

## СЕКЦІЯ 7. МАРКЕТИНГ

**Луцій І. О.**

*аспірант кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,  
Національний університет біоресурсів  
і природокористування України  
м. Київ, Україна*

*ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-8698-6046>*

*DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-431-6-28>*

### **ВПЛИВ МІЖНАРОДНИХ БРЕНДІВ НА УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ: МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ**

Російська агресія проти України, яка розпочалася в 2014 році і переросла у повномасштабну війну в 2022 році, кардинально змінила економічний ландшафт України. У цих умовах роль міжнародних брендів набуває ще більшого значення, адже вони не лише підтримують національні ринки, але й допомагають Україні зберігати економічну стабільність та сприяють розвитку міжнародного співробітництва. Маркетингові стратегії міжнародних брендів у період війни адаптувалися до нових викликів, забезпечуючи підтримку українським споживачам та економіці загалом.

Розглянемо основні аспекти бренд маркетингових стратегій під час війни.

#### *1. Вихід російських брендів і вплив міжнародних компаній*

– З початком повномасштабного вторгнення багато міжнародних компаній ухвалили рішення припинити свою діяльність у Росії на знак протесту проти агресії. Цей крок став частиною глобальних санкцій і посприяв міжнародній ізоляції РФ.

– Водночас, ті ж самі бренди посилили свою присутність в Україні, демонструючи солідарність із українським народом. Такі компанії, як McDonald's, H&M, Nike та інші, сприяли економічній стабільності, продовжуючи підтримувати роботу в умовах війни та роблячи важливі маркетингові кроки на підтримку України.

#### *2. Соціальна відповідальність і гуманітарна допомога*

– Міжнародні бренди також відіграли важливу роль у наданні гуманітарної допомоги Україні. Наприклад, компанії Coca-Cola та PepsiCo активно долучилися до збору коштів для допомоги постраждалим українцям, надаючи ресурси для гуманітарних організацій.

– Корпоративна соціальна відповідальність (CSR) стала невід’ємною частиною маркетингових стратегій міжнародних брендів. Вони підтримують армію, волонтерів та громадян, запроваджуючи ініціативи для збору коштів і залучення міжнародної спільноти до підтримки України.

### *3. Реформування українського ринку в умовах війни*

– Завдяки активній підтримці міжнародних брендів, український ринок продовжує функціонувати, навіть у складних умовах війни. Присутність іноземних компаній сприяє збереженню робочих місць, підтримці місцевого виробництва та економічної інфраструктури.

– Багато міжнародних брендів намагаються не просто адаптувати свої маркетингові стратегії, але й активно інвестують у відновлення української економіки. Наприклад, компанія Nestlé оголосила про будівництво нового заводу в Україні, що є свідченням довіри до економічного потенціалу країни навіть в умовах війни.

### *4. Підтримка брендами національного духу та інформаційного фронту*

– Міжнародні бренди також активно включилися в боротьбу на інформаційному фронті. Вони поширюють інформацію про ситуацію в Україні через свої глобальні маркетингові канали, привертаючи увагу до війни та стимулюючи міжнародну підтримку.

– Важливий аспект – підтримка брендами національної ідентичності. Багато компаній випустили спеціальні продукти або кампанії, спрямовані на підтримку української культури, зокрема використовують національні символи та українську мову в комунікації. Це сприяє підвищенню морального духу населення та зміцненню єдності в умовах війни.

Міжнародні бренди відіграють важливу роль в підтримці України в умовах російської агресії. Їхні маркетингові стратегії адаптовані до викликів війни, що дозволяє не лише забезпечити економічну стабільність, але й підтримати національний дух і привернути увагу світової спільноти до війни. Така співпраця є важливою складовою відбудови України та її економічного відновлення в майбутньому.

### Література:

1. Simon A. Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*. 2013. Vol. 2, Is. 1. URL: <https://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=exchange> (дата звернення: 29.09.2024).

2. Ці компанії фінансують терор в Україні. Як допомогти тиснути на них? Ukrainer. URL: <https://ukrainer.net/terror> (дата звернення: 29.09.2024).

3. Понад 750 компаній вийшли з Росії, але не всі зупинили бізнес. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/03/19/684328> (дата звернення: 29.09.2024).

4. Over 750 Companies Have Curtailed Operations in Russia – But Some Remain. URL: <https://som.yale.edu/story/2022/over-750-companies-have-curtailedoperations-russia-some-remain> (дата звернення: 29.09.2024).