

Abstrakt:

V této bakalářské práci je cílem hlubší porozumění environmentálním faktorům, které ovlivňují společnost ŠKODA AUTO a.s. Škoda je největším hráčem na českém trhu. Dosahuje předních pozic v prodeji a produkci. První část práce obsahuje popis společnosti, jejich produktů a environmentálních praktik. Druhá část se zabývá nabídkou a poptávkou automobilů v České republice. Marketingová analýza se nachází v poslední části. Zabývá se vnitřními a vnějšími faktory ovlivňujícími společnost a její produkci. Závěr je potom věnován shrnutí a sloučení všech získaných informací z analýzy a zbylých kapitol. Škoda se v současné době nachází v pozici, kdy je pro ně výhodné a možné přijít s novými produkty, jakými jsou elektrická auta.

Klíčová slova: environmentálně signifikantní chování, firmy, ekologicky šetrné strategie, výroba, ŠKODA AUTO