



# ENVIRONMENTÁLNÍ MARKETING VE VYBRANÉM PODNIKU

Autor: Petra Hofmanová

Vedoucí: Ing. Libor Cupal

2018

## ABSTRAKT

Hlavním cílem této bakalářské práce je zhodnotit a analyzovat principy environmentálního marketingu ve vybraném podniku a formulace případných doporučení. Analyzovanou společností je Kika Nábytek s.r.o., podnik zabývající se prodejem nábytku a bytových doplňků.

## ABSTRACT

The main aim of this bachelor thesis is to evaluate and analyze environmental marketing in a selected company and the formulate possible recommendations. The company being analyzed is Kika Nábytek s.r.o., a company selling furniture and home accessories.

## METODIKA

V teoretické části jsou uvedeny základní pojmy týkající se environmentálního marketingu a dále jsou zde definovány související pojmy jako je například greenwashing, zelený marketingový mix či rozdělení zelených zákazníků. Další kapitoly jsou zaměřeny na výběr vhodné strategie pro environmentální marketing a také na náklady spojené s environmentálním marketingem. Tyto získané poznatky jsou využity při zpracování praktické části, kde jsou vytvořeny analýzy PEST, SWOT a Porterův model pěti sil, práce je zde zaměřena na využívání environmentálního marketingu.



## ZÁVĚREČNÁ DOPORUČENÍ

Společnost se na ekologii zaměřuje, avšak tyto prvky nejsou tolik využívány v komunikaci se zákazníkem. Ekologie je zde využita ve sběru obalového materiálu a následném znovupoužití. Společnost vyžaduje od všech dodavatelů dřevěného nábytku původ dřeva, ze kterého je vyroben, a to jak od dodavatelů z EU tak i mimo ni. Jelikož se domnívám, že v dnešní době je každý tak trochu zeleným zákazníkem a zajímá se i o to, jak byl výrobek zhotoven a jaká bude jeho následná likvidace, je toto téma velmi aktuální a je důležité vědět co kupujeme.

