

## СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ БРЕНДІВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ ЗБУТУ

**О.В.П'янкова**

*Національний університет харчових технологій*

Актуальною для дослідження брендингу, як інструменту конкурентної боротьби за увагу споживача, є тенденція до взаємопроникнення брендів підприємств харчової промисловості через національні кордони.

Серед глобальних брендів напоїв та продуктів харчування, присутніх на українському ринку, доцільно відзначити: «Coca-Cola», «Danon», «Martini», «Nestle». Всі вони, за оцінками всесвітньо відомої агенції «Interbrand», входять до найдорожчої сотні брендів світу. Міжнародні бренди представлені в Україні «Borgomi», «Stella Ardua», «Вимм-Билль-Данн» тощо.

Особливої уваги заслуговує аналіз стратегій виходу українських брендів за межі національних ринків. Компанія «Nemiroff» реалізує свою продукцію у 55 країнах світу, має торгові представництва у Росії та Польщі, «Nemiroff International» зі штаб-квартирою у Будапешті.

Лідери українського ринку мінеральних вод «Миргородська» та «Моршинська» завдяки «IDS Group» мають змогу виводити продукцію на ринок Росії, Білорусі, Грузії, Молдови, Канади, Німеччини та країн Балтії.

Підприємства – виробники ігристих та шампанських вин «Київський завод шампанських вин» та «Артемівський завод шампанських вин» просувають свою продукцію на російський ринок через співпрацю з торговельними мережами.

Корпорація «Roshen» здійснила перехід від експорту до розміщення власних виробництв на території потенційного ринку збуту. Так у містах Клайпеда (Литва) та Липецьк (Росія) побудовані сучасні кондитерські фабрики та логістичні центри.