

## ***Študentská vedecká aktivita***

### **Vnímanie zelených finančných produktov budúcimi manažérmi**

Bc. Barbora Smiešková

Sekcia: Ekonomika a manažment podniku

Konzultant: doc. Ing. Miroslava Vinczeová, PhD.

Banská Bystrica

2026

## **Abstrakt**

Práca sa zaoberá problematikou vnímania zelených finančných produktov budúci manažérmi. Zameriava sa najmä na úroveň informovanosti študentov o tejto oblasti, ich postoje k využívaniu zeleného financovania v podnikovej praxi a faktory, ktoré môžu ovplyvňovať rozhodovanie o využívaní týchto finančných nástrojov. Cieľom predloženej práce je na základe teoretických poznatkov a analýzy výsledkov dotazníkového prieskumu preskúmať, ako študenti ekonómie vnímajú význam zelených finančných produktov v podnikovej praxi. Prvá kapitola práce sa zaoberá teoretickými východiskami zeleného financovania, pričom vychádza z domácich aj zahraničných vedeckých zdrojov. Pozornosť je venovaná najmä definovaniu pojmu zelené financie, charakteristike jednotlivých zelených finančných produktov a faktorom, ktoré ovplyvňujú rozhodovanie manažérov o ich využívaní. Druhá kapitola je zameraná na analýzu výsledkov dotazníkového prieskumu realizovaného medzi študentmi Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici. Výsledky prieskumu poukazujú na úroveň informovanosti respondentov, ich postoje k zelenému financovaniu a identifikujú hlavné motívy a bariéry spojené s využívaním zelených finančných produktov v podnikovej praxi.

**Kľúčové slová:** Zelené financie. Zelené finančné produkty. Udržateľný rozvoj. Budúci manažéri

## **Abstract**

The thesis deals with the issue of the perception of green financial products by future managers. It focuses primarily on the level of students' awareness in this area, their attitudes towards the use of green financing in business practice, and the factors that may influence decision-making regarding the use of these financial instruments. The aim of the presented work is to examine, based on theoretical knowledge and the analysis of questionnaire survey results, how economics students perceive the importance of green financial products in business practice. The first chapter of the thesis deals with the theoretical background of green financing, drawing on both domestic and foreign scientific sources. Particular attention is paid to defining the concept of green finance, characterizing individual green financial products, and identifying factors that influence managers' decision-making regarding their use. The second chapter focuses on the analysis of the results of a questionnaire survey conducted among students of the Faculty of Economics at Matej Bel University in Banská Bystrica. The survey results highlight the level of respondents' awareness, their attitudes towards green financing, and

identify the main motivations and barriers associated with the use of green financial products in business practice.

**Key words:** Green finance, Green financial products, Sustainable development, Future managers

## Úvod

V súčasnosti čelí globálna ekonomika bezprecedentným výzvam spojeným s klimatickou zmenou a degradáciou životného prostredia. Tieto zmeny si vyžadujú zásadnú transformáciu spôsobu, akým podniky fungujú, investujú a pristupujú k finančným zdrojom. Koncept udržateľného rozvoja sa tak presúva z roviny teoretických diskusií priamo do jadra podnikového riadenia, kde sa zelené financovanie stáva kľúčovým mechanizmom na podporu ekologických inovácií a prechodu na environmentálne udržateľné hospodárstvo.

Zelené finančné produkty, ako sú zelené dlhopisy, úvery či environmentálne orientované investičné fondy, predstavujú nástroje, ktoré umožňujú efektívne smerovať kapitál do projektov s pozitívnym environmentálnym dopadom. Úspech týchto nástrojov však v rozhodujúcej miere závisí od postojov a vedomostí ľudí, ktorí o ich využití rozhodujú. Budúci manažéri budú v najbližších rokoch zohrávať významnú úlohu pri určovaní smerovania podnikov a pri implementácii princípov udržateľného rozvoja.

Hlavným cieľom predloženej práce je preskúmať vnímanie zelených finančných produktov budúcimi manažermi, konkrétne študentmi Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici. Práca sa zameriava na analýzu ich informovanosti, identifikáciu kľúčových motivačných faktorov a bariér, ktoré ovplyvňujú ochotu využívať tieto nástroje v podnikovej praxi.

Prvá kapitola práce poskytuje teoretický rámec problematiky, definuje podstatu zeleného financovania a charakterizuje základné produkty na finančnom trhu. Druhá časť práce je venovaná vlastnému prieskumu, v ktorom prostredníctvom dotazníkovej metódy analyzujeme postoje vybranej vzorky respondentov. Na základe získaných dát následne vyhodnocujeme stanovené výskumné hypotézy a formulujeme závery, ktoré môžu slúžiť ako podklad pre lepšie pochopenie hodnotovej orientácie a potrieb budúcich lídrov v oblasti udržateľného podnikania.

## **1. Teoretické východiská zeleného financovania**

Prvá kapitola predloženej práce je venovaná teoretickým východiskám zeleného financovania a jeho významu pre udržateľný rozvoj. Pozornosť je zameraná na vysvetlenie podstaty zelených financií a charakteristiku základných zelených finančných produktov, ktoré sa v súčasnosti uplatňujú na finančnom trhu. Súčasťou kapitoly je aj identifikácia faktorov, ktoré môžu ovplyvňovať rozhodovanie manažérov o využívaní zelených finančných produktov v podnikovej praxi. Uvedené teoretické poznatky vytvárajú základ pre hlbšie pochopenie skúmanej problematiky a zároveň predstavujú východisko pre analýzu realizovanú v nasledujúcich častiach práce.

Narastajúce dôsledky klimatickej zmeny, vrátane čoraz častejších extrémnych výkyvov počasia, zvyšovania hladiny oceánov či straty biodiverzity, vytvárajú bezprecedentný tlak na vlády, podniky aj občiansku spoločnosť, aby urýchlene prijímali a realizovali udržateľné opatrenia (Griffin, 2020). Hlavnú príčinu degradácie životného prostredia možno vo veľkej miere pripísať dôsledkom ľudských aktivít, ako sú poľnohospodárstvo, doprava, priemyselná výroba a produkcia energie. Počas posledných dvoch desaťročí došlo k výraznému nárastu spotreby energie aj emisií skleníkových plynov, čo dnes predstavuje jednu z najvýznamnejších globálnych výziev (Shahbaz, Nasir, Roubaud, 2018).

Zvyšujúce sa dopady klimatických zmien a environmentálnych problémov vedú k rastúcemu dôrazu na udržateľný rozvoj nielen zo strany vlád, ale aj finančných inštitúcií a investorov. Tieto výzvy postupne menia investičné správanie a zvyšujú dopyt po riešeniach, ktoré zohľadňujú environmentálne a sociálne aspekty hospodárskej činnosti. V dôsledku toho dochádza k dynamickému rozvoju zeleného financovania, ktoré sa stáva významným nástrojom podpory prechodu na udržateľnú ekonomiku (Gao, Zhou, Wan, 2024).

### **1.1. Zelené financie a ich význam pre udržateľný rozvoj**

Finančný sektor zohráva významnú úlohu pri zabezpečovaní kapitálu potrebného pre fungovanie a rozvoj podnikov a zároveň poskytuje investičné príležitosti pre investorov (Ji a kol., 2021). Spôsob, akým sú finančné zdroje alokované, však môže ovplyvňovať aj stav životného prostredia. Tradičné formy financovania často podporujú aktivity s vysokou environmentálnou záťažou, čo zvyšuje potrebu rozvoja zeleného financovania, ktoré smeruje kapitál do environmentálne udržateľných projektov (Kim, Wu, Lin, 2020).

Podľa programu OSN pre životné prostredie (UNEP) je podstatou zeleného financovania zvyšovanie objemu finančných prostriedkov, ktoré z verejného, súkromného aj neziskového sektora smerujú do oblastí podporujúcich udržateľný rozvoj, a to prostredníctvom

bankovníctva, poisťovníctva či investícií. Dôležitú úlohu pritom zohráva dôsledné riadenie environmentálnych a sociálnych rizík, identifikácia investičných príležitostí s primeranou mierou výnosnosti a zároveň s pozitívnym dopadom na životné prostredie, ako aj posilňovanie transparentnosti a zodpovednosti vo finančnom sektore. Zelené financovanie teda predstavuje využívanie tradičných finančných trhov na tvorbu a poskytovanie produktov a služieb, ktoré kombinujú ekonomickú návratnosť s environmentálnymi prínosmi (UNEP, 2018). Woode (2024) ďalej tvrdí, že zelené financovanie predstavuje dôležitý nástroj na mobilizáciu kapitálu určeného na podporu udržateľných projektov. Zahŕňa široké spektrum finančných nástrojov a mechanizmov, ako sú zelené dlhopisy či zelené úvery, ktoré sú cielene vytvorené na podporu investícií v rôznych odvetviach. Medzi ne patria najmä projekty v oblasti obnoviteľných zdrojov energie, zvyšovania energetickej efektívnosti a rozvoja udržateľnej infraštruktúry.

Zelené financovanie možno chápať ako finančné iniciatívy, stratégie, produkty a služby zamerané na ochranu životného prostredia, podporu prechodu na nízkouhlíkovú ekonomiku a riadenie klimatických a environmentálnych rizík vo finančnom sektore. Nejde pritom len o smerovanie kapitálu do udržateľných projektov, ale aj o zohľadňovanie environmentálnych faktorov pri finančnom rozhodovaní. Zároveň poukazuje na vzájomné prepojenie medzi financiami a životným prostredím. Finančné rozhodnutia ovplyvňujú stav spoločnosti a prírody, pričom environmentálne podmienky spätne vplyvajú na výkonnosť investícií a stabilitu finančných inštitúcií (Thompson, 2023, s. 12).

### **1.2. Zelené finančné produkty**

Rastúce environmentálne výzvy a potreba prechodu na udržateľné hospodárstvo zvyšujú požiadavky na schopnosť finančného systému mobilizovať súkromný kapitál na podporu zelených a udržateľných investícií. To si vyžaduje rozvoj nových finančných nástrojov, ktoré dokážu efektívne prepájať investorov s projektmi zameranými na ochranu životného prostredia a zároveň zabezpečiť dostatočný objem kapitálu pre ich realizáciu. V tejto súvislosti zohrávajú kľúčovú úlohu zelené finančné produkty, medzi ktoré patria najmä zelené dlhopisy, úvery, poistenie, investičné fondy a v neposlednom rade zelené sporenie (Hayes, Jafri, 2020).

#### **Zelené dlhopisy**

Zelené dlhopisy majú podobné charakteristiky ako bežné podnikové dlhopisy s pevným výnosom, avšak získané finančné prostriedky sú účelovo určené na financovanie environmentálne šetrných projektov (Reboredo, Ugolini, 2020). Finančné prostriedky získané zo zelených dlhopisov sa využívajú na financovanie projektov v oblasti obnoviteľných zdrojov

energie, energetickej efektívnosti, udržateľného hospodárenia s vodou a projektov zameraných na odpadové hospodárstvo a znižovanie znečistenia (European Commission 2016).

### **Zelený úver**

Zelený úver predstavuje formu financovania, ktorá umožňuje dlžníkom použiť získané finančné prostriedky výlučne na projekty, ktoré významne prispievajú k napĺňaniu environmentálnych cieľov. Zelený úver je podobný zelenému dlhopisu v tom, že slúži na získanie kapitálu na financovanie projektov s environmentálnym prínosom. Na rozdiel od zeleného dlhopisu je však zelený úver založený na úverovom vzťahu, ktorý je spravidla realizovaný v menšom objeme a prostredníctvom súkromnej transakcie. Zelený dlhopis má zvyčajne väčší objem, a taktiež môže byť spojený s vyššími transakčnými nákladmi (World Bank, 2021).

### **Zelené poistenie**

Zelené poistenie predstavuje prístup, pri ktorom poisťovne zohľadňujú environmentálne, sociálne a riadiace faktory (ESG) vo všetkých svojich činnostiach. Zahŕňa identifikáciu a riadenie rizík súvisiacich napríklad so zmenou klímy či environmentálnymi vplyvmi, ako aj spoluprácu so zákazníkmi a partnermi s cieľom podporovať zodpovedné správanie. Hlavným cieľom je znižovať riziká, podporovať inovatívne riešenia a prispievať k dlhodobej environmentálnej, sociálnej a ekonomickej udržateľnosti (UNEP Finance Initiative, 2012).

### **Zelené fondy**

Zelené fondy predstavujú špecializované investičné nástroje, ktoré sú zamerané na financovanie podnikov s vysokou úrovňou environmentálnej zodpovednosti a udržateľného hospodárenia. Prostredníctvom smerovania kapitálu do environmentálne výkonných spoločností podporujú rozvoj ekologických technológií a znižovanie negatívnych vplyvov na životné prostredie. S rastúcim počtom a objemom spravovaných aktív sa zelené fondy stávajú významným nástrojom, ktorý prispieva k environmentálnej transformácii podnikov a k prechodu ekonomiky na udržateľnejší model fungovania (Kuzmina a kol., 2023).

### **Zelené sporenie**

Zelené sporenie označuje finančné produkty, ktoré sú určené na financovanie projektov zameraných na ochranu životného prostredia a podporu prechodu na udržateľné zdroje energie. Podobne ako pri bežnom sporení, aj tieto produkty zhodnocujú finančné prostriedky, no

zároveň zabezpečujú, že vložené prostriedky smerujú do spoločensky a environmentálne zodpovedných firiem a projektov (Montagner, 2025).

### **1.3. Faktory ovplyvňujúce rozhodovanie manažérov o využívaní zelených finančných produktov**

Rozhodovanie manažérov o využívaní zelených finančných produktov je komplexný proces ovplyvnený nielen ekonomickými aspektmi, ale aj environmentálnym povedomím a mierou informovanosti. Práve dostatočná znalosť týchto nástrojov umožňuje manažérom lepšie posúdiť ich potenciálne prínosy a riziká v podnikovej praxi. Hoci verejnosť environmentálne iniciatívy vo všeobecnosti podporuje, výskumy (Surya a kol., 2026) naznačujú, že znalosť konkrétnych finančných nástrojov zostáva obmedzená, čo môže viesť k zníženiu ochoty tieto produkty reálne využívať. Tento fenomén takisto úzko súvisí s finančnou gramotnosťou. Viaceré štúdie (Pancholi, Trivedi, Ladha, 2025; Mittal, 2023) potvrdzujú, že jednotlivci s vyššou úrovňou finančnej gramotnosti vnímajú zelené produkty pozitívnejšie. Napriek tomu sa v praxi stretávame s tzv. „awareness-action gap“, kedy ani vysoká miera uvedomenia, najmä u mladšej generácie, automaticky nevedie k reálnemu využívaniu nástrojov kvôli vnímaným bariéram, akými sú riziko, vyššie náklady či obmedzená ponuka atraktívnych finančných produktov (Sánchez, Tobon, 2025).

Na individuálne postoje nadväzuje ekonomické hodnotenie, kde manažéri prioritne zvažujú náklady financovania, výnosnosť a celkovú finančnú výhodnosť v porovnaní s tradičnými nástrojmi. Špecifickým javom je v tomto smere tzv. „greenium“, pri ktorom sú investori ochotní akceptovať mierne nižší výnos výmenou za environmentálny prínos (Rose, 2025). Okrem ekonomických aspektov však do rozhodovania vstupujú aj interné charakteristiky podniku. Firmy s rozvinutejším systémom *corporate governance*, vyššou mierou nezávislosti predstavenstva či rodovou diverzitou vykazujú vyššiu tendenciu k implementácii zelených riešení. Významnú úlohu zohráva aj veľkosť a stabilita podniku, ktoré sú predpokladom pre náročné environmentálne reportovanie (Cicchiello, Cotugno, Perdichizzi, 2022; Flammer, 2019). Tieto faktory sú takisto úzko prepojené so snahou o budovanie reputácie, kde tlak zo strany stakeholderov, najmä investorov a zákazníkov, motivuje podniky k zodpovednejšiemu prístupu k životnému prostrediu (Dutordoir, Li, Neto, 2023).

Rozhodovanie však neprebícha v izolovanom prostredí, ale je výrazne determinované aj legislatívnym rámcom. Štát a regulačné orgány môžu prostredníctvom environmentálnych noriem a povinnosti zverejňovať informácie významne zvýšiť atraktivnosť zelených investícií (Bukhari a kol., 2025; Daubanes, Mitali, Rochet, 2025). Na druhej strane, rozvoj trhu brzdí

narastajúci fenomén *greenwashingu*, ktorý podkopáva dôveru manažérov aj investorov (Thompson, 2023). Nedostatočná transparentnosť a skepsa voči environmentálnym tvrdeniam (Shrestha a kol., 2025) vyvolávajú potrebu prísnejších medzinárodných štandardov. Okrem nedôvery predstavujú bariéry aj administratívna náročnosť, nedostatok odborných kapacít v oblasti udržateľného financovania či obmedzená ponuka vhodných finančných produktov, ktoré by spĺňali prísne zelené kritériá (Sangiorgi, Schopohl, 2023).

Na základe preštudovanej odbornej literatúry možno konštatovať, že rozhodovanie manažérov o využívaní zelených finančných produktov je ovplyvnené najmä ekonomickými, environmentálnymi a reputačnými faktormi. Významnú úlohu zohráva aj úroveň informovanosti o týchto nástrojoch a legislatívne prostredie. Tieto faktory predstavujú východisko pre empirickú časť práce, v ktorej analyzujeme, ako ich vnímajú budúci manažéri.

## **2. Vnímanie zelených finančných produktov budúcimi manažérmi**

Teoretické poznatky prezentované v predchádzajúcej kapitole poskytujú základný rámec pre pochopenie významu zeleného financovania a jeho úlohy pri podpore udržateľného rozvoja podnikov. Na základe týchto východísk sa ďalšia kapitola práce zameriava na empirické skúmanie vnímania zelených finančných produktov budúcimi manažérmi. Cieľom tejto kapitoly je analyzovať a interpretovať výsledky dotazníkového prieskumu. V kapitole je zároveň predstavená metodika realizovaného výskumu a charakterizovaná výskumná vzorka, na základe ktorej sú následne analyzované a interpretované získané výsledky. Získané poznatky zároveň umožnia overiť stanovené výskumné hypotézy a prispieť k lepšiemu pochopeniu postojov budúcich manažérov k problematike zeleného financovania.

### **2.1. Metodika výskumu a charakteristika výskumnej vzorky**

Cieľom tejto práce je zistiť, ako budúci manažéri vnímajú zelené finančné produkty, aká je úroveň ich informovanosti o tejto problematike a aké faktory môžu ovplyvňovať ich rozhodovanie pri využívaní týchto finančných nástrojov v podnikovej praxi. Výskum bol realizovaný prostredníctvom kvantitatívnej metódy, konkrétne formou dotazníkového prieskumu.

Dotazník bol distribuovaný medzi študentov Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici a zber dát prebiehal v marci 2026. Zameraný bol najmä na zisťovanie informovanosti respondentov o zelených finančných produktoch, zdroje ich informácií, postoje k významu zeleného financovania, ako aj faktory, ktoré by mohli ovplyvňovať ich rozhodovanie pri využívaní týchto produktov v podnikovej praxi. Súčasťou dotazníka boli aj otázky zamerané na identifikáciu možných motívov a bariér súvisiacich s využívaním zelených



finančných produktov. Výber výskumnej vzorky bol realizovaný prostredníctvom účelového výberu, pričom tento prístup umožnil zamerať výskum na špecifickú cieľovú skupinu, a to budúcich manažérov. Študenti ekonomického zamerania boli vybraní zámerne, keďže predstavujú relevantnú skupinu respondentov z pohľadu budúceho rozhodovania o využívaní finančných nástrojov v podnikovej praxi. Zároveň je však potrebné uviesť, že takto zvolená výskumná vzorka nie je reprezentatívna, a preto získané výsledky nie je možné všeobecne aplikovať na celú populáciu študentov ani širšiu populáciu. Výsledky sa vzťahujú výlučne na skúmanú výskumnú vzorku.

Výskumnú vzorku tvorilo 103 respondentov, ktorí sú študentmi Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici. Z hľadiska pohlavia vo výskumnej vzorke prevažovali ženy, ktoré tvorili 73,8 % respondentov (76), zatiaľ čo muži predstavovali 26,2 % (27 respondentov). Z pohľadu vekovej štruktúry najväčšiu skupinu tvorili respondenti vo veku 21 až 23 rokov (63,1 %), nasledovaní respondentmi vo veku 24 až 26 rokov (32,0 %). Menší podiel tvorili respondenti do 20 rokov (3,9 %) a iba 1 % respondentov bolo vo veku 27 rokov a viac. Z hľadiska stupňa štúdia väčšina respondentov študovala inžiniersky stupeň štúdia (70,9 %), zatiaľ čo bakalársky stupeň tvorilo 29,1 % respondentov. Najpočetnejšie zastúpeným bol študijný program na inžinierskom stupni štúdia Ekonomika a manažment malých a stredných podnikov (60,2 %), nasledovaný bakalárskym programom Ekonomika a manažment podniku (26,2 %). Všetci respondenti uviedli dennú formu štúdia, čo predstavuje 100 % výskumnej vzorky. Výskumnú vzorku tak tvorili prevažne študenti vo veku 21 až 23 rokov, pričom vo vzorke prevažovali ženy.

Na základe vyššie uvedenej charakteristiky respondentov a poznatkov z odbornej literatúry sme pristúpili k formulácii hypotéz. Keďže odborná literatúra (napr. Rose, 2025) uvádza, že manažérske rozhodovanie o zelených projektoch sa opiera o komplexné posúdenie ekonomických nákladov a prínosov, pričom sa zvažuje finančná výhodnosť v porovnaní s tradičnými formami financovania, predpokladáme, že ekonomické faktory budú v procese rozhodovania u respondentov dominovať. Na základe toho formulujeme hypotézu:

**H1:** Respondenti považujú ekonomické faktory za významnejšie pri rozhodovaní o využívaní zelených finančných produktov ako environmentálne faktory.

Zároveň, vzhľadom na teoretické východiská o význame zeleného financovania pre udržateľný rozvoj a strategický rast firiem, predpokladáme, že budúci manažéri vnímajú tieto produkty ako kľúčovú súčasť modernej podnikovej stratégie. V nadväznosti na to stanovujeme druhú hypotézu:

**H2:** Respondenti najčastejšie vnímajú zelené finančné produkty ako strategickú príležitosť pre rozvoj podniku a ako nástroj na zníženie environmentálnych dopadov podnikania.

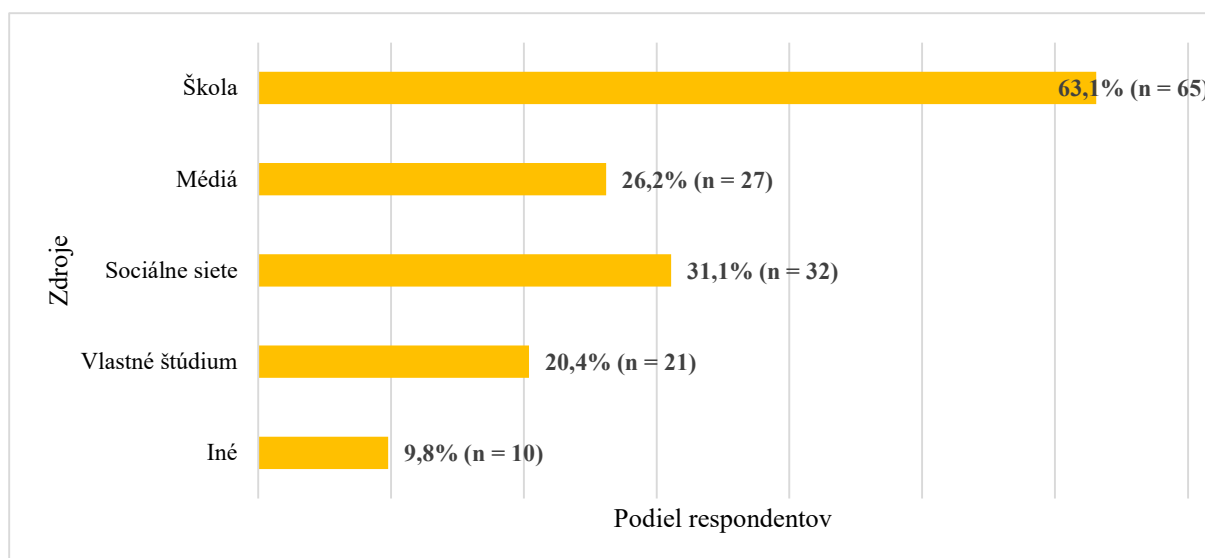
Na overenie stanovených hypotéz boli použité štatistické metódy. Hypotéza H1 bola testovaná pomocou Chí-kvadrát testu dobrej zhody, ktorý umožňuje posúdiť rozdiely medzi pozorovanými a očakávanými početnosťami v kategóriách. Hypotéza H2 bola overovaná prostredníctvom Cochranovho Q testu, ktorý je vhodný pre analýzu dát s možnosťou viacerých odpovedí. Testovanie hypotéz prebiehalo na hladine významnosti  $\alpha = 0,05$ .

## **2.2. Analýza výsledkov dotazníkového prieskumu**

V tejto podkapitole sú prezentované a interpretované výsledky dotazníkového prieskumu zameraného na vnímanie zelených finančných produktov budúcimi manažérmi. Cieľom analýzy je identifikovať mieru informovanosti respondentov o zelených finančných produktoch, zistiť ich postoje k využívaniu týchto nástrojov v podnikovej praxi a zároveň poukázať na faktory, ktoré môžu podporovať alebo naopak obmedzovať ich využívanie. Výsledky jednotlivých otázok sú znázornené v nasledujúcich grafoch a slovne interpretované.

Jednou z prvých analyzovaných otázok bola otázka zameraná na znalosť pojmu zelené finančné produkty. Z výsledkov vyplynulo, že väčšina respondentov sa už s týmto pojmom stretla. Konkrétne 72,8 % respondentov uviedlo, že pojem poznajú, zatiaľ čo 27,2 % respondentov sa s týmto pojmom doposiaľ nestretlo. Výsledky poukazujú na skutočnosť, že problematika zelených financií je medzi študentmi pomerne dobre známa, avšak stále existuje skupina respondentov, ktorá o tejto oblasti nemá dostatočné informácie.

Prostredníctvom ďalšej otázky sme chceli zistiť, aké sú hlavné zdroje, z ktorých respondenti získavajú informácie o zelených finančných produktoch. Respondenti mali pri tejto otázke možnosť označiť viacero odpovedí. Najčastejšie uvádzaným zdrojom bola škola, ktorú označilo 63,1 % respondentov. Druhým významným zdrojom boli sociálne siete (31,1 %) a médiá (26,2 %). Časť respondentov uviedla aj vlastné štúdium alebo samostatné vyhľadávanie informácií (20,4 %). Tento výsledok potvrdzuje význam vzdelávacích inštitúcií pri zvyšovaní informovanosti o zelenom financovaní. Podobné zistenia uvádzajú aj zahraničné výskumy medzi univerzitnými študentmi (Shrestha a kol., 2025), ktoré taktiež poukazujú na potrebu širšieho začlenenia tém zeleného financovania do univerzitných kurikul. Na nasledujúcom grafe vidíme prehľad najčastejších zdrojov informácií o zelených finančných produktoch, pričom najvýznamnejším zdrojom je škola.



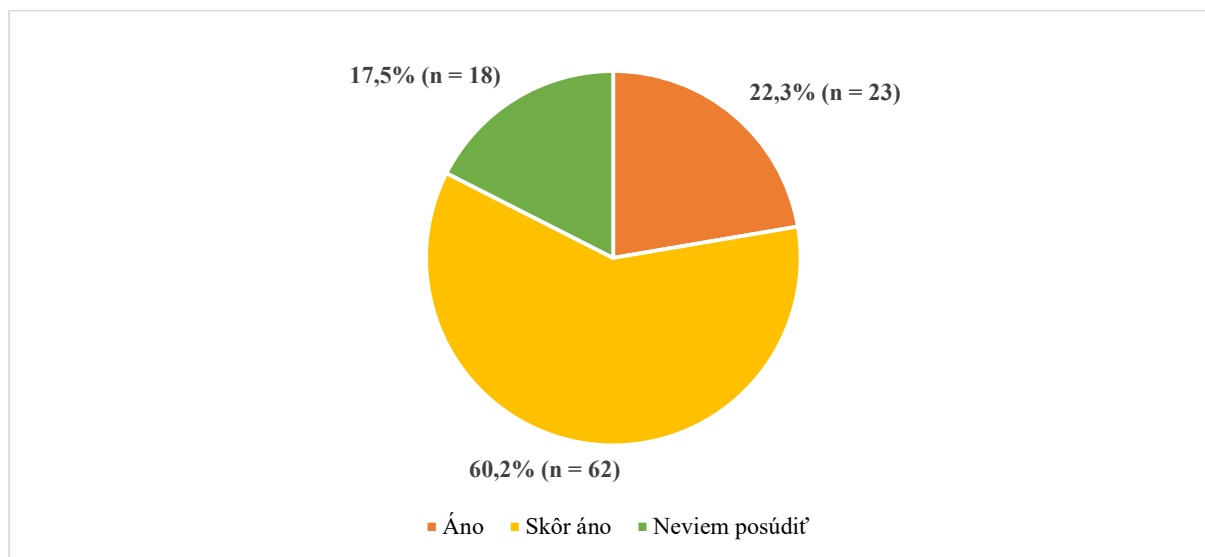
Graf 1 Zdroje informácií o zelených finančných produktoch

Prameň: Vlastné spracovanie na základe odpovedí z dotazníkového prieskumu, 2026.

Ďalšia otázka v našom dotazníkovom prieskume bola zameraná na vyjadrenie miery súhlasu respondentov s viacerými tvrdeniami o zelených financiách, pričom respondenti hodnotili jednotlivé výroky na päťstupňovej škále od 1 (úplne nesúhlasím) po 5 (úplne súhlasím). Výsledky ukázali, že väčšina respondentov vníma zelené financie pozitívne. S tvrdením, že zelené finančné produkty sú dôležitým nástrojom udržateľného rozvoja, súhlasilo 57 respondentov (skôr súhlasím) a 17 respondentov (úplne súhlasím), pričom neutrálne stanovisko zvolilo 24 respondentov. Podobne vysoký súhlas sa objavil aj pri tvrdení, že ako budúci manažéri považujú znalosť zelených financií za dôležitú, kde možnosť „skôr súhlasím“ označilo 71 respondentov a „úplne súhlasím“ 13 respondentov. Respondenti sa tiež prikláňali k názoru, že štát by mal finančne podporovať využívanie zelených finančných produktov, pričom 46 respondentov zvolilo možnosť „skôr súhlasím“ a 15 „úplne súhlasím“. Naopak, väčšina respondentov nesúhlasila s tvrdením, že zelené financie sú iba dočasným trendom. Možnosť „skôr nesúhlasím“ označilo 48 respondentov. Zaujímavým zistením je, že pri tvrdení o reálnom pozitívnom vplyve zeleného financovania na životné prostredie až 52 respondentov zvolilo neutrálnu odpoveď, čo môže naznačovať určitú neistotu alebo nedostatok informácií v tejto oblasti. Celkovo však výsledky poukazujú na prevažne pozitívne vnímanie významu zelených financií medzi respondentmi.

Nasledujúca otázka bola zameraná na zistenie, či by respondenti ako budúci manažéri podporovali využívanie zelených finančných produktov v podniku. Z výsledkov prieskumu vyplýva, že väčšina respondentov má k tejto myšlienke pozitívny postoj. Najväčší podiel

respondentov, 62 (60,2 %), uviedol odpoveď „skôr áno“, pričom ďalších 23 respondentov (22,3 %) zvolilo možnosť „áno“. Neutrálne stanovisko „neviem posúdiť“ označilo 18 respondentov (17,5 %). Negatívna odpoveď sa v tomto prípade nevyskytla, keďže žiadny respondent nezvolil možnosti „skôr nie“ ani „nie“. Na základe získaných výsledkov možno konštatovať, že viac ako 80 % respondentov by v pozícii budúcich manažérov podporovalo využívanie zelených finančných produktov v podnikovej praxi, čo poukazuje na pozitívny postoj respondentov k princípom zeleného financovania. Podobné výsledky uvádzajú aj zahraničné výskumy (napr. Shrestha, 2025; Lamichhane a kol., 2025) realizované medzi študentmi, ktoré poukazujú na všeobecne pozitívne vnímanie zeleného financovania medzi mladou generáciou. Grafické znázornenie výsledkov je uvedené v nasledujúcom grafe.

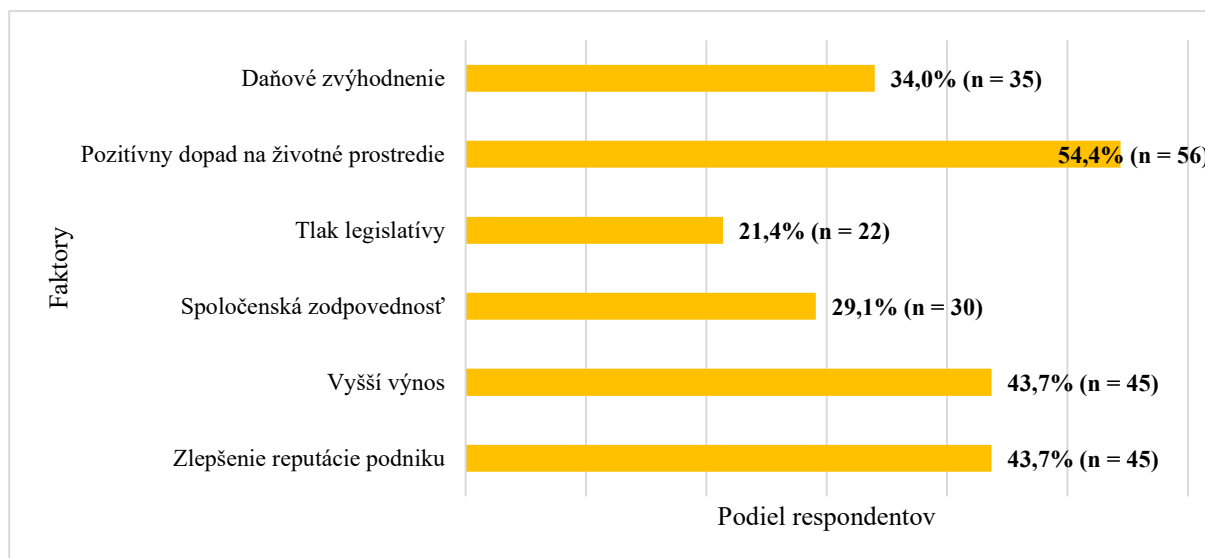


Graf 2 Podpora využívania zelených finančných produktov v podniku

Prameň: Vlastné spracovanie na základe odpovedí z dotazníkového prieskumu, 2026.

V rámci dotazníkového prieskumu sme sa zamerali aj na zistenie faktorov, ktoré by respondentov najviac motivovali k využívaniu zelených finančných produktov, pričom mali možnosť označiť viacero odpovedí. Najčastejšie uvádzaným faktorom bol pozitívny dopad na životné prostredie, ktorý označilo 56 respondentov (54,4 %). Tento výsledok naznačuje, že environmentálny aspekt zohráva pri rozhodovaní významnú úlohu. Relatívne vysoký podiel odpovedí získal aj vyšší výnos, ktorý by motivoval 45 respondentov (43,7 %). Rovnaký počet respondentov (45; 43,7 %) označil aj zlepšenie reputácie podniku, čo poukazuje na význam ekonomických a reputačných faktorov pri rozhodovaní o využívaní zelených finančných nástrojov. Ďalším faktorom bolo daňové zvýhodnenie, ktoré uviedlo 35 respondentov (34,0 %).

Menej často sa medzi odpoveďami objavovala spoločenská zodpovednosť podniku (30 respondentov; 29,1 %) a legislatívny tlak (22 respondentov; 21,4 %). Grafické znázornenie jednotlivých odpovedí je prezentované v grafe nižšie.

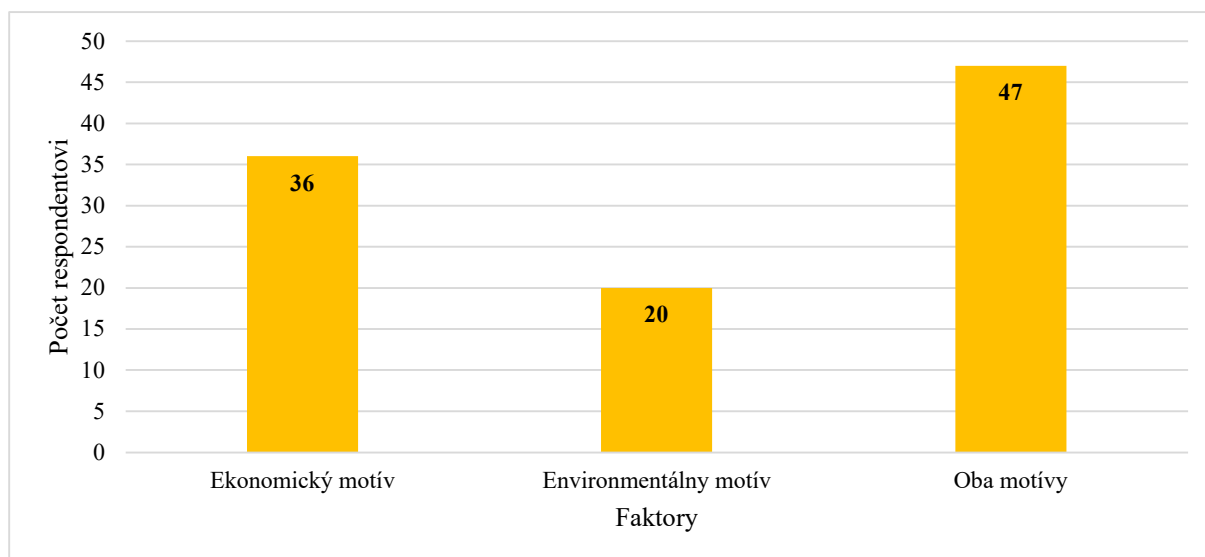


Graf 3 Faktory ovplyvňujúce využívanie zelených finančných produktov

Prameň: Vlastné spracovanie na základe odpovedí z dotazníkového prieskumu, 2026.

V rámci vyhodnocovania prvej výskumnej hypotézy (H1), ktorú sme si stanovili v podkapitole 2.1., a v ktorej sme predpokladali dominanciu ekonomických faktorov pri rozhodovaní o využívaní zelených finančných produktov, sme dáta analyzovali prostredníctvom testu dobrej zhody (Chí-kvadrát test –  $\chi^2$ ) pri hladine významnosti  $\alpha = 0,05$ . Tento test sme zvolili ako vhodný nástroj na testovanie významnosti rozdielov medzi početnosťami v nominálnych kategóriách. Podstatou testu bolo porovnanie pozorovaných početností v troch kategóriách motivácie voči očakávaným početnostiam, ktoré predpokladajú rovnomerné rozdelenie preferencií medzi respondentmi. Postup overovania prebiehal v prostredí MS Excel. Pri aplikácii testu sme overovali nulovú hypotézu (H0), ktorá predpokladala rovnomerné rozdelenie početností medzi všetky tri sledované kategórie (ekonomický motív, environmentálny motív a oba motívy). Jednotlivé kategórie boli vytvorené kódovaním odpovedí z dotazníka, t. j. do kategórie „ekonomický motív“ boli zaradené odpovede preferujúce výnos, daňové zvýhodnenie, či zlepšenie reputácie podniku, zatiaľ čo „environmentálny motív“ zahŕňal faktory ako pozitívny dopad na životné prostredie a spoločenská zodpovednosť. Respondenti, ktorí označili oba typy faktorov za rovnocenné, tvorili samostatnú kategóriu „oba motívy“. Získané výsledky dotazníkového prieskumu

preukázali, že čisto environmentálnu motiváciu uviedlo iba 19,4 % respondentov, zatiaľ čo ekonomické faktory (samostatne alebo v kombinácii s environmentálnymi) boli kľúčovým determinantom rozhodovania pre 80,6 % budúcich manažérov. Aplikovaný štatistický test potvrdil, že toto rozdelenie odpovedí nie je rovnomerné, ale vykazuje vysokú štatistickú významnosť ( $\chi^2 = 10,74$ ;  $p = 0,00465$ ). Tieto zistenia potvrdzujú, že hoci študenti deklarujú vysokú mieru stotožnenia sa s potrebou udržateľnosti, pri reálnom rozhodovaní o finančných nástrojoch dominuje ekonomická efektivita ako nevyhnutná podmienka. Na základe štatistických výsledkov preto hypotézu H1 prijímame. V grafe 4 je uvedené rozdelenie respondentov do skupín podľa hlavných motivačných faktorov, z ktorého sme vychádzali pri overovaní hypotézy H1.

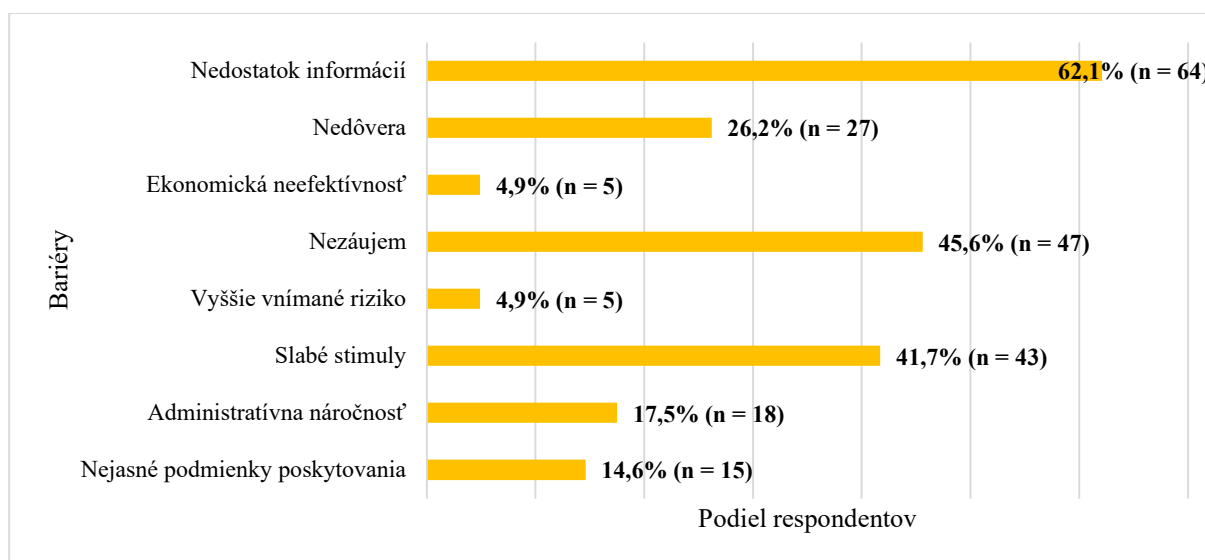


Graf 4 Rozdelenie respondentov podľa hlavných motivačných faktorov

Prameň: Vlastné spracovanie na základe odpovedí z dotazníkového prieskumu, 2026.

V grafe 5 sú znázornené odpovede respondentov na otázku, ktorá sa zameriavala na identifikáciu najväčších bariér spojených s využívaním zelených finančných produktov. Touto otázkou sme zároveň chceli overiť informácie uvedené v odbornej literatúre, ktoré sú opísané v podkapitole 1.3. Z výsledkov prieskumu vyplýva, že respondenti najčastejšie považujú za najväčšiu prekážku nedostatok informácií, ktorý uviedlo 64 respondentov (62,1 %). Tento výsledok je v súlade so zisteniami štúdie Surya a kol. (2026), ktorá identifikuje nedostatok informácií a obmedzené znalosti o konkrétnych finančných nástrojoch ako jednu z významných bariér širšieho využívania zeleného financovania. Významnou bariérou je aj nezáujem o tieto produkty, ktorý označilo 47 respondentov (45,6 %), a slabé stimuly podporujúce ich

využívanie, ktoré uviedlo 43 respondentov (41,7 %). Menšia časť respondentov považuje za prekážku nedôveru voči zeleným finančným produktom, ktorú uviedlo 27 respondentov (26,2 %), alebo administratívnu náročnosť, ktorú označilo 18 respondentov (17,5 %). V ešte menšej miere respondenti uvádzali faktory ako nejasné podmienky poskytovania (15 respondentov; 14,6 %), ekonomickú neefektívnosť (5 respondentov; 4,9 %) alebo vyššie vnímané riziko (5 respondentov; 4,9 %). Na základe získaných výsledkov možno konštatovať, že hlavnou bariérou využívania zelených finančných produktov je predovšetkým nedostatočná informovanosť a nižšia motivácia respondentov využívať tieto finančné nástroje.

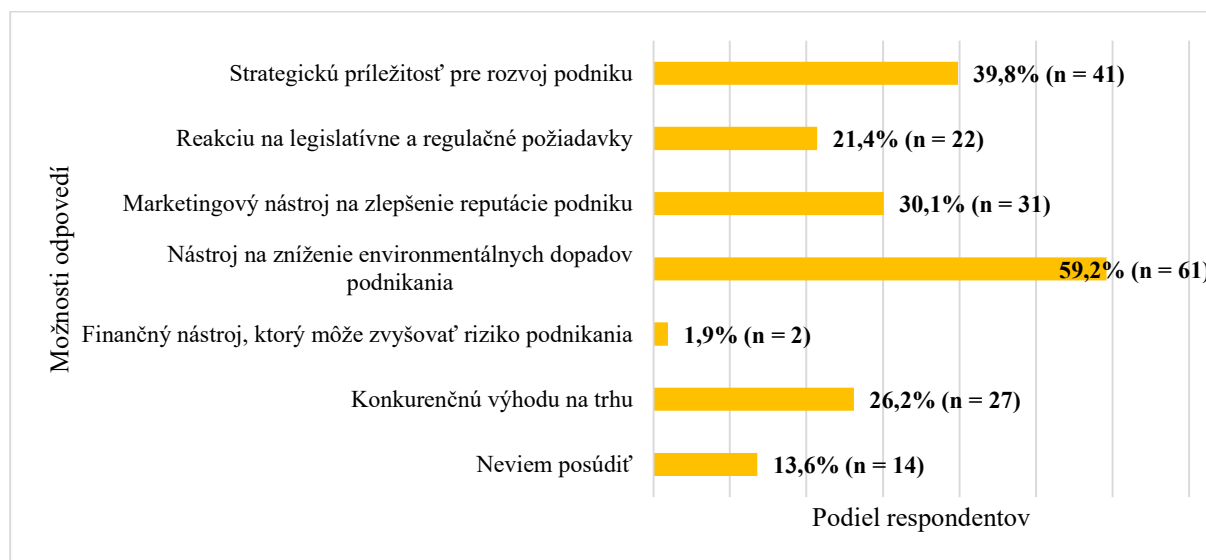


Graf 5 Bariéry využívania zelených finančných produktov podľa respondentov

Prameň: Vlastné spracovanie na základe odpovedí z dotazníkového prieskumu, 2026.

V dotazníkovom prieskume sme sa respondentov pýtali aj na to, ako vnímajú využívanie zelených finančných produktov v podnikoch, pričom mali možnosť označiť viacero odpovedí. Z výsledkov prieskumu vyplýva, že najväčšia časť respondentov vníma tieto produkty ako nástroj na zníženie environmentálnych dopadov podnikania, čo uviedlo 61 respondentov (59,2 %). Pomerne veľká časť respondentov zároveň považuje zelené finančné produkty za strategickú príležitosť pre rozvoj podniku, ktorú označilo 41 respondentov (39,8 %). Ďalší respondenti ich vnímajú ako marketingový nástroj na zlepšenie reputácie podniku (31 respondentov; 30,1 %) alebo ako konkurenčnú výhodu na trhu (27 respondentov; 26,2 %). Časť respondentov uviedla aj to, že zelené finančné produkty predstavujú reakciu na legislatívne a regulačné požiadavky, čo označilo 22 respondentov (21,4 %). Menšia skupina respondentov uviedla, že nevie posúdiť ich význam v podnikoch. Len minimálny počet respondentov ich

vníma ako finančný nástroj, ktorý môže zvyšovať riziko podnikania. Na základe získaných výsledkov možno konštatovať, že respondenti vnímajú využívanie zelených finančných produktov v podnikoch prevažne pozitívne, najmä v súvislosti s ich environmentálnym prínosom a potenciálom podporovať rozvoj podnikov. Prehľad jednotlivých odpovedí je znázornený v grafe 6.



Graf 6 Vnímanie využívania zelených finančných produktov v podnikoch

Prameň: Vlastné spracovanie na základe odpovedí z dotazníkového prieskumu, 2026.

V rámci overovania druhej výskumnej hypotézy (H2), v ktorej sme predpokladali, že respondenti vnímajú zelené finančné produkty primárne ako strategickú príležitosť pre rozvoj podniku a ako nástroj na zníženie environmentálnych dopadov, sme vzhľadom na charakter otázky s možnosťou viacerých odpovedí aplikovali Cochranov Q test na hladine významnosti  $\alpha = 0,05$ . Tento test sme zvolili z dôvodu povahy skúmaných dát, ktoré pochádzajú z otázky s možnosťou výberu viacerých odpovedí. Postup overovania spočíval v transformácii odpovedí do binárnej matice (kódy 0 a 1), kde sme sledovali prítomnosť alebo absenciu konkrétneho názoru u každého zo 103 respondentov. Celý výpočet prebiehal v prostredí MS Excel. Test nám umožnil posúdiť štatistickú významnosť rozdielov v početnostiach výskytu jednotlivých kategórií vnímania v rámci jednej skupiny respondentov. Nulová hypotéza (H0) predpokladala, že medzi frekvenciami označenia jednotlivých možností vnímania zelených produktov neexistujú štatisticky významné rozdiely. Výsledok testu však tento predpoklad zamietol ( $Q = 98,379$ ;  $p < 0,001$ ), čo potvrdzuje, že rozdiely v preferenciách respondentov sú štatisticky vysoko významné a výber odpovedí nie je náhodný. Z hľadiska početností boli najčastejšie



identifikovanými faktormi práve tie, ktoré uvádza hypotéza H2. Nástroj na zníženie environmentálnych dopadov označilo 59,2 % respondentov (61 osôb) a strategickú príležitosť pre rozvoj podniku označilo 39,8 % respondentov (41 osôb). Ostatné možnosti, ako napríklad marketingový nástroj (30,1 %) či konkurenčná výhoda (26,2 %), vykazovali nižšiu mieru zastúpenia. Na základe kombinácie výsledku Cochranovho Q testu a analýzy relatívnych početností môžeme konštatovať, že tieto dva faktory v očiach budúcich manažérov dominujú, a preto hypotézu H2 prijímame.

### **2.3. Zhrnutie výsledkov**

Výsledky realizovaného dotazníkového prieskumu poskytujú pohľad na to, ako respondenti v našom dotazníkovom prieskume vnímajú zelené finančné produkty a aké faktory ovplyvňujú ich postoje k využívaniu týchto nástrojov v podnikovej praxi. Analýza získaných dát umožnila identifikovať úroveň informovanosti respondentov, ich postoje k zelenému financovaniu, ako aj hlavné motivačné faktory a bariéry spojené s využívaním týchto finančných produktov. Uvedené zistenia je však potrebné interpretovať s ohľadom na charakter výskumnej vzorky, ktorá nebola reprezentatívna, a preto nie je možné výsledky zovšeobecňovať na širšiu populáciu.

Z hľadiska informovanosti prieskum potvrdil, že väčšina respondentov (72,8 %) je s pojmom zelené finančné produkty oboznámená. Významnú úlohu v tomto smere zohráva prostredie univerzity, ktoré bolo označené za najčastejší zdroj informácií (63,1 %). Tento fakt zdôrazňuje kľúčové postavenie vzdelávacích inštitúcií pri formovaní odborného povedomia o moderných finančných nástrojoch. Respondenti vnímajú zelené financovanie pozitívne a väčšina z nich deklarovala ochotu tieto produkty v budúcej manažérskej praxi reálne podporovať. Významným zistením výskumu je aj analýza motivačných faktorov ovplyvňujúcich rozhodovanie o využívaní zelených finančných produktov. Hoci respondenti často uvádzali environmentálny prínos ako dôležitý motivačný faktor, štatistické testovanie ukázalo, že pri reálnom rozhodovaní zohrávajú významnú úlohu najmä ekonomické faktory. Chí-kvadrát test dobrej zhody preukázal, že rozdelenie odpovedí medzi jednotlivé kategórie nie je rovnomerné a vykazuje štatisticky významné rozdiely, na základe čoho bola hypotéza H1 prijatá. Výsledky tak naznačujú, že aj napriek pozitívnemu postoju k environmentálnym cieľom zostáva ekonomická efektivita rozhodujúcim aspektom pri výbere finančných nástrojov.

Prieskum však zároveň poukázal na existenciu bariér, ktoré môžu využívanie týchto produktov v praxi brzdiť. Za najväčšiu prekážku respondenti považujú nedostatok informácií (62,1 %). Ukazuje sa, že hoci študenti zapojení do prieskumu koncept zeleného financovania

poznajú, chýbajú im detailnejšie vedomosti o konkrétnych parametroch produktov. Z hľadiska vnímania významu zelených finančných produktov možno na základe výsledkov Cochranovho Q testu konštatovať, že medzi jednotlivými spôsobmi ich vnímania existujú štatisticky významné rozdiely, čím sa potvrdila hypotéza H2. Respondenti najčastejšie vnímajú tieto produkty ako nástroj na znižovanie environmentálnych dopadov podnikania a zároveň ako strategickú príležitosť pre rozvoj podniku. Uvedené zistenia naznačujú, že zelené finančné produkty nie sú vnímané len ako marketingový nástroj, ale ako súčasť širšej stratégie podniku orientovanej na udržateľný rozvoj.

Na základe uvedených zistení možno konštatovať, že budúci manažéri vnímajú zelené financovanie prevažne pozitívne a uvedomujú si jeho význam pre moderné podnikanie. Zároveň však výsledky naznačujú potrebu ďalšieho zvyšovania informovanosti a praktických znalostí o konkrétnych finančných nástrojoch, čo by mohlo prispieť k ich širšiemu využívaniu v podnikovej praxi.

## **Záver**

Cieľom predloženej práce bolo zistiť, ako respondenti v pozícii budúcich manažérov vnímajú zelené finančné produkty, aká je úroveň ich informovanosti o tejto problematike a aké faktory môžu ovplyvňovať ich rozhodovanie o využívaní týchto finančných nástrojov v podnikovej praxi. Na dosiahnutie stanoveného cieľa bol realizovaný dotazníkový prieskum medzi študentmi Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, ktorý umožnil analyzovať postoje respondentov k zelenému financovaniu, identifikovať ich motivačné faktory a bariéry využívania zelených finančných produktov. Je však potrebné zdôrazniť, že limitom predloženej práce je nereprezentatívnosť výskumnej vzorky, keďže výber respondentov bol realizovaný účelovým výberom. Získané výsledky sa preto vzťahujú výlučne na skúmanú skupinu a nie je možné ich generalizovať na celú populáciu. Do budúcnosti by preto bolo vhodné realizovať výskum na väčšej a reprezentatívnejšej vzorke respondentov.

Výsledky výskumu ukázali, že väčšina respondentov je s pojmom zelené finančné produkty oboznámená a vo všeobecnosti ich vníma pozitívne. Respondenti zároveň uviedli, že by ako budúci manažéri podporovali využívanie týchto nástrojov v podnikovej praxi. Na základe analýzy motivačných faktorov bolo zistené, že pri rozhodovaní o využívaní zelených finančných produktov zohrávajú významnú úlohu najmä ekonomické faktory. Chí-kvadrát test dobrej zhody preukázal, že rozdelenie odpovedí medzi jednotlivé kategórie nie je rovnomerné a vykazuje štatisticky významné rozdiely, čo potvrdzuje dominanciu ekonomických faktorov pri rozhodovaní respondentov. Na základe týchto výsledkov bola hypotéza H1 potvrdená.

Zistenia naznačujú, že aj napriek pozitívnemu postoju respondentov k environmentálnym otázkam zostáva pri rozhodovaní o finančných nástrojoch kľúčovým kritériom ekonomická efektivita. Výskum zároveň poukázal na existenciu určitých bariér, ktoré môžu obmedzovať využívanie zelených finančných produktov. Najvýznamnejšou z nich sa ukázal nedostatok informácií o týchto finančných nástrojoch. Z hľadiska celkového vnímania významu zelených finančných produktov respondenti najčastejšie poukazovali na ich environmentálny prínos a strategický význam pre rozvoj podnikov. Štatistické testovanie zároveň potvrdilo, že respondenti vnímajú tieto produkty najmä ako strategickú príležitosť pre rozvoj podniku a ako nástroj na znižovanie environmentálnych dopadov podnikania. Na základe týchto zistení bola hypotéza H2 potvrdená.

Na záver možno konštatovať, že budúci manažéri vnímajú zelené finančné produkty prevažne pozitívne a uvedomujú si ich význam pre podporu udržateľného rozvoja podnikania. Zároveň však výsledky poukazujú na potrebu zvyšovania informovanosti o možnostiach zeleného financovania, čo môže prispieť k širšiemu využívaniu týchto nástrojov v podnikovej praxi.

## **Zoznam použitej literatúry**

1. BUKHARI, S. A. A. a kol. 2025. Determinants of Green Banking Adoption in Pakistan: A Stakeholder Approach. In *Journal of Development Policy, Research & Practice* [online]. 9(1). s. 78-94. [cit. 2026-3-5]. ISSN (E) 2663-3698. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.59926/jodprp.vol09/05>
2. CICCHIELLO, A., COTUGNO, M., PERDICHIZZI, S. 2022. Which are the factors influencing green bonds issuance? Evidence from the European bonds market. In *Finance Research Letters* [online]. 50. [cit. 2026-3-5]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2022.103190>
3. DAUBANES, J., MITALI, S. F., ROCHET, J. 2025. Why Do Firms Issue Green Bonds?. In *Social Science Research Network* [online]. 47(2). [cit. 2026-3-5]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1177/01956574251366200>
4. DUTORDOIR, M., LI, S., NETO, J. Q. F. 2023. Issuer Motivations for Corporate Green Bond Offerings. In *British Journal of Management* [online]. 35. s. 952-973. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12747>
5. EUROPEAN COMMISSION. 2016. *Study on the potential of green bond finance for resource-efficient investments*. Luxemburg: Publications Office of the European Union. 174 s. ISBN 978-92-79-63802-2.

6. FLAMMER, C. 2019. Corporate green bonds. In *Journal of Financial Economics* [online]. [cit. 2026-3-5]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.2139/SSRN.3125518>
7. GAO, D., ZHOU, X., WAN, J. 2024. Unlocking sustainability potential: The impact of green financereform on corporate ESG performance. In *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* [online]. 31(5). s. 4211-4226. [cit. 2026-2-12]. eISSN 1535-3966. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1002%2Fcsr.2801>
8. GRIFFIN, P. A. 2020. Energy finance must account for extreme weather risk. In *Nature Energy* [online]. 5. s. 98-100. [cit. 2026-2-11]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1038/s41560-020-0548-2>
9. HAYES, M., JAFRI, W. 2020. *Green finance – Emergence of new green products to fund decarbonization* [online]. [cit. 2026-2-16]. Dostupné na internete: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2020/04/green-finance-emergence-of-new-green-products-to-fund-decarbonization.pdf>
10. JI, X. a kol. 2021. The impact of carbon neutrality on the investment performance: Evidence from the equity mutual funds in BRICS. In *Journal of Environmental Management* [online]. 297(1). [cit. 2026-2-12]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113228>
11. KIM, D., WU, Y., LIN, S. 2020. Carbon dioxide emissions and the finance curse. In *Energy Economics* [online]. 88. [cit. 2026-2-12]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2020.104788>
12. KUZMINA, J. a kol. 2023. In Search of Sustainability and Financial Returns: The Case of ESG Energy Funds. In *Sustainability* [online]. 15(3). [cit. 2026-2-17]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.3390/su15032716>
13. LAMICHHANE, B. D. a kol. 2025. The Rise of Eco-Conscious Banking: How Undergrads Are Shaping Finance’s Future. In *Nepal Journal of Multidisciplinary Research* [online]. 8(4). s. 210-219. [cit. 2026-3-14]. ISSN 2705-4691. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.3126/njmr.v8i4.85638>
14. MITTAL, H. 2023. Financial Literacy and Sustainable Investment Among University Students: An Analytical Exploration. In *Revista electrónica de Veterinaria* [online]. 24(4). s. 605-610. [cit. 2026-3-14]. ISSN 1695-7504. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.69980/redvet.v24i4.1839>
15. MONTAGNER, M. 2025. *Green Savings: A Practical Guide to Impactful & Informed Investing* [online]. [cit. 2026-2-17]. Dostupné na internete: <https://www.homaio.com/post/greensavings-practical-guide-impactful-informed-investing>

16. PANCHOLI, K., TRIVEDI, A., LADHA, V. L. 2025. Green bonds in focus: bridging literacy and investment among retail investors. In *International Journal of Bonds and Derivatives* [online]. 4(4). s. 308-342. [cit. 2026-3-14]. eISSN 2050-229X. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1504/IJBD.2025.148687>
17. REBOREDO, J. C., UGOLINI, A. 2020. Price connectedness between green bond and financial markets. In *Economic Modelling* [online]. 88. s. 25-38. [cit. 2026-2-16]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2019.09.004>
18. ROSE, P. 2025. Corporate Sustainable Finance. In *Journal of Law and Political Economy* [online]. 5(2). s. 250-267. [cit. 2026-3-5]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.5070/LP60065155>
19. SANGIORGI, I., SCHOPOHL, L. 2023. Explaining green bond issuance using survey evidence: Beyond the greenium. In *The British Accounting Review* [online]. 55(1). s. 1-27. [cit. 2026-3-5]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1016/j.bar.2021.101071>
20. SÁNCHEZ, L. G., TOBON, S. 2025. Sustainable investing among young generations: balancing ideals and financial realities. In *Discover Sustainability* [online]. 6(275). [cit. 2026-3-14]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01053-8>
21. SHAHBAZ, M., NASIR, M. A., ROUBAUD, D. 2018. Environmental degradation in France: The effects of FDI, financial development, and energy innovations. In *Energy Economics* [online]. 74. s. 843-857. [cit. 2026-2-12]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2018.07.020>
22. SHRESTHA, S. a kol. 2025. Exploring Attitudes and Perceptions: A Study of Green Banking and Sustainable Investment Among Undergraduate Students. In *International Journal of Atharva* [online]. 3(3). s. 55-65. [cit. 2026-3-14]. ISSN 3021-9299. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.3126/ija.v3i3.84396>
23. SURYA, K. a kol. 2026. Green Finance in Consumer Awareness and Perception. In *International Journal of Research Publication and Reviews* [online]. 7(1). s. 710-713. [cit. 2026-2-18]. ISSN 2582-7421. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.55248/gengpi.07.0126.0131>
24. THOMPSON, S. 2023. *Green and sustainable finance*. Vydanie: 2. Londýn: Kogan Page Limited. 665 s. ISBN 978-1-3986-0925-9.
25. UNEP FINANCE INITIATIVE. 2012. *Principles for Sustainable Insurance: A global framework for the insurance industry* [online]. [cit. 2026-2-17]. Dostupné na internete: <https://www.unepfi.org/insurance/>

26. UNEP. 2018. *Green Financing* [online]. [cit. 2026-2-11]. Dostupné na internete: <https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-financing>
27. WOODE, J. K. 2024. Green finance and green growth: A systematic literature review on awareness, existing channels, instruments, and techniques. In *Development and Sustainability in Economics and Finance* [online]. s. 1-14. [cit. 2026-2-11]. Dostupné na internete: <https://doi.org/10.1016/J.DSEF.2024.100004>
28. WORLD BANK. 2021. *What You Need to Know About Green Loans* [online]. [cit. 2026-2-16]. Dostupné na internete: <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2021/10/04/what-you-need-to-know-about-green-loans>

## Prílohy

### Príloha 1 Dotazník

#### 1. Pohlavie:

- a) Žena
- b) Muž

#### 2. Vek:

- a) do 20 rokov
- b) 21-23 rokov
- c) 24-26 rokov
- d) 27 rokov a viac

#### 3. Študijný stupeň:

- a) Bakalársky
- b) Inžiniersky
- c) Doktorandský

#### 4. Študijný program:

- a) Cestovný ruch

- b) Ekonomika a manažment podniku
- c) Financie, bankovníctvo a investovanie
- d) Verejná ekonomika a manažment
- e) Manažment
- f) Ekonomika a riadenie cestovného ruchu
- g) Ekonomika a manažment malých a stredných podnikov
- h) Ekonomika verejného sektora
- i) Podnikové manažérske systémy
- j) Iné:

**5. Forma štúdia:**

- a) Denná
- b) Externá

**6. Už ste sa stretli s pojmom zelené finančné produkty?**

- a) Áno
- b) Nie

**7. Ako by ste ohodnotili úroveň svojich znalostí o zelených finančných produktoch?**

- a) 1 – veľmi slabé
- b) 2 – skôr slabé
- c) 3 – priemerné
- d) 4 – skôr dobré
- e) 5 – veľmi dobré

**8. Zdroj vašich informácií o zelených finančných produktoch je najmä:**

*(možnosť výberu viacerých odpovedí)*

- a) Škola
- b) Média
- c) Sociálne siete
- d) Vlastné štúdium
- e) Iné:

**9. Súhlasíte s nasledujúcimi tvrdeniami?**

*(1 = úplne nesúhlasím, 2 = skôr nesúhlasím, 3 = neviem, 4 = skôr súhlasím, 5 = úplne súhlasím)*

- a) Zelené finančné produkty sú dôležitým nástrojom udržateľného rozvoja.
- b) Štát by mal finančne podporovať využívanie zelených finančných produktov.
- c) Zelené financie sú momentálne „trend“, ktorý časom oslabne.
- d) Zelené financovanie má reálny pozitívny vplyv na ochranu životného prostredia.
- e) Ako budúci manažér/ka považujem znalosť zelených financií za dôležitú.
- f) Zelené financie sú skôr marketingovým nástrojom než reálnym riešením.
- g) Využívanie zelených finančných produktov zlepšuje reputáciu podniku.
- h) Pri manažérskych rozhodnutiach by som uprednostnil/a zelené financovanie.

**10. Máte osobnú skúsenosť so zeleným finančným produktom?**

- a) Áno
- b) Nie

**11. Ak áno, s akým typom?**

*(možnosť výberu viacerých odpovedí)*

- a) Investičný fond
- b) Úver
- c) Sporenie
- d) Zelené dlhopisy
- e) Iné:

**12. Ak nie, zvažovali by ste využitie zeleného finančného produktu?**

- a) Áno
- b) Skôr áno
- c) Skôr nie
- d) Nie
- e) Naviem posúdiť

**13. Ako budúci manažér/ka by ste podporovali využívanie zelených finančných produktov v podniku?**

- a) Áno
- b) Skôr áno



- c) Skôr nie
- d) Nie
- e) Nevieľ posúdiť

**14. Pri rozhodovaní o výbere finančných produktov v podnikovej praxi by pre vás boli dôležité nasledujúce faktory:**

*(1 = málo dôležité, 2 = skôr málo dôležité, 3 = neutrálne, 4 = skôr dôležité, 5 = veľmi dôležité)*

- a) Výnosnosť
- b) Miera rizika
- c) Environmentálny dopad
- d) Daňové zvýhodnenia
- e) Transparentnosť a dostupnosť informácií
- f) Náklady spojené s využívaním produktu

**15. Mysľíte si, že význam zeleného financovania v podnikoch bude v budúcnosti rásť?**

- a) Áno
- b) Skôr áno
- c) Skôr nie
- d) Nie
- e) Nevieľ posúdiť

**16. Čo by vás najviac motivovalo k využívaniu zelených finančných produktov?**

*(možnosť výberu viacerých odpovedí)*

- a) Daňové zvýhodnenie
- b) Pozitívny dopad na životné prostredie
- c) Tlak legislatívy
- d) Spoločenská zodpovednosť
- e) Vyšší výnos
- f) Zlepšenie reputácie podniku
- g) Iné:

**17. Čo považujete za najväčšiu prekážku ich využívania?**

*(možnosť výberu viacerých odpovedí)*

- a) Nedostatok informácií
- b) Nedôvera

- c) Ekonomická neefektívnosť
- d) Nezáujem
- e) Vyššie vnímané riziko
- f) Slabé stimuly
- g) Administratívna náročnosť
- h) Nejasné podmienky poskytovania
- i) Iné:

**18. Ako vnímate využívanie zelených finančných produktov v podnikoch?**  
*(možnosť výberu viacerých odpovedí)*

- a) Strategickú príležitosť pre rozvoj podniku
- b) Reakciu na legislatívne a regulačné požiadavky
- c) Marketingový nástroj na zlepšenie reputácie podniku
- d) Nástroj na zníženie environmentálnych dopadov podnikania
- e) Finančný nástroj, ktorý môže zvyšovať riziko podnikania
- f) Konkurenčnú výhodu na trhu
- g) Neviem posúdiť
- h) Iné:

**19. Aký je váš celkový názor na zelené finančné produkty?**  
*(otvorená otázka)*