

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ БРЕНДІВ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

Пазій Д.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В рамках дослідження розглянуто процес виходу українських брендів на міжнародний ринок в період з лютого 2022 року до сьогодні [1]. Список компаній, які було взято за основу в дослідженні включає: Nova Post (логістика, доставка); Ресторан “Львівські Круасани” (харчування); Платформа Preply (освіта). В роботі представлено основні труднощі, які спіткали українські компанії на шляху виходу в міжнародне середовище. Зокрема, логістичні перешкоди, фінансові труднощі. Також підприємства стикаються з необхідністю адаптації своєї продукції під законодавство та стандарти нових ринків, а також потребують забезпечення захисту своєї інтелектуальної власності. Нарешті, існує складність у збереженні міжнародної довіри та репутації в умовах військового конфлікту, що потребує від компаній активної комунікаційної стратегії. Схожі тенденції було досліджено авторами [2]. В той самий час, є суттєві переваги, що допомогли досліджуваним компаніям закріпитись в Європі (Nova Post, “Львівські круасани”) і навіть масштабувати свої послуги на весь світ (як у випадку Preply). В межах даного дослідження особлива увага приділяється інноваційності та адаптивності. Оскільки багато українських підприємств відзначаються високим рівнем інновацій та технологічних розробок, ої при цьому здатні швидко адаптуватися до змін у ринкових умовах і вимогах споживачів, що є критично важливим у швидкозмінному міжнародному бізнес-середовищі. Також, на прикладі досліджуваних компаній як переваги можна зазначити високу якість продукції (послуг) за цілком конкурентноспроможною ціновою політикою. Окремо, українська діаспора відіграє ключову роль на початкових етапах виходу українських брендів на міжнародний ринок, сприяючи як культурному посередництву, так і розбудові мережі контактів [3]. Вона допомагає у налагодженні бізнес-зв'язків, адаптації продукції до місцевих вимог і смаків, а також ефективно просуває українські товари, використовуючи своє розуміння місцевих ринків і культур. Таким чином, інноваційна маркетингова стратегія може бути застосована для посилення позицій компаній на міжнародному ринку.

Література:

1. How Do Ukrainian Businesses Work During The War?. URL: <https://serpstat.com/blog/how-do-ukrainian-businesses-work-during-the-war>.
2. Kvasova L., Kurbatska L., Bolovin V. Features Of Strategy Formation Of Ukrainian Companies On International Markets //Green, Blue and Digital Economy Journal. – 2023. – Т. 4. – №. 3. – С. 32-38.
3. Діаспора допомагає українському бізнесу вийти на нові ринки за кордоном. URL: <https://ukraine.iom.int/uk/news/diaspora-dopomahaye-ukrayinskomu-biznesu-vyyty-na-novi-rynky-za-kordonom>.