

Zelený marketing

Adéla Vodičková

Akademický rok:2017/18

Vedoucí práce :Ing Libor Cupal



Abstrakt

Cílem mé práce je analyzovat a komplexně popsat zelený marketing a dále také vše, co se zeleným marketingem souvisí jako například klasický marketing, společenská odpovědnost nebo greenwashing.

Všechny potřebné pojmy specifikuji v teoretické části. Dále získané informace z teoretické části využívám v praktické části, kde popisuji koncept Fairtrade a zkoumám ho pomocí dvou šetření - dotazníku a rozhovoru. Na konci praktické části jsou návrhy na zlepšení, dle výsledků šetření.

Teoretická část

V teoretické části mé zaměření bylo směřováno s počátku na marketing jako takový, jeho historii a také jeho koncepce. Dalším bodem teoretické části je společenská odpovědnost a její tři pilíře.

Společenská odpovědnost velmi úzce souvisí s green marketingem. Dále jsem směřovala ke green washingu a jeho 7 hříchům. Poté už jsem se zaměřila na historii a definici zeleného marketingu. Abych toto téma rozpracovala do hloubky, začlenila jsem sem například zeleného zákazníka a jeho nákupní chování, zelené marketingové strategie, zelený marketingový mix a budoucnost zeleného marketingu. Také jsem v teoretické části uvedla problematiku konceptu Fairtrade.

Praktická část

V praktické části jsem se zaměřila na sociální stránku zeleného marketingu a to konkrétně na koncept Fairtrade neboli férový obchod, který zajišťuje producentům z rozvojových zemí spravedlivou mzdu. Rozhodla jsem se pro zpracování dvou výzkumných šetření. Jako první jsem zvolila dotazník, který jsem předem prodiskutovala s paní ředitelkou Fairtrade, tak aby byl vhodný i pro jejich využití. Druhé šetření bylo pomocí rozhovoru s paní ředitelkou Fairtrade, na který jsem si předem připravila otázky.

Závěr

V závěru mé bakalářské práce jsem připravila doporučení pro koncept Fairtrade z výsledků dotazníku.

Doporučila jsem konceptu Fairtrade, aby vzali v potaz, že dle výsledků jsou jeho hlavní segmenty zákazníci ženy a že by měli cílet své kampaně především na ně. Mé další doporučení směřovalo k spíše do budoucnosti a to, aby se zaměřil na produkci oblečení, protože ta v mém dotazníku vyšla, jako nejžádanější



FAIRTRADE