

Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

УДК 339.35, 339.138

Богуславський Олександр Володимирович

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри екологічного менеджменту та підприємництва
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

Boguslavskyu Oleksandr

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the
Department of Environmental Management and Entrepreneurship*

Taras Shevchenko National University of Kyiv

ORCID: 0000-0001-9168-3844

Каліновський Максим Олександрович

*магістр
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Kalinovskyi Maksym

*Master of the
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

**КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГУ «4P» ЯК ОСНОВА ЗБУТОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ
THE CONCEPT OF MARKETING "4P" AS THE BASIS OF SALES
ACTIVITIES OF ENTERPRISES IN UKRAINE**

Анотація. *Стаття присвячена особливостям застосування концепції маркетингу «4P» у діяльності компаній МакДональдз та Нова Пошта в Україні в умовах війни. Проаналізовано основні складові елементи концепції «4P» - product, price, place, promotion у стратегіях збуту цих компаній. Метою статті є дослідження впливу концепції маркетингу «4P» на збутову діяльність підприємств МакДональдз та Нова Пошта.*

Особливості застосування концепції маркетингу «4P» в Україні компанією МакДональдз наступні:

Компанія має добре впізнаваний бренд і логотип та якісну продукцію. На нашу думку, ресторанам МакДональдз в Україні варто приділити увагу впровадженню нової продукції, що є корисною для здоров'я, наприклад: свіжі салати з овочів та фруктів, натуральні лимонади. Ціни на продукцію МакДональдза в цілому є конкурентними. Зокрема, один із основних бургерів, «чізбургер стандарт» у МакДональдзі є дешевшим ніж у конкурентів. З початку повномасштабної війни в Україні компанія зупинила свою збутову діяльність в Україні більш ніж на пів року через піклування про безпеку працівників і клієнтів та повністю вийшла із ринку Росії. В Україні частково відновила свою діяльність компанія МакДональдза у вересні 2022 р., при цьому збут продукції здійснювався шляхом доставки продукції кур'єрами компанії «Glovo».

Специфіка реалізації концепції маркетингу «4P» компанією «Нова Пошта» є наступною:

Ключова відмінність доставки товарів компанії у порівнянні із конкурентами - це її швидкість, адже доставка товарів в межах України, як правило, проводиться протягом доби. Швидкість та якість надання послуг є головними причинами, через які вартість послуг Нової пошти на 30-50% вищі за вартість послуг інших компаній-конкурентів. Не дивлячись на війну в Україні, компанія намагалася не підвищувала ціни на свої послуги і підняла тарифи тільки з 1 січня 2023 р.

Отже, правильне застосування концепції маркетингу «4P» є однією із ключових стратегій провідних компаній України (Нова пошта) та світу (МакДональдз) для збільшення збуту своєї продукції та, як наслідок, отримання більших прибутків.

Ключові слова: *аналіз, стратегія, збут, конкуренція, маркетинг, підприємство, продукція, концепція маркетингу «4P».*

Summary. *The article is devoted to the peculiarities of applying the "4P" marketing concept in the activities of McDonald's and Nova Poshta in Ukraine during the war. The authors analyse the main components of the "4P" concept - product, price, place, promotion in the marketing strategies of these companies. The purpose of the article is to study the impact of the "4P" marketing concept on the sales activities of McDonald's and Nova Poshta.*

The peculiarities of application of the 4P marketing concept in Ukraine by McDonald's are as follows:

The company has a well-recognized brand and logo and high-quality products. In our opinion, McDonald's restaurants in Ukraine should pay attention to the introduction of new products that are healthy, such as fresh salads made from vegetables and fruits, natural lemonades. Prices for McDonald's products are generally competitive. In particular, one of the main burgers, the Standard Cheeseburger, is cheaper than its competitors. Since the beginning of the full-scale war in Ukraine, the company has stopped its sales activities in Ukraine for more than six months due to concern for the safety of employees and customers and completely withdrew from the Russian market. McDonald's partially resumed its operations in Ukraine in September 2022, with sales of products carried out by delivery of products by Glovo couriers.

The specifics of implementing the 4P marketing concept by Nova Poshta are as follows:

The key difference between the company's delivery of goods compared to its competitors is its speed, as delivery of goods within Ukraine is usually carried out within a day. The speed and quality of service are the main reasons why the cost of Nova Poshta's services is 30-50% higher than that of other competitors. Despite the war in Ukraine, the company tried not to raise prices for its services and raised tariffs only on January 1, 2023.

Thus, the correct application of the 4P marketing concept is one of the key strategies of leading companies in Ukraine (Nova Poshta) and the world

(McDonald's) to increase sales of their products and, as a result, generate more profits.

Key words: *analysis, strategy, sales, competition, marketing, enterprise, products, 4P marketing concept.*

Постановка проблеми. Стратегія збуту продукції – це одна із основних маркетингових стратегій підприємства, спрямована на реалізацію якнайбільшої кількості продукції із найменшими витратами. Від розробки та впровадження такої стратегії напряду залежить успішність діяльності конкретного підприємства, ось чому провідні компанії світу витрачають чималі кошти на розробку правильної та ефективної стратегії збуту своїх товарів та послуг. Абсолютна більшість провідних компаній на ринку України мали усталені стратегії та канали збуту для своєї продукції, але повномасштабна війна в Україні, що розпочалася 24 лютого 2022 року змусила компанії переглянути свої стратегії та кардинально їх змінити, пристосувавши до нових реалій життя. Наскільки успішними були ці стратегії та що вдалося змінити у підходах до стратегії збуту в умовах війни ми і розглянемо детальніше.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню збуту продукції приділяли увагу у своїх наукових працях такі відомі українські вчені як В.В. Липчук, Р.П. Дудяк, С.Я. Бугіль, Я.С. Янишин [1]. У навчальному посібнику «Маркетинг» вони дають таке визначення збуту продукції: «збут – це один із головних елементів маркетингу, який стоїть позаду таких елементів, як виявлення споживчих потреб, розробка товарів і встановлення на них відповідної ціни, налагодження системи їх ефективного стимулювання» [1]. Уважно досліджували тему збуту продукції і такі українські вчені як Л.В. Балабанова та Ю.П. Митрохіна [2]. Так, у своїй праці «Управління збутовою політикою» вони визначають збутову політику підприємства як «сукупність взаємозв'язаних елементів збутової діяльності, спрямованих на задоволення

потреб споживачів шляхом оптимального використання збутового потенціалу підприємства і забезпечення на цій основі ефективності продажу» [2].

На нашу думку, на будь-якому успішному підприємстві прикладом сукупності таких елементів може слугувати концепція маркетингу «4P», яка була вперше запропонована американським професором з маркетингу Джеромом МакКарті та описана у його праці «Basic Marketing – a managerial approach» [3]. Основна ідея цієї стратегії полягає у тому, що при плануванні маркетингової діяльності підприємства необхідно основну увагу приділяти поліпшенню товарів компанії (product), ціни на ці товари (price), місця продажу, збуту продукції (place) та просуванню товарів на обраному ринку (promotion) (рис. 1).

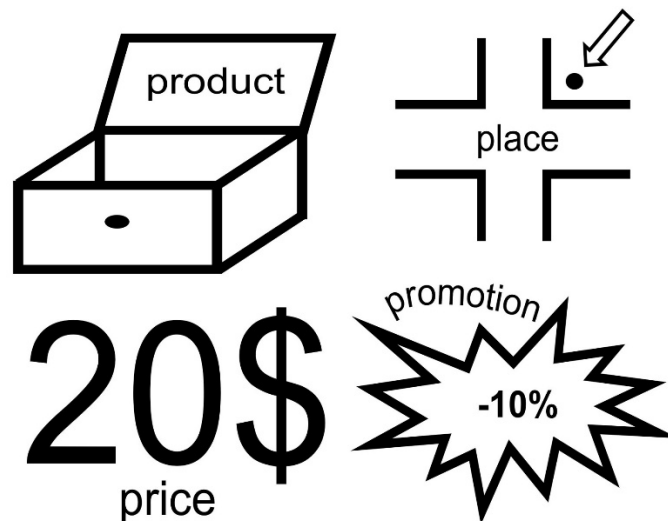


Рис. 1. Складові концепції маркетингу «4P»

Джерело: [3; 4]

Пізніше концепція маркетингу «4P» була описана одним із найвідоміших спеціалістів у сфері маркетингу всіх часів – американським економістом Філіпом Котлером [4]. Так, за словами американського фахівця із маркетингу Хайді Коен, що має ступінь магістра ділового адміністрування з маркетингу у Вищій школі бізнесу Стерна при Нью-Йоркському університеті, у своїй роботі «Marketing Management» Філіп Котлер визначив

дану концепцію маркетингу як «набір контрольованих змінних, які фірма може використовувати для впливу на реакцію покупців» [4].

З часом, на основі концепції маркетингу «4P» були розроблені концепції «5P», «6P», «7P» та «8P», у яких відповідно додавалося по одній новій категорії, необхідної для маркетингового дослідження:

- усі люди, які мають відношення до продукту компанії, як працівники, так і клієнти (people);
- позиціонування товару на ринку (positioning);
- виробничі та збутові процеси підприємств (process);
- ефективність маркетингової діяльності (performance) [4].

Проте, як і раніше, основною маркетинговою концепцією на сьогоднішній день залишається концепція «4P», і для того, щоб зрозуміти як дана концепція впливає на збутову стратегію підприємств на практиці, ми вирішили дослідити концепції маркетингу «4P» провідних компаній, що працюють в Україні – МакДональдз та Нової пошти.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Основними цілями даної статті є: 1) розкрити сутність концепції «4P» на практичних прикладах; 2) показати особливості застосування концепції «4P» у діяльності компаній МакДональдз та компанії Нова Пошта в Україні; 3) проаналізувати основні складові елементів концепції «4P» - product, price, place, promotion у збутовій діяльності компаній МакДональдз та Нова Пошта. 4) показати напрями удосконалення застосування концепції маркетингу «4P» провідними підприємствами в Україні.

Мета статті: дослідження впливу концепції маркетингу «4P» на збутову діяльність підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. МакДональдз – це одна з найбільших мереж ресторанного бізнесу у світі, яка за капіталізацією на 31 січня 2023 року займає 52 місце із показником 195.85 мільярдів доларів [5]. Компанія позиціонує себе як ресторан сімейного типу, створений для батьків

та дітей, але послугами компанії з великим задоволенням користуються і студенти, і молоді пари та бізнесмени [6].

Мережа «МакДональдз» в Україні налічує біля 100 ресторанів та може слугувати прикладом того, як послідовне дотримання концепції маркетингу «4P» допомагає залишатися компанії популярною у світі протягом багатьох років та ефективно проводити стратегію збуту своєї продукції [6].

1. Product (Продукт). Компанія має добре впізнаваний бренд та логотип, який не сплутаєш із жодною іншою компанією; продукція компанії проходить постійні перевірки на якість, що зазначено на офіційному сайті компанії [7]. До основних продуктів компанії можна віднести їжу швидкого приготування (різні види бургерів, картопля фрі), десерти (морозиво, тістечка) та напої (солодка вода та чай). Упаковка продукції МакДональдз зроблена із якісного картону в яскравих червоно-жовтих кольорах компанії. Продукцію у такій упаковці зручно тримати в руках і її легко можна покласти у сумку чи рюкзак, не замастивши при цьому речі.

Та незважаючи на високу якість продукції та хороший асортимент, на нашу думку, ресторанам МакДональдз в Україні варто приділити увагу впровадженню нової продукції, що є корисною для здоров'я, наприклад: свіжі салати з овочів та фруктів, натуральні лимонади. Таким чином, продукція МакДональдза перестане асоціюватися лише з фаст-фудом, що з часом допоможе залучити до ресторанів нові категорії споживачів.

2. Price (Ціна). Ціни на продукцію МакДональдза в цілому є конкурентними. У 2022 році у зв'язку із зростанням інфляції та економічною нестабільністю в Україні, пов'язану із війною, ціни на продукцію компанії значно виросли, але при цьому не перевищили цін на аналогічну продукцію конкурентів. Порівнюючи ціни компанії із цінами на продукцію основного конкурента на ринку України, KFC, можна зазначити, що один із основних бургерів, «чізбургер стандарт» у МакДональдзі є значно дешевшим (на 22%)

у порівнянні із конкурентом, маленька картопля фри на 5% дорожча, а напій «Кола, 0,5л» на 8% дешевший (таблиця 1).

Таблиця 1

Порівняння цін на продукцію ресторанів «McDonald's» та «KFC»

Назва продукту / Компанія	McDonald's	KFC
Чізбургер (стандарт)	60 грн	77 грн
Картопля Фрі (маленька)	41 грн	39 грн
Кола (0,5 л)	46 грн	50 грн

Джерело: складено авторами на основі цін на продукцію у додатку «Glovo» на 28.01.2023 [8]

3. Place (Місце). В Україні ресторани МакДональдз розміщені у великих містах (наприклад: Київ, Львів, Вінниця). Як правило, ресторани розташовані у центральних частинах міст, в ТРЦ, біля аеропортів, вокзалів та в місцях, де потенційні клієнти можуть припаркувати свої авто. Так, один із ресторанів МакДональдз, який розташований біля центрального залізничного вокзалу за кількістю клієнтів на рік стабільно займає друге місце у світі [6].

4. Promotion (Просування). МакДональдз постійно рекламує свої послуги у соціальних мережах, розміщує рекламу продукції на біг-бордах та банерах, проводить акції, закликає клієнтів до благодійності та стимулює продаж продукції шляхом укладання контрактів із компаніями з доставки товарів, які набули особливої популярності із часу введення карантинних обмежень пов'язаних із розвитком пандемії коронавірусу у світі.

З початку повномасштабної війни в Україні МакДональдз став однією із тих компаній, які поставили репутаційні ризики вищими за недоотриманий прибуток, адже, по-перше, компанія повністю зупинила свою збутову діяльність в Україні більш ніж на пів року, що зумовлено у першу чергу піклуванням про безпеку співробітників та потенційних

клієнтів, які б чи не кожного дня при відвідуванні даного закладу наражалися на небезпеку, пов'язаною із постійними ракетними обстрілами країни; по-друге – компанія вийшла із ринку Росії, таким чином показавши свою чітку позицію до війни, розпочатою останньою проти України [9].

Частково відновити свою діяльність компанія вирішила тільки у вересні 2022 року, відкривши декілька закладів у Києві, при цьому збут продукції здійснювався лише шляхом доставки продукції кур'єрами компанії «Glovo» [10].

На сьогоднішній день МакДональдз в Україні відновив роботу у більшості своїх закладів, що сприяє постійному зростанню кількості клієнтів і, як наслідок, прибутків компанії. Як і раніше, для збільшення збуту своєї продукції компанія багато вкладає у рекламу, проводить благодійні заходи та чітко дотримується уже зазначеної стратегії конкурентних цін.

Тепер перейдемо до розгляду концепції «4P» однієї із найуспішніших українських компаній – Нової пошти.

Нова пошта була заснована у 2001 році та на сьогоднішній день є компанією №1 на ринку доставки товарів у межах України. Важливою складовою успіху компанії стало дотримання концепції маркетингу «4P», яка детально розглянута нижче.

1. Product (Продукт). Основною послугою Нової пошти є перевезення посилок між містами України та закордон. Ключова відмінність доставки товарів компанії у порівнянні із конкурентами (наприклад, Укрпоштою) – це її швидкість, адже доставка товарів в межах України, як правило, проводиться протягом доби [11]. Для порівняння експрес доставка Укрпошти займає втричі більше часу [12]. Швидкість доставки стала особливо важливою у період повномасштабної війни в Україні, коли в найкоротші терміни необхідно було пересилати речі військовим на фронт, організувати волонтерські збори та надсилати необхідні речі людям, що стали вимушеними переселенцями.

Упаковка товарів на Новій пошті здійснюється в коробки (або конверти, якщо мова іде про надсилання, наприклад, якихось документів) з міцного картону, що скріплюються скотчем, після чого на них клеїться унікальний штрих-код, на якому зазначено номер посилки. За цим штрих-кодом клієнт може відслідковувати пересування своєї посилки країною через додаток Нової Пошти.

Останні кілька років компанія активно розвиває новий канал збуту продукції – через поштомати, яких до повномасштабної війни в Україні налічувалося 11 тисяч [11].

2. Price (Ціна). Швидкість та якість надання послуг є головними причинами, через які вартість послуг Нової пошти на 30-50% вищі за вартість послуг Укрпошти. Так наприклад, на 31 січня 2023 року вартість перевезення однієї посилки до 20 кг з розмірами 40*40*40 см з м. Київ до м. Львів Новою поштою коштувало 140 грн, у той час як Укрпоштою – 110 грн (на 27% дешевше) [11; 12].

При цьому треба зазначити, що у 2022 році, не дивлячись на війну в Україні, компанія намагалася не підвищувала ціни на свої послуги і підняла тарифи тільки з 1 січня 2023 року [13].

3. Place (Місце). Розпочавши відкриття відділень з великих міст, поступово Нова пошта почала заходити і в менші міста, СМТ та села. До повномасштабної війни в Україні кількість відділень Нової пошти перевищувала 9 тисяч. Як правило, компанія намагається відкривати відділення у добре заселених районах – в спальних кварталах, у центрах міст, біля студентських гуртожитків.

Швидке зростання кількості відділень не могло не відобразитися на якості приміщень, взятих компанією в оренду. Такі приміщення часом бувають непрезентабельними на початку роботи нових відділень, що може справляти негативне враження на клієнтів. І хоча з часом Нова пошта

приводить такі приміщення до ладу, на нашу думку, важливо звертати на це увагу із самого початку роботи відділень.

4. Promotion (Просування). Компанія постійно рекламує свої послуги в інтернеті, має свій канал на ютубі, де розповідає про роботу персоналу, регулярно проводяться акції на послуги компанії, а з початку війни в Україні у 2014 році компанією було створено «Гуманітарну пошту», якою безкоштовно могли користуватися благодійні фонди та волонтерські організації [11].

На сьогоднішній день, незважаючи на війну в Україні та втрату цілого ряду відділень на території України, що потрапили під окупацію, Нова пошта продовжує успішно вести свій бізнес, а ефективне застосування концепції «4P» допомогли Новій Пошті уже в липні 2022 року досягти 90% від довоєнного рівня збуту своїх послуг (відправлень) [14].

Висновки. Таким чином, підсумовуючи все вище сказане, можна з упевненістю сказати, що правильне застосування концепції маркетингу «4P» є однією із ключових стратегій провідних компаній України (Нова пошта) та світу (МакДональдз) для збільшення збуту своєї продукції та, як наслідок, отримання більших прибутків.

Чітке дотримання даної концепції допомагає компаніям показувати високі результати навіть в умовах війни в Україні та спричиненою війною економічної кризи, а ретельне ставлення та розвиток кожного із критеріїв концепції «4P» є ключовим у подальшому збуті товарів та послуг цими компаніями.

Враховуючи те, що тисячі підприємств в Україні через війну зіткнулися із проблемою збуту своєї продукції, досвід застосування концепції «4P» такими компаніями як МакДональдз та Нова пошта буде дуже корисним для українських підприємців та може допомогти вирішити наявні у їхньому бізнесі проблеми збуту товарів та послуг.

Дискусія. Напрямами подальших досліджень можуть бути вивчення можливостей та особливостей застосування концепцій «5P», «6P», «7P» та «8P» українськими підприємствами в умовах війни.

Також актуальними у світовій практиці підприємництва є створення нових концепцій маркетингу типу nP та їх подальше ефективне застосування.

Література

1. Липчук В. В. Маркетинг: навч. пос. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль, Я. С. Янишин. Львів: «Магнолія 2006», 2012. 456 с. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/36599-65-formuvannya-strateg-zbutu-tovarv-u-sistem-tovaroprosuvannya.html>
2. Балабанова Л.В., Митрохіна Ю.П. Управління збутовою політикою. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 240 с. URL: https://pidru4niki.com/10561127/marketing/zbutova_politika_sistemi_marketingovogo_menedzhmentu_pidpriyemstva
3. Doyle Ch. A Dictionary of Marketing, 2011. URL: <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20110803100143321;jsessionid=44C536E255EFF97437DAABF03533F68F>
4. «4Ps Of Marketing Mix: The Best Guide To Show You How To Triumph», article by Heidi Cohen, 15.07.2021. URL: <https://heidicohen.com/four-ps-of-marketing-mix/>
5. Market capitalization of McDonald. URL: <https://companiesmarketcap.com/mcdonald/marketcap/>
6. Інтерв'ю директора з маркетингу компанії «МакДональдз Україна» Ольгою Васильєвою виданню «Delo.ua» від 21.02.2020. URL: <https://delo.ua/business/makdonaldz-bilshe-50-rokiv-zajmaje-liderski-poz-364928/>

7. Офіційний сайт «МакДональдз Україна». URL:
<https://www.mcdonalds.com/ua/uk-ua.html>
8. Онлайн-додаток компанії з доставки товарів «Glovo» в Україні. URL:
<https://glovoapp.com/ua/>
9. «Так і не пішли з Росії. Як міжнародні компанії підтримують війну в Україні», стаття New Voice від 30.12.2022. URL:
<https://nv.ua/ukr/opinion/viyna-v-ukrajini-yaki-kompaniji-pishli-z-rosiji-makdonalds-ostanni-novini-50271210.html>
10. «В Україні запрацював McDonalds. Сотні замовлень зламали систему», стаття «BBC News Україна» від 20.09.2022. URL:
<https://www.bbc.com/ukrainian/news-62969223>
11. Офіційний сайт «Нова Пошта». URL: <https://novaposhta.ua>
12. Офіційний сайт «Укрпошта». URL: <https://www.ukrposhta.ua>
13. ««Нова пошта» змінює тарифи: що буде із цінами з 1 січня», стаття ФОКУС від 02.01.2023. URL: <https://focus.ua/uk/economics/543460-nova-poshta-menyayet-tarify-cho-budet-s-cenami-s-1-yanvarya>
14. «Війна практично зупинила e-commerce. Наразі показники сягнули 90% до довоєнних. Як це вдалося», стаття керівника відділу маркетингових досліджень Нової пошти Сергія Кравченко для Liga.net від 05.10.2022. URL: <https://rau.ua/novyni/nova-poshta-ecommerce/>

References

1. Lypchuk V. V. *Marketynh: navch. pos.* / V. V. Lypchuk, R. P. Dudiak, S. Ya. Buhil, Ya. S. Yanyshyn. Lviv: «Mahnoliia 2006», 2012. 456 s. URL:
<https://westudents.com.ua/glavy/36599-65-formuvannya-strateg-zbutu-tovarv-u-sistem-tovaroprosuvannya.html>
2. Balabanova L.V., Mytrokhina Yu.P. *Upravlinnia zbutovoioi politykoioi.* Navch. posib. K.: Tsentr uchbovoi literatury, 2011. 240 s. URL:

https://pidru4niki.com/10561127/marketing/zbutova_politika_sistemi_marketingovogo_menedzhmentu_pidpriyemstva

3. Doyle Ch. A Dictionary of Marketing, 2011. URL: <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/oi/authority.20110803100143321;jsessionid=44C536E255EFF97437DAABF03533F68F>
4. «4Ps Of Marketing Mix: The Best Guide To Show You How To Triumph», article by Heidi Cohen, 15.07.2021. URL: <https://heidicohen.com/four-ps-of-marketing-mix/>
5. Market capitalization of McDonald. URL: <https://companiesmarketcap.com/mcdonald/marketcap/>
6. Interviu dyrektora z marketynhu kompanii «MakDonaldz Ukraina» Olhoiu Vasylievoiu vydanniu «Delo.ua» vid 21.02.2020. URL: <https://delo.ua/business/makdonaldz-bilshe-50-rokiv-zajmaje-liderski-poz-364928/>
7. Ofitsiinyi sait «MakDonaldz Ukraina». URL: <https://www.mcdonalds.com/ua/uk-ua.html>
8. Onlain-dodatok kompanii z dostavky tovariv «Glovo» v Ukraini. URL: <https://glovoapp.com/ua/>
9. «Tak i ne pishly z Rosii. Yak mizhnarodni kompanii pidtrymuiut viinu v Ukraini», stattia New Voice vid 30.12.2022. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/viyna-v-ukrajini-yaki-kompaniji-pishli-z-rosiji-makdonalds-ostanni-novini-50271210.html>
10. «V Ukraini zapratsiuvav McDonalds. Sotni zamovlen zlamaly systemu», stattia «BBC News Ukraina» vid 20.09.2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-62969223>
11. Ofitsiinyi sait «Nova Poshta». URL: <https://novaposhta.ua>
12. Ofitsiinyi sait «Ukrposhta». URL: <https://www.ukrposhta.ua>

13. ««Nova poshta» zminiuiet taryfy: shcho bude iz tsinamy z 1 sichnia», stattia FOKUS vid 02.01.2023. URL: <https://focus.ua/uk/economics/543460-nova-poshta-menyaet-taryfy-cho-budet-s-cenami-s-1-yanvary>
14. «Viina praktychno zupynyla e-commerce. Narazi pokaznyky siahnuly 90% do dovoiennykh. Yak tse vdalosia», stattia kerivnyka viddilu marketynhovykh doslidzhen Novoi poshty Serhii Kravchenko dlia Liga.net vid 05.10.2022. URL: <https://rau.ua/novyni/nova-poshta-ecommerce/>