



ГРАД ПИРОТ



FAKULTET ZA
MENADŽMENT
ZAJEČAR



UGOVORNA OKRUŽNA
PRIVREDNA
KOMORA
PIROT



II Међународна научно-стручна конференција
РЕГИОНАЛНИ РАЗВОЈ И ПРЕКОГРАНИЧНА САРАДЊА
Пирот, Република Србија

ЗЕЛЕНИ МАРКЕТИНГ КАО ИЗВОР КОНКУРЕНТСКЕ ПРЕДНОСТИ ПРЕДУЗЕЋА

Др Сузана Ђукић
PhD студент Јелена Станковић

15. децембар 2018. године

- Савремено пословно окружење ствара бројне изазове за предузећа. Интегрисање принципа друштвено одговорног понашања у пословне активности предузећа један је од највећих изазова данашњице.



- Савремени потрошачи су све критичнији према предузећима и њиховим активностима, а при избору производа све више уважавају еколошке критеријуме. Избор потрошача условљен је, поред осталог, његовим образовањем и његовом информисаношћу и способношћу да препознаје и бира одговарајуће вредности.
- Преференције потрошача су критични фактор успеха у алокацији ограничених ресурса савремених предузећа.

Зелени маркетинг → конкурентска предност

равнотежа између еколошког и економског учинка

Два главна циља зеленог маркетинга су:

- 1) Развити производе који уравнотежују потребе потрошача за квалитетом, практичношћу, перформансама и прихватљивом ценом, а све то у смислу минималног утицаја на околину,
- 2) Створити имиџ високог квалитета, укључујући еколошку обазривост.

- У времену глобалне еколошке кризе еколошко образовање у Републици Србији се поставља као најважнији задатак, будући да најнепосредније утиче на стварање нове еколошке свести.
- Сматрамо да ће са адекватном едукацијом, политиком развоја и деловањем предузећа по питању стварања еколошки здравих производа доћи до подизања еколошке свести друштва, повећане бриге о здрављу и побољшања квалитета живота.