

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

**на тему**

**«ФОРМУВАННЯ ЗЕЛЕНОГО БРЕНДУ КОМПАНІЇ»**

**Виконав: здобувачка 2 курсу, групи МГ-22вм**

**Спеціальності 075 «Маркетинг»**

**Зінченко Ольга Анатоліївна**

**Керівник: к.е.н., доцент Мішустіна Т.С.**

**м. Дніпро**

**2023**

## АНОТАЦІЇ

Зінченко О.А. ФОРМУВАННЯ ЗЕЛЕНОГО БРЕНДУ КОМПАНІЇ

Об'єктом дослідження – процеси зеленого брендингу компанії.

Предмет дослідження – зелений бренд компанії, його структурні компоненти та підходи до формування.

Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування теоретичних основ та розробка практичних рекомендацій щодо формування зеленого бренду компанії.

Одержані висновки та їх новизна: на базі теоретичних досліджень був запропонований та апробований засади зеленого брендингу компанії. Практичне значення виконаного дослідження полягає в тому, що на базі теоретичних досліджень була запропонована та апробована структура зеленого бренду компанії з дотриманням вимог Європейського зеленого курсу. Розроблено підходи щодо позиціонування та просування зеленого бренду

Дипломна робота: 111 стор., 17 рисунків, 15 таблиць та 54 джерела

Ключові слова: зелений маркетинг, зелений бренд, соціальна відповідальність бізнесу, цифровізація, Європейський зелений курс

## **SUMMARY**

Zinchenko O.A. FORMATION OF THE COMPANY'S GREEN BRAND

The object of the research is the company's green branding processes.

The subject of the study is the company's green brand, its structural components and approaches to its formation.

The purpose of the qualification paper is to substantiate the theoretical foundations and develop practical recommendations for the formation of the company's green brand.

The obtained conclusions and their novelty: on the basis of theoretical studies, the principles of green branding of the company were proposed and tested. The practical significance of the research is that, based on theoretical research, the structure of the company's green brand was proposed and tested in compliance with the requirements of the European Green Deal. Approaches to the positioning and promotion of the green brand have been developed

Thesis: 111 pages, 17 figures, 15 tables and 54 sources

Keywords: green marketing, green brand, social responsibility of business, digitalization, European Green Deal

## ЗМІСТ

Вступ	8
Розділ 1. Теоретичні аспекти та сучасні тенденції зеленого брендингу	11
1.1. Концептуальні основи зеленого брендингу в сучасному бізнесі	11
1.2. Зелений брендинг в контексті Європейського зеленого курсу	19
1.3. Елементи зеленого бренду	28
Розділ 2. Аналіз процесів формування зеленого бренду компанії Carlsberg Ukraine	39
2.1. Передумови створення зеленого бренду компанії	39
2.2. Формування компонентів зеленого бренду	59
2.3. Позиціонування зеленого бренду	70
Розділ 3. Розвиток зеленого бренду компанії Carlsberg Ukraine	80
3.1. Оцінка капіталу зеленого бренду	80
3.2. Напряму просування зеленого бренду	88
Висновки	100
Список використаних джерел	106