



РЕПУБЛИКА СРБИЈА
УНИВЕРЗИТЕТ У НИШУ

МАШИНСКИ ФАКУЛТЕТ У НИШУ

На основу члана 33. став 3. Правилника о основним академским студијама

О Б А В Е Ш Т А В А

да ће студент **ЈАНА ВЕЛИЧКОВИЋ**

дана **14.10.2026.** са почетком у **13,00 часова**, у сали **401**,

Машинског факултета у Нишу, бранити дипломски рад под називом:

ТЕМА	Еколошка одрживост и управљање животном средином у пословању бренда Њу Јоркер
-------------	--

пред комисијом у саставу:

Ментор	проф. др Саша Павловић
Члан	проф. др Гордана Стефановић
Члан	проф. др Јелена Јаневски

РЕЗИМЕ

Еколошка одрживост постаје једно од кључних питања савременог пословања, нарочито у модној индустрији, чији се утицаји на животну средину јављају кроз цео животни циклус производа – од производње влакана и текстила, преко транспорта и продаје, до коришћења и одлагања одеће. Предмет овог рада је еколошка одрживост и управљање животном средином у пословању бренда New Yorker, међународног ланца модне малопродаје који је присутан и на тржишту Србије. У теоријском делу објашњени су појам, димензије и циљеви одрживог развоја, основни елементи управљања животном средином – управљање енергијом, отпадом и емисијама гасова са ефектом стаклене баште – као и системи еколошког менаџмента засновани на међународним стандардима. Посебно су размотрени еколошки утицаји текстилне индустрије, проблем текстилног отпада, одрживи материјали и однос концепата „fast fashion“ и „slow fashion“. Анализа бренда New Yorker спроведена је као квалитативна студија случаја заснована на јавно доступним изворима. Она показује да компанија има јавно објављену политику која обухвата захтеве у вези са хемикалијама, отпадом и водом у ланцу снабдевања, али да прегледани извори не омогућавају бројчану оцену укупног еколошког учинка, јер нису доступни упоредиви подаци о енергији, емисијама, структури материјала и третману текстилног отпада. На основу анализе предложен је фазни модел одрживог пословања који обухвата успостављање евиденција, унапређење енергетске ефикасности, спречавање вишкова робе, документовано управљање отпадом, одговорну набавку материјала и разматрање обновљивих извора енергије, уз предлог показатеља за праћење резултата. Закључак рада је да је за одрживији развој бренда пресудно повезивање јавно изражених опредељења са мерљивим и транспарентним резултатима.

Кључне речи: одрживи развој, управљање животном средином, еколошки менаџмент, модна индустрија, текстилни отпад, енергетска ефикасност, New Yorker.

Ниш, 12.10.2026.год.