

Šetrnost k životnímu prostředí jako marketingová strategie



Jméno: Evelína Jungwirthová

Studijní obor: Ekonomika a management

Vedoucí práce: doc. Galina Ostapenko, CSc.

Pracoviště: MÚVS ČVUT v Praze

Akademický rok: 2022/2023

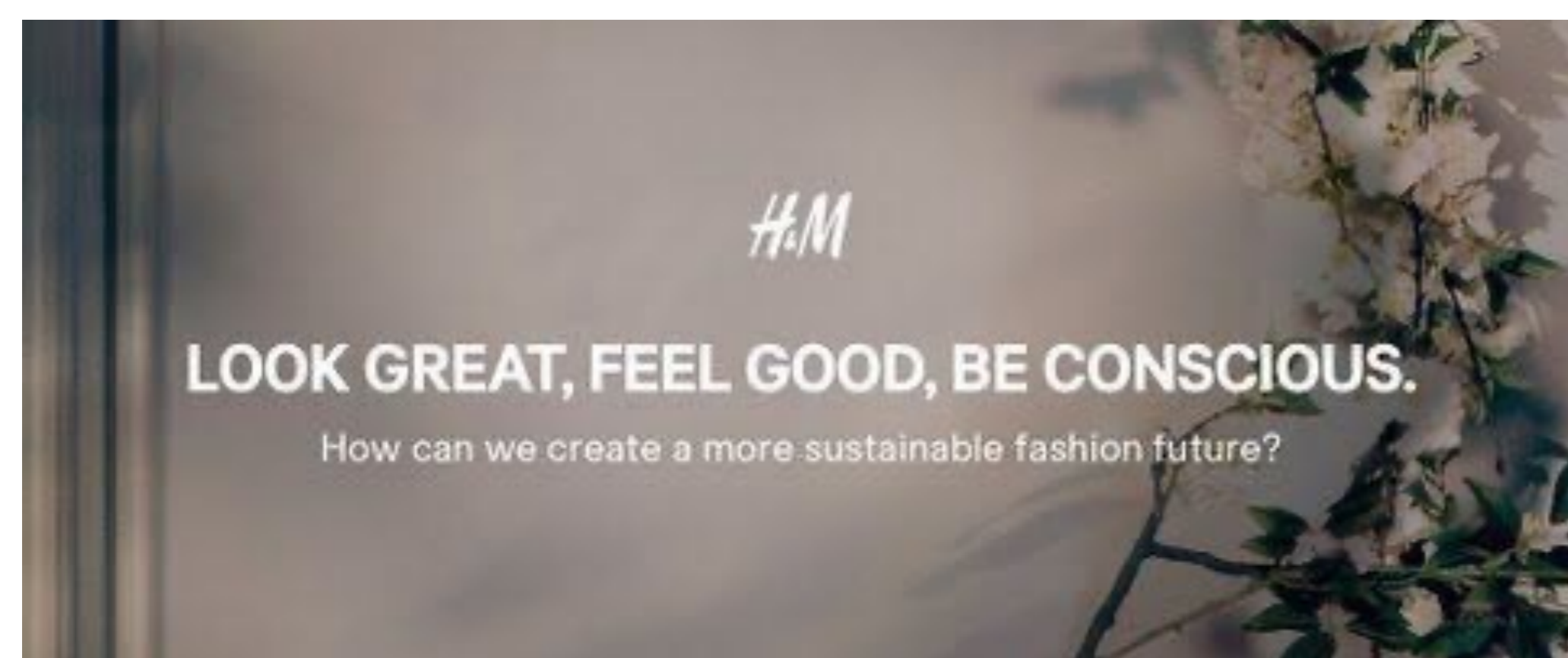
Abstrakt

Cílem této bakalářské práce je určit, jestli společnost H&M má úspěšnou strategii zaměřenou na udržitelnost a rozvoj zeleného marketingu. Společnost H&M je zaměřená hlavně na módu a doplňky do domácnosti.

Teoretická část se zabývá zeleným marketingem a přístupy udržitelnosti v módním průmyslu. Praktická část práce zkoumá strategické cíle společnosti. Zabývá se SWOT analýzou společnosti, analýzou marketingového mixu a analýzou cesty společnosti k udržitelnosti.

Metodika

Tato práce pojednává o důležitosti udržitelnosti pro životní prostředí a o tom, jak některá odvětví, jako je módní průmysl, mají negativní dopad na planetu. Práce se zaměřuje na společnost H&M a na to, zda je jejich úsilí o udržitelnost skutečné, nebo je to jen forma greenwashingu. Příspěvek obsahuje teoretickou část o marketingu a greenwashingu a také praktickou část, která obsahuje historii, cíle a použité materiály H&M. V druhé části je průzkum s cílem shromáždit kvantitativní údaje o nákupních zvycích zákazníků H&M.



Doporučení

H&M, významný prodejce módy, byl kritizován za svůj negativní dopad na životní prostředí jako součást průmyslu rychlé módy, ale aktivně pracuje na tom, aby se stal udržitelnějším prostřednictvím různých iniciativ. Spotřebitelé si stále více uvědomují udržitelnost a jsou ochotni zaplatit více za ekologické produkty. Závazek H&M k udržitelnosti lze vidět prostřednictvím analýzy SWOT a strategií marketingového mixu, které zahrnují nabídku široké škály udržitelného a ekologického oblečení, propagaci úsilí o udržitelnost prostřednictvím reklamy a partnerství s ekologickými organizacemi a globální dostupnost. Zavedením modelu oběhového hospodářství by společnost H&M mohla dále zlepšit své úsilí o udržitelnost a stát se lídrem v oblasti udržitelné módy.