

Ekološki marketing

FAKULTET ORGANIZACIONIH NAUKA, BEOGRAD, JOVE ILIĆA 154

Rezime: U ovom seminarskom radu obrađena je tema Ekološkog marketinga kako kroz teorijske tako i kroz praktične primere.

KLJUČNE REČI: SEMINARSKI RAD, EKOLOŠKI MARKETING, TEORIJSKI I PRAKTIČNI PRIMERI

Abstract: This seminar paper elaborate theme Ecological marketing with theoretical and practical illustrations.

KEY WORDS: SEMINAR PAPER, ECOLOGICAL MARKETING, THEORETICAL AND PRACTICAL ILLUSTRATIONS

SADRŽAJ:

1. UVOD

2. ZAČECI EKOLOŠKOG MARKETINGA

3. POJMOVI EKOLOŠKOG MARKETINGA

3.1. Ekološka oznaka

3.2. Ekološka deklaracija

3.3. EPEAT

4. ZELENI MARKETING

4.1. Zeleno pranje

4.2. Zelena gradnja

4.3. Ekološki nameštaj

4.3.1. Podovi od bambusa

4.4. Ekološka kozmetika

4.4.1. Ekološki šamponi

4.4.2. Šminka

4.5. Ekološki automobile

4.6. Mobilna telefonija

4.7. Eko torbe

5. ZAKLJUČAK

LITERATURA

1. UVOD

Akumulirani ekološki problemi svakako čine jedno od ključnih obeležja današnje civilizacije. Ekološki problem se može definisati kao "bilo koja promena stanja u fizičkoj sredini do koje je došlo usled ljudske aktivnosti kojom se narušava to stanje, a koja ima posledice koje društvo smatra neprihvatljivim po prihvaćenim ekološkim no U želji da poboljša sopstveni kvalitet života čovek je sebično i nemarno koristio prirodne resurse, što je rezultiralo rušenjem ravnoteže u prirodi i stvaranjem niza problema koji, paradoksalno, sada ugrožavaju kvalitet života za koji se toliko borio. U takvom ambijentu postalo je jasno da antropocentrični pristup prirodi mora biti zamenjen biocentričnim, odnosno da je kulturu neophodno shvatiti ne kao sredstvo otuđenja od prirode, već naprotiv, kao sredstvo približavanja njoj. Formiranje ekološke kulture se nameće kao imperativ u prevladavanju potrošačkog odnosa čoveka prema prirodnim resursima. Ekološka kultura proizilazi iz ekološkog pogleda na svet koji se bazira na ekološkim znanjima i kritičkom vrednovanju odnosa prema životnoj sredini. Ovi problemi se mogu identifikovati na različitim nivoima; na globalnom nivou govorimo o globalnom zagrevanju atmosfere i smanjivanju ozonskog omotača, na regionalnom o "kiselim kišama", zagađenju podzemnih voda, izlivanju ulja i nafte, a na lokalnom o zagađenju vode, vazduha kao i o neadekvatnom odlaganju različitih vrsta otpada.

Iako postoji veliki uticaj fizičke sredine na čoveka, ništa manje posledice nema ni uticaj čoveka na sredinu u kojoj živi. Udeo ljudskog faktora u promeni fizičke sredine je izuzetno veliki, kako U zemljama Evropske Unije i Americi poslednje dve decenije vlada intenzivno interesovanje za ove teme. Postoji veliki broj časopisa koji objavljuju naučne radove posvećene ovoj temi, a vlade različitih zemalja ulažu velike količine novca u istraživanja i aktivnosti koje se sprovode u svrhu prevazilaženja ili ublažavanja ekološke krize. Nažalost, u našoj zemlji su dugogodišnja kriza, ratovi, politička i ekonomska situacija učinili da ovi problemi dugo ostanu po strani. Poslednjih nekoliko godina primetan je porast interesovanja za ovu oblast, iako su ulaganja još uvek na veoma niskom nivou, u poređenju sa zemljama u Evropi. Iako ekološki problemi spadaju u onu grupu koju treba da rešavaju gradske i državne vlasti, ne treba zanemariti ulogu koju pojedinac ima u čitavom tom sistemu. Svest pojedinca, svest o realnim opasnostima i ugroženosti, kako njega samog tako i svih ostalih živih bića, i njegovo ponašanje jesu ključan faktor u menjanju celokupne ekološke slike Srbije.

Da bismo mogli da preduzmemo korake u menjanju ekološke svesti i ponašanja naših građana najpre bi bilo od značaja utvrditi u kojoj meri su obavешteni o uzrocima i posledicama ekoloških problema, kako doživljavaju te probleme, i na koji način se prema njima odnose u realnim životnim okolnostima. U tu svrhu, sprovedeno je istraživanje čiji je osnovni cilj bio utvrđivanje nivoa razvijenosti ekološke informisanosti, ekološke svesti i samoprocene proekološkog ponašanja. Obzirom da različita istraživanja sprovedena u Evropi daju različite rezultate, zanimljivo je bilo utvrditi i u kojoj meri postoji povezanost između ova tri fenomena.

interesantno je uporediti nivo razvijenosti ekološke informisanosti, svesti i samoprocenu ponašanja stanovnika Srbije sa stanovnicima neke evropske zemlje koja ulaže više u razvoj ove oblasti. U sprovedenom istraživanju bili su upoređeni stanovnici Srbije sa stanovnicima Italije. Italija je izabrana kao zemlja za poređenje, jer iako po ulaganju u ekologiju nije jedna od prvih zemalja na lestvici, ipak u odnosu Činjenica je da se poslednjih godina u Srbiji sve

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI
NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----**

**BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO **SEMINARSKI**, **DIPLOMSKI** ILI **MATURSKI** RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE **GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI** KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U **BAZI** NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU **IZRADA RADOVA**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA

NAŠEM **FORUMU** ILI NA **maturskiradovi.net@gmail.com**