

УДК 339.138

Лялюк Алла,
кандидат економічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра маркетингу
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0002-4889-0511
e-mail: lyalyuk.alla@vnu.edu.ua

Сак Тетяна,
кандидат економічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра маркетингу,
м. Луцьк; ORCID ID: 0000-0002-7202-3426
e-mail: sak.tatiana@vnu.edu.ua

Борсук Катерина,
здобувач вищої освіти ОПМ Маркетинг,
факультету економіки та управління,
Волинський національний університет імені Лесі Українки
e-mail: Borsuk.Kateryna2020@vnu.edu.ua

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2024-01-144-152>

ВПЛИВ СВІТОВИХ БРЕНДІВ НА РОЗВИТОК РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано сучасні підходи до визначення термінів бренд, брендинг; відмічено роль світових брендів ритейлу у глобальному економічному ландшафті; досліджено топ-10 світових торгових брендів за операційним форматом та іншими важливими показниками. Використовуючи дані авторитетного аналітичного збірника Global Powers of Retailing, досліджено частку у загальній кількості компаній з річним обсягом товарообороту в 5-10 більон дол. Значну увагу приділено питанню впливу війни на діяльність світових брендів ритейлів, показано, які з них вийшли з російського ринку, а які працюють в Україні. Встановлено, що світові бренди впливають на український ринок ритейлу, надаючи споживачам можливість вибору та доступ до широкого спектру товарів і послуг; зроблено висновок, що присутність світових брендів позитивно впливає на розвиток і модернізацію ритейлу в Україні.

Ключові слова: бренд, торговий бренд, світовий бренд ритейлу, операційний формат, ринок ритейлу.

Lialuk Alla,
Associate Professor, Ph. in Economics,
Lesia Ukrainka Volyn National University,
Marketing Department,
Lutsk

Tetiana Sak,
Associate Professor PhD in Economics, Associate Professor,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
The Department of Marketing, Lutsk

Borsuk Kateryna,
Getting higher education at OPP Marketing,
of the Faculty of Economics and Management,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Lutsk

THE INFLUENCE OF GLOBAL BRANDS ON THE DEVELOPMENT OF RETAIL IN UKRAINE

The article analyzes modern approaches to defining the terms brand and branding, notes the role of global retail brands in the global economic landscape, examines the top 10 global retail brands Walmart Inc, Costco Wholesale Corporation Amazon com Inc, Schwarz Croup, The Kroger Co, Walgreens Boots Alliance, Inc, The Home Depot, Inc, Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG and International Services CmbH & Oo. oHG, CVS Health Corporation, Tesco PLC by operational format and other important indicators, using data from the authoritative analytical collection Global Powers of Retailing, examines the share in the total the number of companies with an annual turnover of 5-10 billion dollars, considerable attention is paid to the issue of the impact of the war on the activities of global retail brands, it is shown which of them have left the Russian market, and which are operating in Ukraine, it was established that global brands influence the Ukrainian retail market, giving consumers the opportunity to choose and access a wide range of goods and services: Walmart, Amazon, IKEA, Metro AG, A.S. Watson Group, Nike, Adidas it was concluded that the presence of global brands has a positive effect on the development and modernization of retail in Ukraine.

Key words: brand, trade brand, global retail brand, operating format, retail market.

Постановка наукової проблеми та її значення. Протягом останнього часу Україна завдяки широкому споживчому ринку усе більше привертає увагу світових брендів. Наразі спостерігається активне перетворення вітчизняного ритейлу під впливом світових торгових брендів. Тому актуальним постає питання дослідження впливу світових брендів на розвиток ритейлу в Україні для того, щоб розкрити ключові тенденції розвитку торгівлі та визначити роль брендів у цьому процесі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних дослідженнях науковці, такі як Котлер Ф., Хедінг Т, Надсен Ш і Бере М [2, 16] визначають основні аспекти бренду та бренд-менеджменту, їхні цілі та завдання, а також напрями реалізації та процес здійснення брендингу. Необхідно зазначити, що існуючі праці в основному орієнтовані на загальні аспекти бренд-менеджменту та маркетингу. Однак, поки що залишаються невирішеними питання, пов'язані із конкретним впливом світових брендів на український ритейл, включаючи їхню роль у формуванні споживчих поведінок, конкурентних стратегій місцевих торгових мереж, та інші аспекти, що можуть бути важливими для розуміння динаміки ринку в умовах впливу світових брендів.

Мета і завдання статті – дослідити внесок світових торгових брендів у розвиток ритейлу та визначити їх активність на українському ринку.

Виклад основного матеріалу. Брендунання – це процес, під час якого компанія робить себе відомою для громадськості та виділяє себе серед конкурентів. Брендунання зазвичай включає в себе такі елементи, як фраза або слоган, дизайн і ідея, які роблять його легко впізнаваним для аудиторії. Це зміцнює компанію в галузі; передає її мету споживачам; підвищує впізнаваність компанії; нагадує існуючим клієнтам про продукти та послуги. Суть бренду може бути важко визначити, але вона передає те, які почуття та цінності пов'язані з брендом. Важливо мати чітку сутність бренду, яка відображає цінності та спосіб діяльності компанії. Наприклад, L'Oreal визначає сутність свого бренду як «Я гарна, незалежна та сильна жінка. Я того варта, і хочу, щоб люди це бачили». Це створює емоційний зв'язок із брендом і допомагає клієнтам розуміти його цінність. Створення особистого бренду включає в себе створення та підтримку своєї онлайн-присутності, роботу над власною ідентичністю та сутністю бренду, а також використання соціальних мереж і інших інструментів для підвищення своєї видимості та впізнаваності. Особистий бренд може бути корисним як у кар'єрному розвитку, так і в особистому житті [1]

При створенні нової назви, логотипу або символу для продукту, маркетолог створює бренд, але багато менеджерів вважають, що бренд - це більше, ніж лише ці компоненти; це також про поінформованість, репутацію та популярність на ринку. Відомі книги про маркетинг також дуже обережно намагаються визначити бренд, надаючи різні погляди на його природу.

У книзі Хедінга Т, Надсен Ш і Бере М. (*Heding Tilde, Knudtzen Charlotte F and Bjerre Mogens*) «Brand Management Research, Theory and Practice» [16] не надається конкретного визначення бренду, але подано різноманітні точки зору на цей концепт. Філіп Котлер вказує, що для створення бренду потрібно більше, ніж просто брендинг. Сьогодні споживачі мають більше влади і успіх полягає в задоволенні їхніх потреб, незалежно від того, чи це досягається низькими цінами, корисними досвідами, послугами чи іншими перевагами. Таким чином, бренди вимагають більшого, ніж просто брендинг, і повинні забезпечувати задоволення споживачів [2]. Отже, бренд – це ім'я, яке впливає на покупців. Спроби вплинути на споживачів через бренд – це брендинг.

Світові бренди ритейлу відіграють ключову роль у глобальному економічному ландшафті, забезпечуючи споживачів різноманітними товарами та послугами. Ритейлери займають перші позиції у списку найбільших компаній за доходом та проникають на різні ринки світу, включаючи Україну. Проаналізуємо світові бренди ритейлу, які працюють в Україні та розглянемо їхні позиції в рейтингу топ-250 торгових компаній. Проведений нами аналіз даних, поданих у відомому аналітичному збірнику *Global Powers of Retailing* [9, 13-15] дозволив зробити висновки, що топ-10 торгових компаній-світових брендів протягом 2018-2020 років із незначними змінами очолюють торгові бренди із США, які у 2018 та 2019 році мали найбільше представництво серед топ-10 торгових - 8 компаніями з цієї країни в рейтингу (табл.1, табл.2) та -7 ми у 2020 році (табл.3). Традиційно найбільший дохід від реалізації отримує торговий бренд Walmart Inc, який уже багато років посідає лідером за цим показником. Також варто відмітити, що він має 100 % в загальному доході материнської компанії. Другу позицію (у 2018 році - третю) посідає Amazon.com Inc, який має величезний обсяг реалізації, постійно збільшує свої обсяги продажів і має велику частку доходу відносно материнської компанії, хоча ця частка менша, ніж у Walmart і коливається в межах 55,3 - 60, 5 %. Цей бренд залишається одним із головних гравців у галузі позамагазинної торгівлі. Торговий бренд Costco Wholesale Corporation, яка спеціалізується на оптовій торгівлі є ще однією компанією з високим доходом від реалізації, яка має 100% частку доходу в загальному доході материнської компанії. Walgreens Boots Alliance, Inc займається аптечним бізнесом і має значну присутність на ринку, хоча її частка доходу відносно материнської компанії трохи нижча порівняно з іншими гігантами роздрібною торгівлі. Target Corporation – американська компанія, що спеціалізується на відділах з товарами за зниженими цінами і має досить великий дохід від реалізації. Торговий бренд JD.com, Inc з Китаю є представником позамагазинної торгівлі і відзначається вражаючим зростанням обсягу продажів до 2019 року. Ця компанія є однією з небагатьох неамериканських компаній у рейтингу.

Розглянувши дані за 2018 рік щодо доходів топ-10 торгових компаній, можна виділити наступні ключові моменти (табл.1). У 2018 році більшість компаній з топ-10 також відзначилися зростанням доходів у порівнянні з попереднім роком. Це свідчить про позитивний розвиток торговельної галузі в цей період. Варто відмітити, що частка доходу компаній відносно доходу їх материнських компаній може значно варіюватися. Наприклад, CVS Health Corporation мала меншу частку (43,31%) у порівнянні з іншими компаніями. Німецькі компанії, такі як Schwarz Group і Aldi Einkauf GmbH & Co.oHG, також були представлені у топ-10 торгових компаній у 2018 році і відзначалися значними обсягами продажів. У порівнянні з іншими роками, Tesco PLC займала десяте місце за доходами від реалізації, але вона мала стабільний показник і показала досить високу частку доходу відносно материнської компанії (98,28%). Ці дані свідчать про стабільний розвиток торговельної галузі в 2018 році зі збереженням лідерства Walmart та активним зростанням Amazon.com. Також вони вказують на важливу роль німецьких компаній і аптечного сектору у світовій торговельній індустрії.

У 2019 році всі компанії з топ-10 спостерігали зростання доходів порівняно з попереднім роком, що свідчить про позитивний тренд у торговельній галузі (табл.2). У 2019 році було помітно, що декілька компаній, зокрема Costco Wholesale Corporation і Schwarz Group, мали 100 % частку доходу відносно материнської компанії, що свідчить про стабільність їх фінансового внеску. Schwarz Group і Aldi Einkauf GmbH & Co.oHG, були представлені у топ-10 торгових компаній в 2019 році і відзначалися значними обсягами продажів. Компанії, які спеціалізувалися на аптечному бізнесі, такі як Walgreens Boots Alliance, Inc, CVS Health Corporation, також входили в топ-10 і відображали

важливість аптечного сектору у торговельній галузі. Загалом, 2019 рік підтвердив стабільний розвиток торговельної галузі з виділенням провідних гравців і конкуренцією між ними за лідерство за обсягами продажів та доходами.

Таблиця 1

Дохід топ-10 світових торгових брендів у 2018 році [13]

Рейтинг	Назва компанії	Країна засновника компанії	Домінуючий операційний формат	Темп обсягу продаж до 2019 року	Дохід від реалізації	Дохід материнської компанії	Частка доходу компанії в загальному доході материнської компанії
1	Walmart Inc	США	Гіпермаркет/Супермаркет	1.6	514,405	514,405	100,0
2	Costco Wholesale Corporation	США	Cash& carry / Оптова торгівля	6.1	141,576	141,576	100,0
3	Amazon.com Inc	США	Позамагазинна торгівля	18.1	140,211	232,887	60,2
4	Schwarz Group	Німеччина	Дискаунтери (магазини знижених цін)	7.1	121,581	121,581	100,0
5	The Kroger Co	США	Супермаркет	3.6	117,527	121,162	96,66
6	Walgreens Boots Alliance, Inc	США	аптеки	8.9	110,673	131,537	84,138
7	The Home Depot, Inc	США	Товари для дому	6.5	108,203	108,203	100,0
8	Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG and International Services GmbH & Co. oHG	Німеччина	Дискаунтери (магазини знижених цін)	6.7	106,175	106,175	100,0
9	CVS Health Corporation	США	аптеки	5.1	83,989	193,919	43,31
10	Tesco PLC	США	Роздрібна торгівля	0.1	82,799	84,245	98,28

Якщо проаналізувати домінуючий операційний формат топ-10 світових торгових брендів, то у форматі Гіпермаркет/Супермаркет та роздрібна торгівля функціонує три бренди – Walmart Inc, The Kroger Co, Tesco PLC, у позамагазинній торгівлі задіяний Amazon.com Inc. Формат Cash& carry / Оптова торгівля представляє Costco Wholesale Corporation. У форматі Дискаунтери (магазини

знижених цін) задіяні два німецькі бренди Schwarz Group і Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG and International Services GmbH & Co. oHG. Бренд The Home Depot, Inc єдиний у форматі Товари для дому. Також є два бренди домінуючий формат яких – аптеки.

Таблиця 2

Дохід топ-10 світових торгових брендів у 2019 році [14]

Рейтинг	Назва компанії	Країна засновника компанії	Домінуючий операційний формат	Темп обсягу продаж до 2019 року	Дохід від реалізації	Дохід материнської компанії	Частка доходу компанії в загальному доході материнської компанії
1	Walmart Inc	США	Гіпермаркет/Супермаркет	1.9	523,964	523,964	100,0
2	Amazon.com Inc	США	Позамагазинна торгівля	13.0	158,439	280,522	56,48
3	Costco Wholesale Corporation	США	Cash & carry / Оптова торгівля	7.9	152,703	152,703	100,0
4	Schwarz Group	Німеччина	Дискаунтери (магазини знижених цін)	8.6	126,124	126,124	100,0
5	The Kroger Co	США	Супермаркет	1.0	121,539	122,286	99,38
6	Walgreens Boots Alliance, Inc	США	аптеки	4.8	115,994	136,866	84,75
7	The Home Depot, Inc	США	Товари для дому	1.9	110,225	110,225	100,0
8	Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG and International Services GmbH & Co. oHG	Німеччина	Дискаунтери (магазини знижених цін)	5.6	106,326 е	106,326	100,0
9	CVS Health Corporation	США	аптеки	3.1	86,608	256,776	33,72
10	Tesco PLC	США	Роздрібна торгівля	1.4	81,347	82,711	98,35

Таблиця 3

Дохід топ-10 світових торгових брендів у 2020 році [15]

Рейтинг	Назва компанії	Країна засновника компанії	Домінуючий операційний формат	Темп обсягу продаж до 2019 року	Дохід від реалізації	Дохід материнської компанії	Частка доходу компанії в загальному доході материнської компанії
1	Walmart Inc	США	Гіпермаркет/Супермаркет	6,7	559,1	559,1	100,0
2	Amazon.com Inc	США	Позамагазинна торгівля	34,8	213,573	386,064	55,3
3	Costco Wholesale Corporation	США	Cash & carry / Оптова торгівля	9,2	166,761	166,761	100,0

4	Schwarz Croup	Німеччина	Дискаунтери (магазини знижених цін)	10,0	144,254	145,064	99,4
5	The Home Depot, Inc	США	Товари для дому	19,9	132,110	132,110	100,0
6	The Kroger Co	США	Супермаркет	8,3	131,620	132,448	99,4
7	Walgreens Boots Alliance, Inc	США	аптеки	1,5	117,705	139,537	84,4
8	Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG and International Services CmbH & Co. oHG	Німеччина	Дискаунтери (магазини знижених цін)	8,1	117,047	117,047	100,0
9	JD.com. Inc	Китай	Позамагазинна торгівля	27,6	94,423	108,028	87,2
10	Target Corporation	США	Відділи з товарами за зниженими цінами	19,8	92,400	93,54	98,8

У 2020 році найбільшу частку у загальній кількості становили компанії з річним обсягом товарообороту в 5-10 більон дол. – 40,4 %. Проте частка в загальному обороті усіх 250-ти світових брендів за даними Global Powers of Retailing 2020 склала лише 14,8 %. Тоді як найбільшу частку в загальному товарообороті – 26,7 (тобто, майже половина) припадає на компанії, річний обсяг товарообороту яких понад 50 більон дол. Вони становлять лише 8,0 % від загальної кількості 250-ти світових брендів. [8]

Таблиця 4

Аналіз кількості світових брендів у 2020 році за обсягом обороту [8]

Компаній з річним обсягом товарообороту	2020 рік	
	% в загальній кількості	% в загальному товарообороті
понад 50 більон дол	8,0	46,4
20- 50 більон дол	13,6	20,8
10-20 більон дол	20,4	14,0
5-10 більон дол	40,4	14,8
Менше або дорівнює 5 більон дол	17,6	4,1
Разом	100,0	100,0

Повномасштабна війна в Україні вплинула на багатьох міжнародних брендів, які раніше активно працювали на російському ринку ритейлу. Ці події вплинули на стратегії компаній та їхні плани щодо присутності в цьому регіоні. Подані у табл. 5 бренди мали високі позиції в рейтингу топ-250 торгових компаній у світі, що свідчить про їхню глобальну присутність та вплив на міжнародний ринок. Вихід з російського ринку супроводжувався різними рівнями доходів у 2022 році. Walmart, найбільший роздрібний оператор в світі, зберіг значний дохід, в той час як інші бренди, такі як ІКЕА, Nike і Adidas, зазнали помітного зменшення обсягів продажів [3; 6]. Загалом, рішення світових

брендів про вихід з російського ринку ритейлу вказують на вплив геополітичних чинників на світову торгівлю та підкреслюють важливість стратегічного планування та адаптації до змін у ринкових умовах.

Таблиця 5

Аналіз брендів ритейлу, які вийшли з Російського ринку після повномасштабної агресії в Україну [6]

Назва бренду	Рейтинг в топ - 250	Дохід від реалізації у 2022 році
Walmart Inc	1	559,1
IKEA	24	39,17
Nike	59	17,13
Adidas	118	9,26

Проте, слід зауважити, що не всі світові бренди вийшли з російського ринку і надалі підтримують агресора. Це зокрема Ашан (Франція), Bonduelle (Франція), PepsiCo (США) та ін. Останній бренд ще й цинічно використовує українські бренди «Садочок» і Sandora [5].

Світові бренди впливають на український ритейловий ринок, надаючи споживачам можливість вибору та доступ до широкого спектру товарів і послуг [4, 7, 11, 12]. Проаналізуємо їхні досягнення та важливу роль у формуванні ритейлового ландшафту України (табл.6).

Таблиця 6

Аналіз світових брендів ритейлу, які працюють в Україні [4]

Назва бренду	Рейтинг в топ250	Дохід від реалізації у 2020 році
Walmart	1	559,15
Amazon	2	213,57
IKEA	24	39,17
Metro AG	44	24,27
A.S. Watson Group	53	20,57
Nike	59	17,36
Adidas	118	9,26

Walmart не має прямої присутності в Україні, але у 2020 році вони оголосили про придбання 77 % акцій української компанії «Сільпо» (ТОВ «Сільпо»), яка є однією з найбільших роздрібних мереж в Україні. Amazon має низку послуг та продуктів, доступних для українських користувачів, але не має фізичних магазинів чи складів в Україні. Користувачі можуть користуватися онлайн-магазином Amazon та іншими послугами. IKEA має присутність в Україні та відкрила перший магазин у Києві влітку 2020 року. Це була важлива подія для ритейлу в Україні, оскільки IKEA відома своїми меблями та товарами для дому. Metro Cash & Carry, який є частиною Metro AG, також має присутність в Україні. Metro Cash & Carry – це оптовий роздрібний ритейлер, який обслуговує бізнес-клієнтів та ресторани. Watson Group: A.S. Watson Group володіє багатьма ланцюгами аптек, включаючи Watsons, які мають присутність в Україні. Watsons – це велика мережа аптек та косметичних магазинів, які пропонують товари для здоров'я і краси. Nike має присутність в Україні та продає свій спортивний одяг і взуття через різноманітні роздрібні магазини та онлайн-платформи. Adidas також має присутність в Україні і продає свій спортивний одяг та взуття через різноманітні роздрібні магазини та інтернет-магазини [10].

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Проведений аналіз показує, що відомі міжнародні ритейлери, такі як IKEA, Metro, Watsons, Nike, Adidas та інші активно працюють на українському ринку, надаючи широкий асортимент товарів і послуг. Це сприяє підвищенню конкуренції та розвитку ритейлу в Україні. Світові бренди впливають на стандарти обслуговування, логістику, маркетинг, цифровізацію української торгівлі. Їх досвід і практики переймають локальні

гравці. Прихід глобальних гігантів, зокрема відкриття ІКЕА, – важлива подія для українського ринку. Загалом, присутність світових брендів позитивно впливає на розвиток і модернізацію ритейлу в Україні.

Перспективою подальших досліджень є вивчення і апробація практик технологій брендингу світових брендів у вітчизняний ритейл.

Джерела і література

1. Бренд (Брендування) – що це таке, суть, створення, приклади. URL: <https://termin.in.ua/brend-brenduvannia/>
2. Котлер Ф., Армстронг Г. Маркетинг. Реклама. PR. Київ. Науковий Світ, 2020.
3. Росія залишиться без нічого: Понад 100 світових брендів вийшли із російського ринку (СПИСОК) URL: <https://te.20minut.ua/Podii/rosiya-zalishitsya-bez-nichogo-ponad-100-svitovih-brendiv-viyshli-iz-r-11530502.html>
4. Ротація світових брендів на українському ринку ритейлу: тенденції та прогнози. URL: <https://ua.news.ua/all-news/rotatsiya-mirovyh-brendov-na-ukrainskom-rynke-ritejla-tendentsii-i-prognozy>
5. Спонсори війни: бренди, які продовжують роботу в росії і приносять агресору чималі гроші URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/1640/sponsori-viini-brendi-yaki-prodovzuyut-robotu-v-rosii-i-prinosyat-agresoru-cimali-grosi>
6. Список світових брендів, які йдуть з російського ринку через війну РФ проти України URL: <https://vartal.com.ua/news/spisok-svitovih-brendiv-yaki-ydut-z-rosiyskogo-rinku-cherez-viynu-rf-proti-ukrayini-342344.html>
7. Світовий ритейл відкриває Україну. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/10629639-svitoviy-riteyl-vidkrivaye-ukrajinu.html>
8. Топ-20 найдорожчих брендів світового ритейлу в 2022 році URL: <https://ua-retail.com/2022/06/top-20-najdorozhchix-brendiv-svitovogo-ritejlu-v-2022-roci/>
9. Українська компанія вперше за всю історію увійшла до рейтингу 250 найбільших світових ритейлерів від «Делойт». URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/consumer-business/articles/global-powers-of-retailing-2022.html>
10. Які зарубіжні бренди вийшли на ринок України протягом минулого року. Топ-50: рейтинг найдорожчих брендів світового ритейлу в 2020 році URL: <https://rau.ua/economika/rozvitok/top-50-brendiv-v-2020-rotsi/>
11. Як розвивати бізнес під час війни. Інтерв'ю з Романом Корсаком. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/07/18/702316>
12. Spar: незламність, міжнародна підтримка України та майбутнє після перемоги. URL: <https://spar.ua/news/288>
13. Global Powers of Retailing 2021. URL: <https://www.deloitte.com/content/dam/assets-shared/legacy/docs/analysis/2022/gx-global-power-retailing-2021.pdf>
14. Global Powers of Retailing 2022. URL: <https://www.deloitte.com/content/dam/assets-shared/legacy/docs/analysis/2022/gx-global-powers-of-retailing-2022.pdf>
15. Global Powers of Retailing 2020. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/at/Documents/consumer-business/at-global-powers-retailing-2020.pdf>
16. Heding Tilde, Knudtzen Charlotte F and Bjerre Mogens) "Brand Management Research, Theory and Practice". URL: <https://www.irfia.ir/userfiles/pdf/Brand%20Management.pdf>

References

1. Бренд (Брендування) – shcho tse take, sut, stvorennia, pryklady URL: <https://termin.in.ua/brend-brenduvannia/> [in Ukrainian].
2. Kotler F., Armstrong H. Marketing. (2020) Reklama. PR. Kyiv. Naukovi Svit, [in Ukrainian].
3. Rosiia zalyshytsia bez nichoho: Ponad 100 svitovykh brendiv vyshly iz rosiiskoho rynku (SPYSOK) URL: <https://te.20minut.ua/Podii/rosiya-zalishitsya-bez-nichogo-ponad-100-svitovih-brendiv-viyshli-iz-r-11530502.html> [in Ukrainian].

4. Rotatsiia svitovykh brendiv na ukrainskomu rynku ryteilu: tendentsii ta prohnozy URL:<https://ua.news/ua/all-news/rotatsiya-mirovyh-brendov-na-ukrainskom-rynke-ritejla-tendentsii-i-prohnozy>[in Ukrainian].
5. Sponsory viŭny: brendy, yaki prodovzhuyut robotu v rosiï i prynosiat ahresoru chymali hroshi URL:<https://visitukraine.today/uk/blog/1640/sponsori-viini-brendi-yaki-prodovzuyut-robotu-v-rosii-i-prinosyati-agresoru-cimali-grosi>[in Ukrainian].
6. Spysok svitovykh brendiv, yaki ydut z rosiiskoho rynku cherez viinu RF proty Ukrainy URL:https://varta1.com.ua/news/spisok-svitovih-brendiv-yaki-ydut-z-rosiyskogo-rinku-cherez-viynu-rf-proti-ukrayini_342344.html[in Ukrainian].
7. Svitovi riteil vidkryvaie Ukrainu <https://www.unian.ua/economics/finance/10629639-svitoviy-riteyl-vidkrivaye-ukrajinu.html>[in Ukrainian].
8. Top-20 naidorozhchikh brendiv svitovoho ryteilu v 2022 rotsi URL: <https://ua-retail.com/2022/06/top-20-naidorozhchix-brendiv-svitovogo-ritejlu-v-2022-roci/>[in Ukrainian].
9. Ukrainska kompaniia vpershe za vsiu istoriiu uviishla do reitynhu 250 naibilshykh svitovykh ryteileriv vid «Deloit» URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/consumer-business/articles/global-powers-of-retailing-2022.html>[in Ukrainian].
10. Yaki zarubizhni brendy vyishly na rynek Ukrainy protiahom mynuloho roku Top-50: reitynh naidorozhchikh brendiv svitovoho ryteilu v 2020 rotsi URL: <https://rau.ua/economika/rozvitok/top-50-brendiv-v-2020-rotsi/>[in Ukrainian].
11. Yak rozvyvaty biznes pid chas viiny. Interviu z Romanom Korsakom URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/07/18/702316>[in Ukrainian].
12. Spar: nezlamnist, mizhnarodna pidtrymka ukrainy ta maibutnie pislia peremohy URL: <https://spar.ua/news/288>[in Ukrainian].
13. Global Powers of Retailing 2021 URL: <https://www.deloitte.com/content/dam/assets-shared/legacy/docs/analysis/2022/gx-global-power-retailing-2021.pdf>
14. Global Powers of Retailing 2022 URL: <https://www.deloitte.com/content/dam/assets-shared/legacy/docs/analysis/2022/gx-global-powers-of-retailing-2022.pdf>
15. Global Powers of Retailing 2020 URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/at/Documents/consumer-business/at-global-powers-retailing-2020.pdf>
16. Heding Tilde, Knudtzen Charlotte F and Bjerre Mogens) "Brand Management Research, Theory and Practice" URL: <https://www.irfia.ir/userfiles/pdf/Brand%20Management.pdf>.

Стаття надійшла до редакції 20.01.2024 р.