

GREEN MARKETING – CSR A MARKETING PLZEŇSKÉHO PRAZDROJE

Eva Soudková

Vedoucí práce: doc. RNDr. Bohumír Štědroň, CSc.

Pracoviště: Masarykův ústav vyšších studií, ČVUT

Akademický rok: 2021/2022

ČVUT
ČESKÉ VYSOKÉ
UČENÍ TECHNICKÉ
V PRAZE



ABSTRACT

Bakalářská práce se zabývá marketingem Plzeňského Prazdroje s cílem analyzovat a informovat veřejnost o jeho ekologických marketingových koncepcích a CSR aktivitách. První část práce vymezila teoretický rámec pro základní pojmy z oblasti marketingu a ekologického marketingu čerpané z dostupných literárních a internetových zdrojů. V neposlední řadě vysvětlila pojem společenská odpovědnost. Praktická část pak představila Plzeňský Prazdroj a jeho výrobky a značky. Práce dále zkoumala, jak je výrobní proces Plzeňského Prazdroje ekologický a analyzovala chování jeho spotřebitelů v závislosti na ekologických změnách, které firma podniká. Společenská odpovědnost podniku byla hodnocena na základě průzkumu o povědomí veřejnosti o CSR aktivitách firmy.

ENGLISH SUMMARY

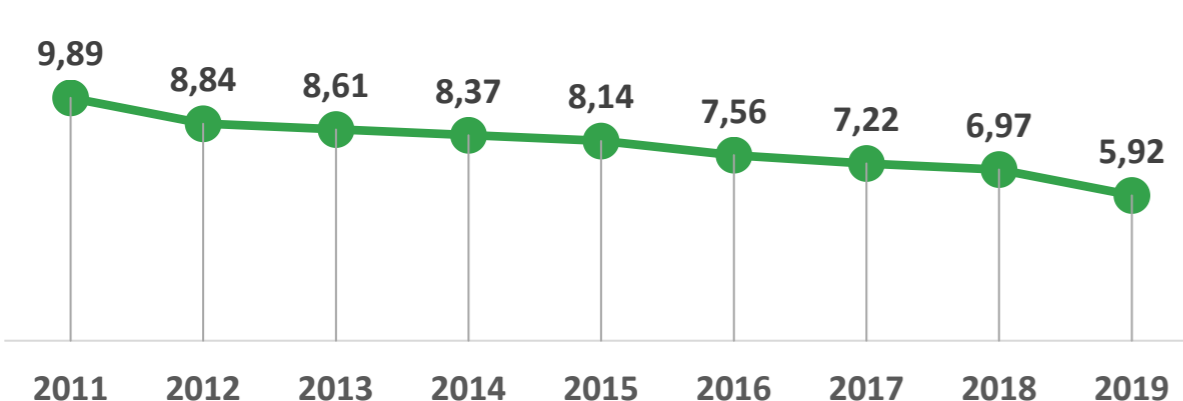
The bachelor thesis deals with the marketing of Plzeňský Prazdroj in order to analyse and inform the public about its environmental marketing concepts and CSR activities. The first part of the thesis defined the theoretical framework for the basic concepts of marketing and environmental marketing drawn from available literature and internet sources. Last but not least, it explained the concept of social responsibility. The practical part then introduced Plzeňský Prazdroj and its products and brands. The thesis further investigated how the production process of Plzeňský Prazdroj is ecological and analysed the behaviour of its consumers in relation to the ecological changes undertaken by the company. Corporate social responsibility was evaluated through a survey on public awareness of the company's CSR activities.

METODIKA

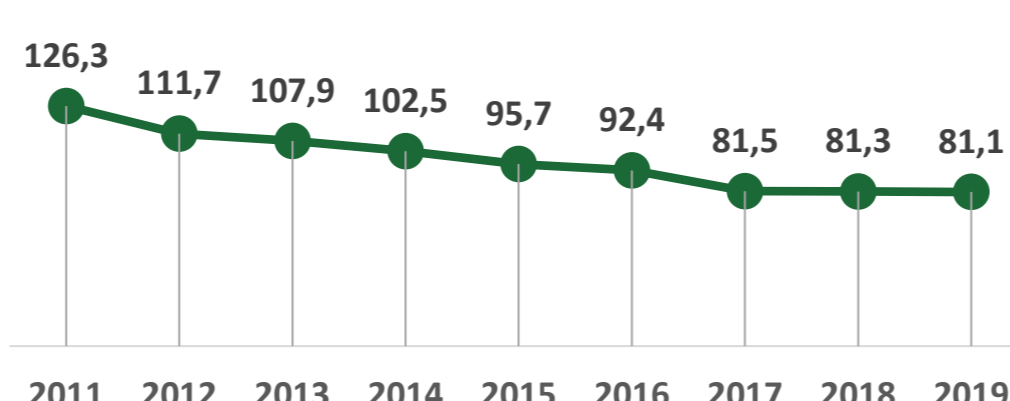
Pomocí zpráv o odpovědnosti, které firma každoročně vydává, byla provedena analýza vývoje závazků za uhlíkovou neutralitou a kroků ve snižování odpadu a plýtvání v průběhu let. Navazoval popis CSR aktivit Prazdroje. Práce následně v části výzkumu zkoumala úroveň povědomí veřejnosti o aktivitách společenské odpovědnosti Plzeňského Prazdroje a změny ve spotřebitelském chování v závislosti na změnách, které firma podniká.

Šetření autorka prováděla pomocí osobních rozhovorů a kvantitativní metody empirického výzkumu – dotazníkového šetření. Pro obě oblasti zkoumání byly definovány výzkumné otázky, na základě kterých byly vytvořeny otázky dotazníku.

Vývoj uhlíkové efektivity v kgCO₂ na hl piva



Vývoj spotřebované energie na 1 hl piva



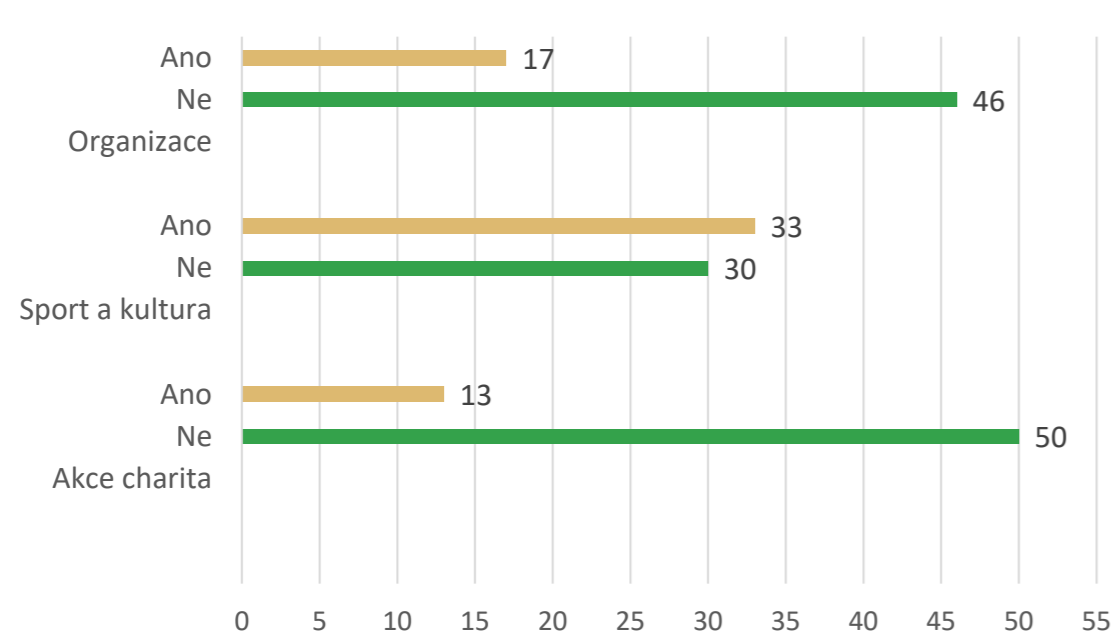
Vývoj spotřeby vody v českých pivovarech Plzeňského Prazdroje

Pivovar	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nošovice	3,15	2,91	2,85	2,75	2,74	2,67	2,51	2,53	2,57
Velké Popovice	3,34	3,11	2,01	2,91	2,93	2,90	2,86	2,87	2,97
Plzeň	3,77	3,59	3,57	3,32	3,34	3,30	3,22	3,25**	3,35
Celkem*	3,6	3,33	3,28	3,11	3,13	2,96	2,99	3,01	3,05

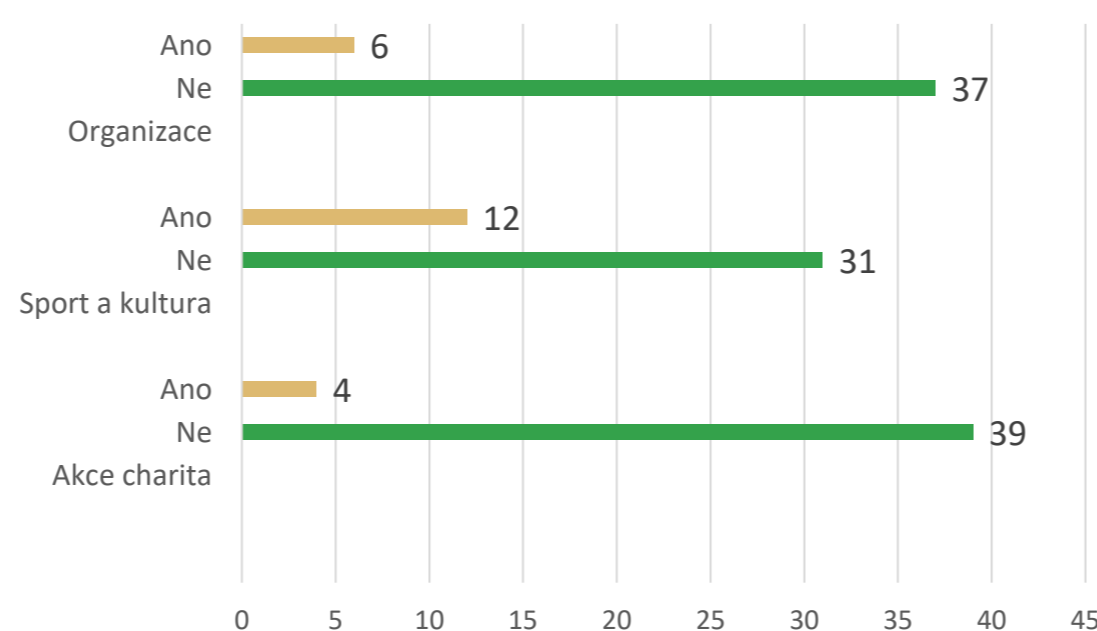
* pro celou skupinu Plzeňský Prazdroj

** údaje pro jednotlivé pivovary pouze přibližné, pro rok 2019 Prazdroj neuvádí

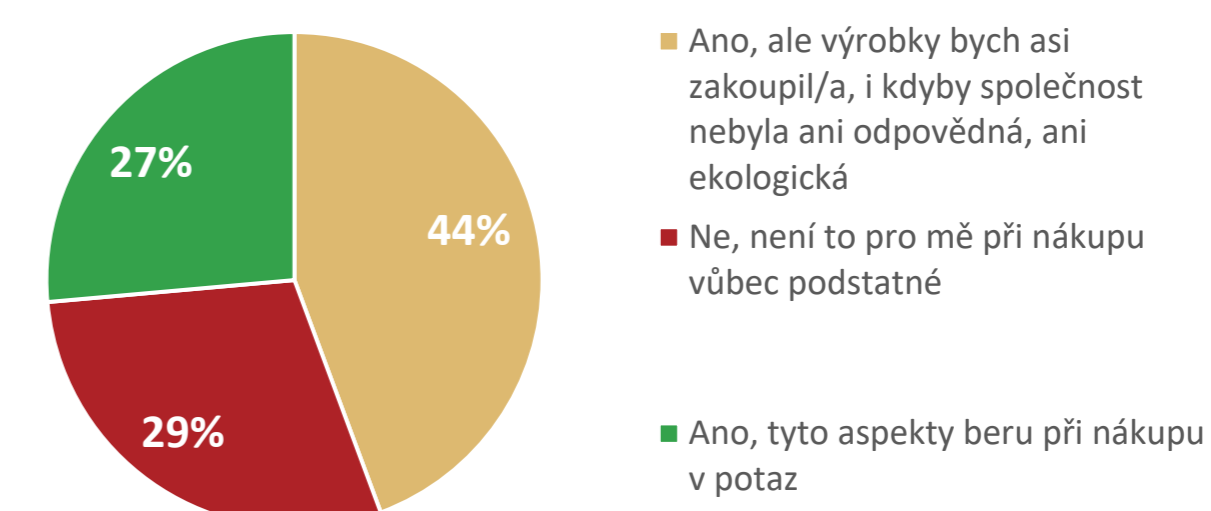
Povědomí respondentů z Plzeňského kraje o CSR aktivitách



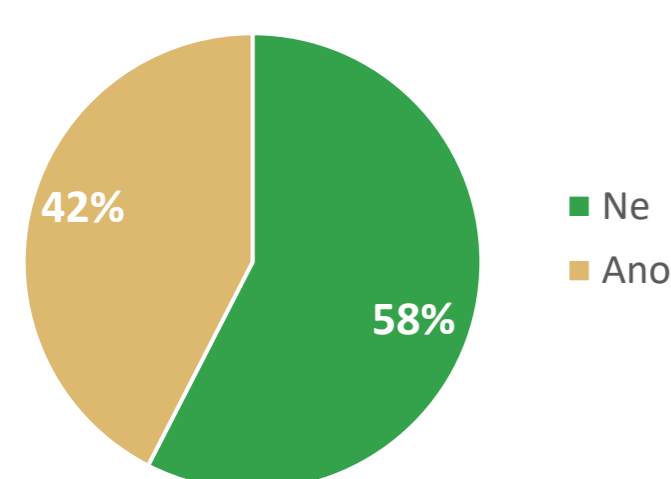
Povědomí respondentů z ostatních krajů o CSR aktivitách



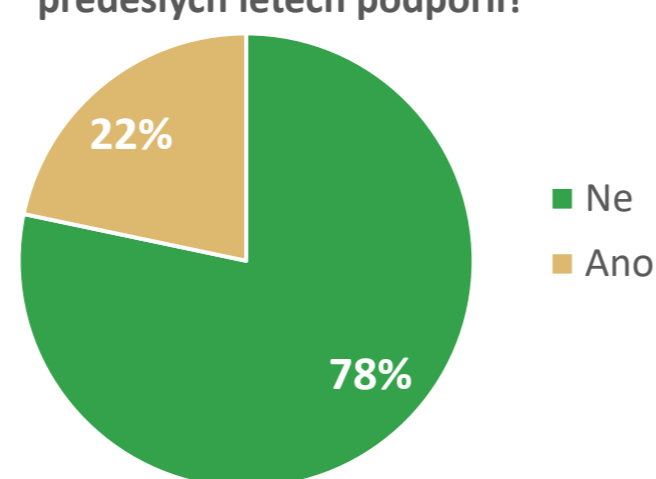
Má společenská odpovědnost Plzeňského Prazdroje a jeho kroky za ekologickým podnikáním vliv na Vaše rozhodování při nákupu jeho produktů?



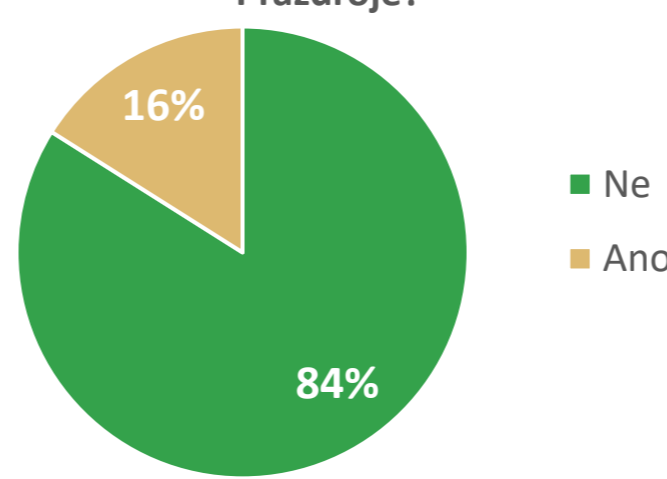
Vybavujete si nějaké sportovní nebo kulturní akce, které Plzeňský Prazdroj podporuje nebo podpořil?



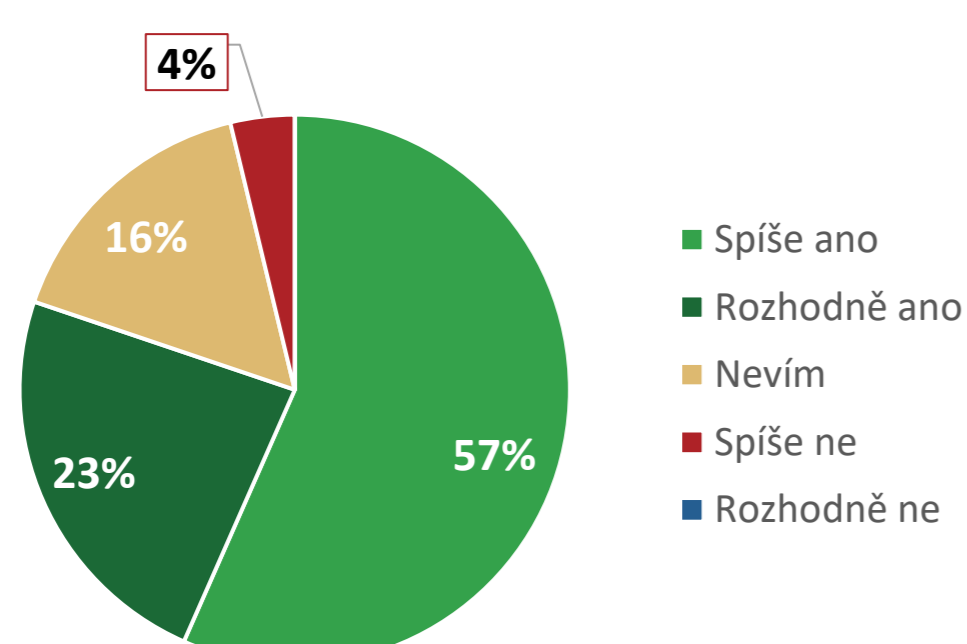
Dokázali byste jmenovat nějaké spolky nebo organizace, se kterými je Prazdroj partnerem nebo které v předešlých letech podpořil?



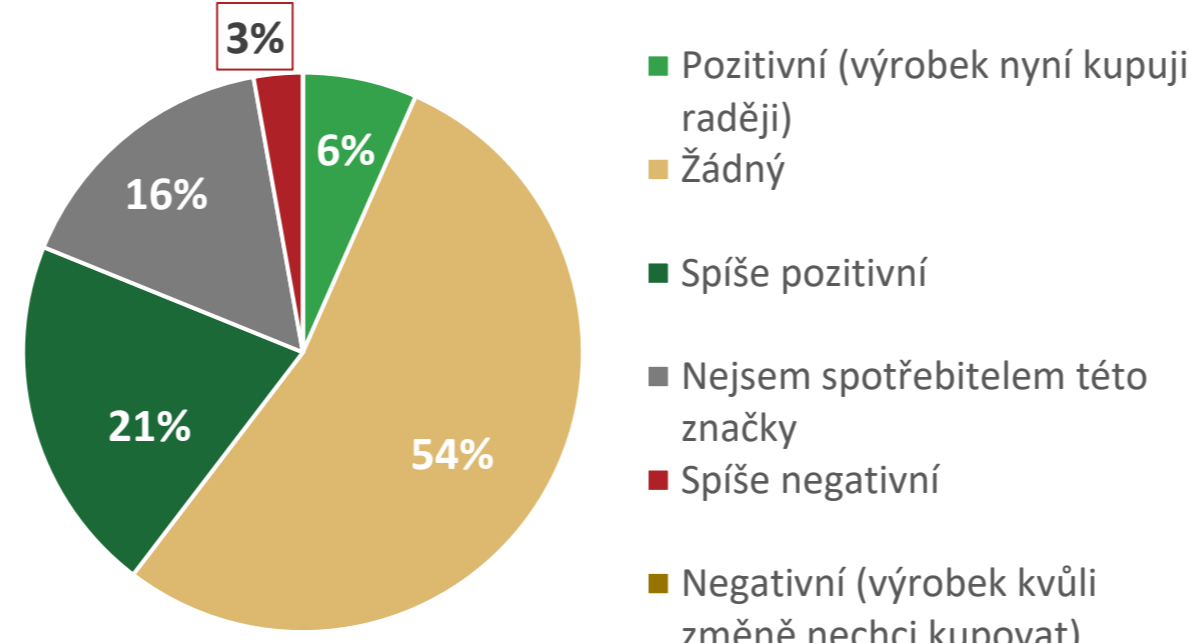
Vybavujete se si nějaké charitativní akce/projekty, které Prazdroj podpořil, nebo komunitní grantové programy Prazdroje?



Považujete Plzeňský Prazdroj za společensky odpovědnou firmu?



Pilsner Urquell nahradil hliníkové zlaté krčky na lahvi za papírové. Jaký vliv měla tato změna na Vaše nakupování tohoto výrobku?



LITERATURA

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER, 2013. *Marketing management*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4150-5.

KELLER, Kevin Lane, 2007. *Strategické řízení značky*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1481-3.

PAVLÍK, Marek a Martin BĚLČÍK, 2010. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ní dál*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-6648-5.

ZÁVĚR

Kapitoly, které analyzovaly závazky a dosavadní vývoj Plzeňského Prazdroje, přiblížily nejen konkrétní oblasti udržitelného podnikání firmy, ale také třeba Cíle udržitelného rozvoje, tzv. SGDs, která firma do své podnikatelské strategie zapracovává. Následoval seznam nejvýznamnějších CSR aktivit a empirický výzkum.

Výsledky průzkumu potvrdily předpoklad, že respondenti pocházející z Plzeňského kraje měli větší povědomí o CSR aktivitách Prazdroje, nežli respondenti z jiných krajů. I tak ale jmenovat konkrétní akce či organizace dokázala pouze menšina dotazovaných. Tato skutečnost nabízí prostor ke zlepšení v propagaci CSR aktivit firmy. Mimo to podle výsledků ale respondenti hodnotí firmu jako společensky odpovědnou, atraktivního zaměstnavatele a obecně kroky za ekologickým podnikáním i závazek za uhlíkovou neutralitou hodnotí pozitivně.

Podle klesajícího trendu za posledních deset let ve své spotřebě energií nebo vody se dá předpokládat, že se firmě bude dařit svých cílů dosahovat i nadále, a dokonce se dá i očekávat, že si v budoucích letech udrží pozici lídra na českém trhu.