ako aj možnosť prípadných krátkych konzultácií pre budúcu úspešnosť projektov.



Graf 5 - Vnímanie faktora environmentálnej politiky štátu
Zdroj: primárny výskum, vlastné spracovanie

Posledným faktorom bol faktor ekonomickej náročnosti implementovania nových pro-environmentálnych prvkov. Viac ako tretina podnikov vnímala tento faktor neutrálne, a teda vyjadrila názor, že ekonomická náročnosť implementovania pro-environmentálnych prvkov do chodu ich podniku nevnímajú ako problematický faktor.



Graf 6 - Vnímanie faktora ekonomickej náročnosti implementovania nových pro-environmentálnych prvkov Zdroj: primárny výskum, vlastné spracovanie

V závere bolo overená hypotéza, ktorá bola založená na predpoklade, že jednotlivé environmentálne problémy môžu byť vnímané rozdielne vzhľadom na vybrané charakteristiky podnikov.

H1 Predpokladáme, že existujú rozdielnosti vo vnímaní jednotlivých prvkov environmentálnych problémov malých podnikov v odvetví cestovného ruchu na Slovensku, ovplyvňujúcich ich fungovanie.

Položka	Počet	Suma poradí	Priemerné poradie
1	112	30164	269,32
2	112	30077,5	268,55
3	112	31902	284,84
4	112	32070,5	286,34
5	112	32866	293,45

Testovacia štatistika = 2,2643
p-hodnota = 0,6873

Tabuľka 3 Overenie hypotézy
Zdroj: vlastné spracovanie

Hypotéza pre vybrané environmentálne faktory bola overovaná Kruskal-Wallisovým testom. Výsledky sú uvedené v tabuľke 3. P-hodnota, ktorá je vyššia ako hladina významnosti (0,05) ukázala, že neexistujú štatisticky významné rozdielnosti vo vnímaní jednotlivých prvkov environmentálnych problémov malých podnikov v odvetví cestovného ruchu na Slovensku, ovplyvňujúcich ich fungovanie. Označenie jednotlivých položiek (1 až 5) korešponduje s ich vyššie uvedeným poradím. Hypotéza sa teda nepotvrdila.

Záver

Aj environmentálne prostredie a nastavená politika v rámci neho dokáže zohrávať kľúčovú úlohu pri rozvoji a chode cestovného ruchu. Nevhodné podmienky limitujú podniky v ich prevádzke a následne tak strácajú schopnosť ponúkať špecifické zážitky, respektíve aj vytvárať nové zážitky. Doposiaľ neboli realizované mnohé štúdie, ktoré by identifikovali vplyv environmentálneho prostredia na prevádzku malých podnikov v cestovnom ruchu. Táto štúdia aplikovaná na slovenské pomery prináša úvodné východisko do problematiky. Prostredníctvom výsledkov poukazuje na súčasný stav. Ten je malými rodinnými podnikmi podnikajúcimi v cestovnom ruchu aktuálne vnímaný skôr neutrálne. Vo všetkých prípadoch vybraných sledovaných prvkov environmentálneho prostredia dominovala odpoveď nerozhodná. Aktuálne nastavené pravidlá sú zatiaľ podľa podnikov dostačujúce, a v zmysle potreby prípravy zmien by uvítali zmeny najmä v odpadovej politike. Tie by podľa názoru mali byť viac motivujúce aj pre tie podniky, ktoré aktuálne environmentálnu stránku podnikania nepovažujú za prioritnú.

*Tento článok odporúčala na publikovanie vo vedeckom časopise Mladá veda:
doc. Ing. Elena Širá, PhD.*

Príspevok vznikol ako jeden z výstupov projektov:

005PU-4/2022 – KEGA: Inovácia študijného programu Turizmus, hotelierstvo a kúpeľníctvo v prvom stupni štúdia v študijnom odbore Ekonómia a manažment

GAMA/24/1 Výskum riadenia cestovného ruchu a analýza kvality poskytovaných služieb cestovného ruchu v krajinách V4, z Grantovej agentúry Fakulty manažmentu, ekonomiky a obchodu, Prešovskej univerzity v Prešove v roku 2024, riešených na Fakulty manažmentu, ekonomiky a obchodu, Prešovskej univerzity v Prešove.

GaPU 16/2024 Digitálne napredovanie historických objektov v cestovnom ruchu a potreba implementovania digitálnych nástrojov do ich chodu, Grantová agentúra Prešovskej univerzity v Prešove.

Použitá literatúra

1. ARUNDEL, A., KEMP, R. 2009. Measuring eco-innovation. Maastricht: UM Merit.
2. BOŠKOVIĆ, D., ŠTOKOVIĆ, I. 2011. Total Consumer Satisfaction as a Means to Marketing Globalisation. Zagreb: CROMAR Congress.
3. CALZA, F. a kol. 2017. Types of Green Innovations: Ways of Implementation in a Non-Green Industry. Sustainability, 9(13), 1-16.
4. GAVRILOVIĆ, Z., MAKSIMOVIĆ, M. 2018. Green Innovations in the Tourism Sector. Strategic Management, Vol. 23 (2018), No. 1, pp. 036-042 [online]. [cit. 2024-06-22]. Dostupné z: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1821-3448/2018/1821-34481801036G.pdf>
5. HANSEN, O. a kol. 2010. Environmental Innovations in Small and Medium Sized Enterprises. Technology Analysis & Strategic Management. 14(1), 37–56. <https://doi.org/10.1080/09537320220125874>

6. LEŠKOVÁ, E. a kol. 2014. Zelený akčný plán MSP – príležitosti a bariéry implementácie. Zelená energia – Environment – Udržateľný rozvoj : zborník príspevkov z 1. medzinárodnej vedeckej konferencie, Poprad, 23. januára 2014, Prešov, 51-59.
7. LOVCIOVÁ, K. 2021. Zelené inovácie ako nástroj podpory environmentálneho podnikateľského prostredia Slovenskej republiky [online]. [cit. 2024-06-12]. Dostupné z: [file:///C:/Users/42194/Downloads/evacertekova,+09+Lovciov%C3%A1+Korn%C3%A9lia+249-Text+%C4%8D%C3%A1nku-1062-1-4-20211110%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/42194/Downloads/evacertekova,+09+Lovciov%C3%A1+Korn%C3%A9lia+249-Text+%C4%8D%C3%A1nku-1062-1-4-20211110%20(1).pdf)
8. MAJERNÍK, M., CHOVANCOVÁ, J. 2014. Nástroje environmentálneho manažérstva v teórii a praxi. Košice: Petit press.
9. MAKSIMOVIĆ, M. 2018. Greening the future: Green Internet of Things (G-IoT) as a key technological enabler of sustainable development, pp. 283-313. In N. Dey, A. E. Hassanien, C. Bhatt, A. S. Ashour, & S. C. Satapathy (Eds.) Internet of Things and Big Data Analytics toward Next Generation Intelligence, Studies in Big Data, Cham: Springer International Publishing.
10. PRIDE, W. M., FERRELL, O. C. 2013. Marketing - Concepts and Strategies. Boston: Houghton-Mifflin.
11. RUSKO, M. 2019. Inovácie a technológie v kontexte trvalo udržateľného rozvoja. Nástroje environmentálnej politiky – recenzovaný zborník z IX. Medzinárodnej vedeckej konferencie, 80-86.
12. ZAHEDI, S. 2012. Tourism and global warming. How green management can help [online]. [cit. 2024-06-13]. Dostupné z: <https://www.aabri.com/OC2012Manuscripts/OC12034.pdf>
13. ZELENÝ AKČNÝ PLÁN PRE MSP. 2021. Zelený akčný plán pre MSP a podpora zeleného podnikania v SR [online]. [cit. 2024-06-12]. Dostupné z: https://www.sbagency.sk/sites/default/files/zeleny_akcny_plan_pre_msp_a_podpora_zeleneho_podnikania_v_sr.pdf

Mladá veda

Young Science

ISSN 1339-3189