

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Сумський державний університет**

**Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту**

**Кафедра маркетингу**

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Тетяна ПІМОНЕНКО  
(підпис)

\_\_\_\_\_ 2023 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня магістр**

зі спеціальності 075 Маркетинг, освітньо-професійної програми «Маркетинг»  
на тему: **Цифрові маркетингові стратегії підвищення конкурентоспроможності та промоції торговельних платформ у Інтернет-середовищі**  
Здобувача (ки) групи МК.м-21 Калініна Миколи Володимировича

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

\_\_\_\_\_

(підпис)

Микола КАЛІНІН

Керівник старший викладач, к.е.н. Євгенія ЗЯБІНА

\_\_\_\_\_

(підпис)

**Суми – 2023**

## Анотація

Дипломна робота містить – 34 стор., 3 розділи, 11 рис., 6 табл., використано – 23 джерела літератури.

Об'єкт дослідження – ринок агропромислового комплексу України (мінеральні добрива).

Мета даної роботи – дослідження особливостей просування через торговельні платформи в Інтернет-середовищі та можливих цифрових маркетингових стратегій для підвищення конкурентоспроможності.

Задля поставленої мети використано такі методи: порівняльний, бібліометричний, аналіз цитувань, дослідження сучасних методів та рекомендації вдалих інструментів для просування через торговельні платформи підприємства агропромислового уомплксу України.

У розділі 1 «Теоретико-методичні аспекти просування на торгівельних платформах у інтернет середовищі» розглянуто сфери, динаміка, країни, автори, тематики досліджень щодо просування через торговельні платформи.

У розділі 2 «Особливості просування підприємства на торговельних платформах у інтернет-середовищі» розглянуто види торговельних платформ, переваги і недоліки, критерії вибору платформ, найпопулярніші торговельні платформи в Україні, торговельні платформи в агробізнесі та їх особливості.

У розділі 3 «Підвищення конкурентоспроможності підприємства через просування на торговельних платформах» проаналізовано присутність компанії ТОВ «Агротрейд НД» в інтернет-середовищі, здійснено вибір торговельних платформ та розроблено рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: МАРКЕТИНГ, ТОРГОВЕЛЬНІ ПЛАТФОРМИ, ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩЕ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, МАРКЕТПЛЕЙСИ.

## **Annotation**

The thesis contains 34 pages, 3 chapters, 11 figures, 6 tables, 23 literature sources are used.

The object of the study is the market of the agro-industrial complex of Ukraine (mineral fertilizers).

The purpose of this work is to study the features of promotion through trading platforms in the Internet environment and possible digital marketing strategies to increase competitiveness.

The following methods were used for the purpose: comparative, bibliometric, citation analysis, research of modern methods and recommendations of successful tools for promotion through trading platforms of enterprises of the agro-industrial complex of Ukraine.

Chapter 1 "Theoretical and methodological aspects of promotion on trading platforms in the Internet environment" examines the spheres, dynamics, countries, authors, topics of research on promotion through trading platforms.

Chapter 2 "Peculiarities of enterprise promotion on trading platforms in the Internet environment" examines types of trading platforms, advantages and disadvantages, platform selection criteria, the most popular trading platforms in Ukraine, trading platforms in agribusiness and their features.

Chapter 3 "Increasing the competitiveness of the enterprise through promotion on trading platforms" analyzed the presence of Agrotrade ND LLC in the Internet environment, selected trading platforms and developed recommendations for increasing the competitiveness of the enterprise.

Keywords: **MARKETING, TRADING PLATFORMS, INTERNET ENVIRONMENT, COMPETITIVENESS, MARKETPLACES.**

## ЗМІСТ

Вступ.....	5
Розділ 1. Теоретико-методичні аспекти просування на торговельних платформах у інтернет середовищі .....	6
Висновки до розділу 1. ....	11
Розділ 2. Особливості просування підприємства на торговельних платформах у інтернет-середовищі.....	12
2.1. Види торговельних платформ.....	12
2.2. Найпопулярніші торговельні платформи в Україні .....	13
2.3. Торговельні платформ в агробізнесі .....	17
Висновки до розділу 2. ....	21
3. Підвищення конкурентоспроможності підприємства через просування на торговельних платформах .....	23
3.1. Опис підприємства ТОВ «Агротрейд НД» .....	23
3.2. Аналіз присутності компанії ТОВ «Агротрейд НД» в інтернет-середовищі .....	24
3.3. Вибір торговельних платформ в інтернет-середовищі для підвищення конкурентоспроможності та промоції та рекомендації.....	25
Висновки до розділу 3 .....	31
Висновки .....	32
Список літератури.....	34

## ВСТУП

Нині, коли в інтернеті можна знайти та продати / купити будь-який товар чи послугу, торговельні платформи в інтернеті стають все більш популярними як серед продавців, так і покупців. Продаж товарів через маркет-плейси, праси-агрегатори, товарні рекламні мережі, дошки оголошень – це вигідно та зручно для усіх учасників угоди. Актуальність роботи полягає в тому, що в той час як для товарів широкого вжитку просування через торговельні площадки дуже поширене, то підприємства аграрного сектору ще недостатньо використовують даний функціонал.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей просування через торговельні платформи в Інтернет-середовищі та можливих цифрових маркетингових стратегій для підвищення конкурентоспроможності.

Завданнями роботи є:

- проведення бібліометричного аналізу просування на торгівельних платформах у Інтернет-середовищі;
- дослідження особливостей просування підприємства на торгівельних платформах у інтернет-середовищі;
- аналіз присутності компанії агропромислового комплексу в інтернет-середовищі;
- розроблення рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства через просування на торговельних платформах.

Об'єктом дослідження є ринок агропромислового комплексу України (мінеральні добрива).

Предметом дослідження є особливості просування продуктів компанії на торговельних платформах.

У процесі написання роботи використовувалися методи: загальнонаукові і маркетингові методи, такі як статистичний, порівняння, бібліометричний.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ПРОСУВАННЯ НА ТОРГІВЕЛЬНИХ ПЛАТФОРМАХ У ІНТЕРНЕТ СЕРЕДОВИЩІ

Дослідженню торговельних платформ присвячено більше 9000 наукових публікацій в Scopus. Із них близько 3400 публікацій (статті та тези доповідей), опублікованих англійською мовою та у відкритому доступі.

Сфери досліджень, в яких опубліковано найбільше робіт представлені на рис. 1.1.

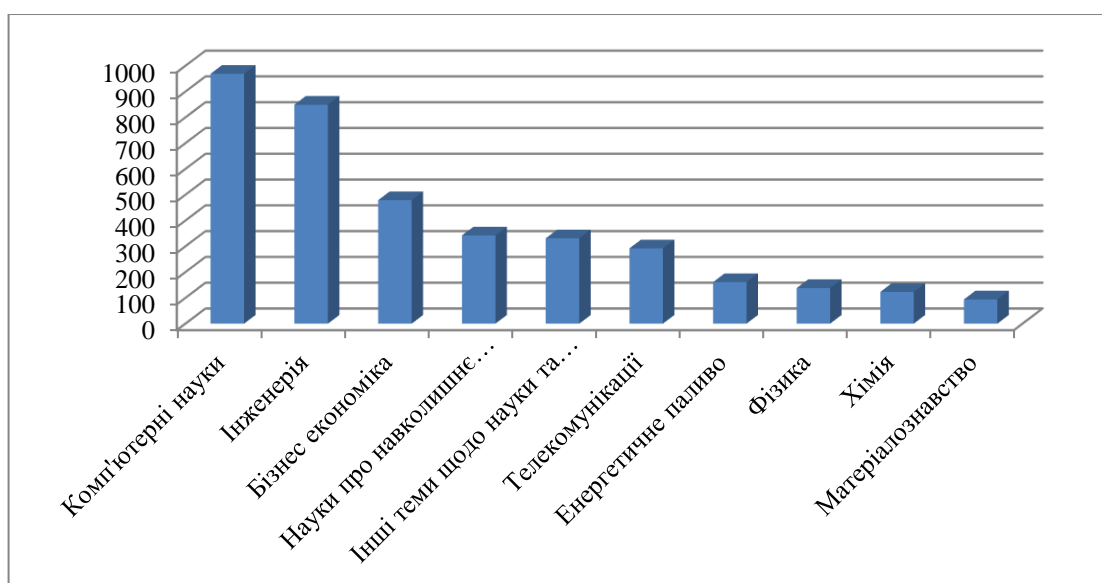


Рисунок 1.1 – Топ-10 сфер досліджень щодо торговельних платформ

Більшість публікацій проведено в сфері комп'ютерних наук та інженерії. В сфері бізнес-економіки опубліковано до 500 робіт. Також велика кількість робіт присвячена навколишньому середовищу, науці та техніці, телекомунікаціям, енергетичному паливу, фізиці, хімії та матеріалознавству.

Інтерес до торговельних платформ зростає щороку (рис. 1.2).

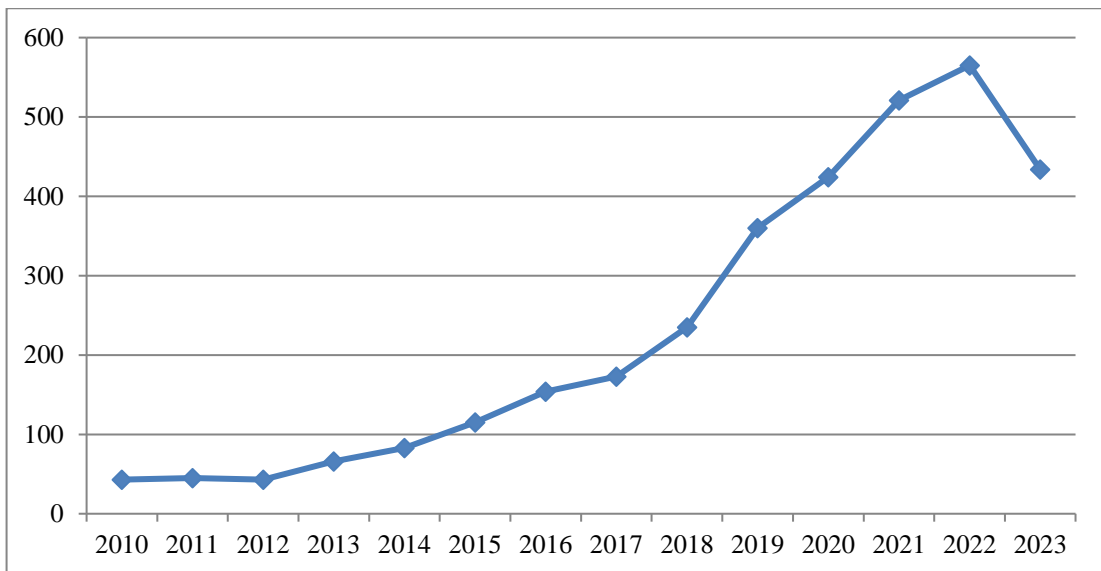


Рисунок 1.2 – Динаміка досліджень щодо торгівельних платформ протягом 2010-2023 років

Так, у 2022 році було опубліковано 565 робіт, що в 13 разів більше, ніж в 2010 році. Це свідчить про науковий інтерес до даної тематики. Значне зростання розпочалось в 2017 році і з тих пір спостерігається суттєвий приріст в кількості публікацій.

Автори більше 100 країн світу цікавляться торгівельними платформами. Науковці 10 країн, які опублікували найбільше досліджень представлені на рисунку 1.3.

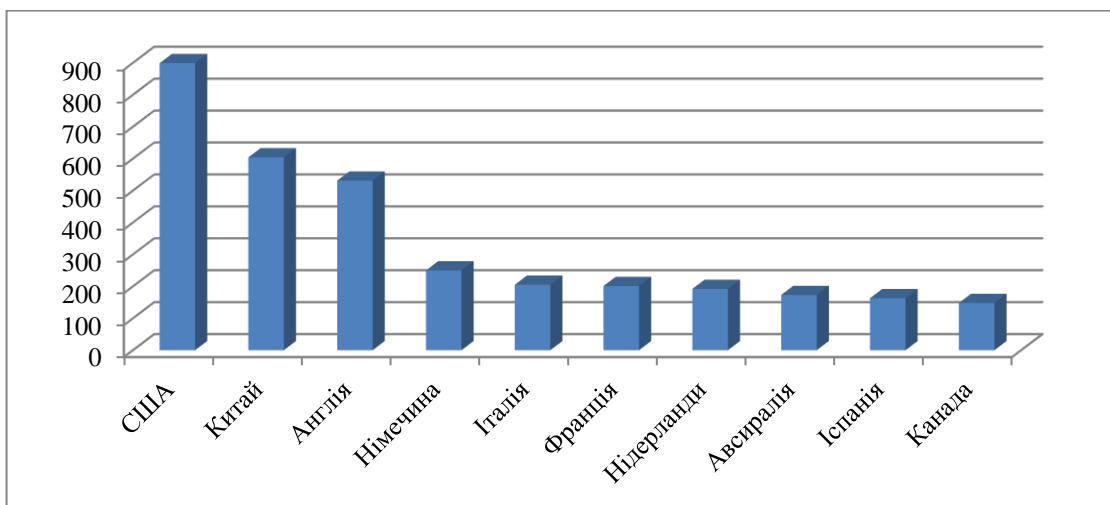


Рисунок 1.3 – Топ-10 країн, авторів досліджень щодо торгівельних платформ

Як видно з рис. 1.3, найбільше робіт опублікували науковці з США, Китаю та Англії. Вони разом провели більше 2000 досліджень. Також багато досліджень опублікували науковці з Німеччини, Італії, Франції, Нідерланд, Австралії, Іспанії та Канади. При цьому у науковців з України майже немає публікацій з даної тематики.

Тисячі авторів проводять дослідження щодо торгівельних платформ. Автори найбільшої кількості публікації щодо торгівельних платформ представлені на рис. 1.4

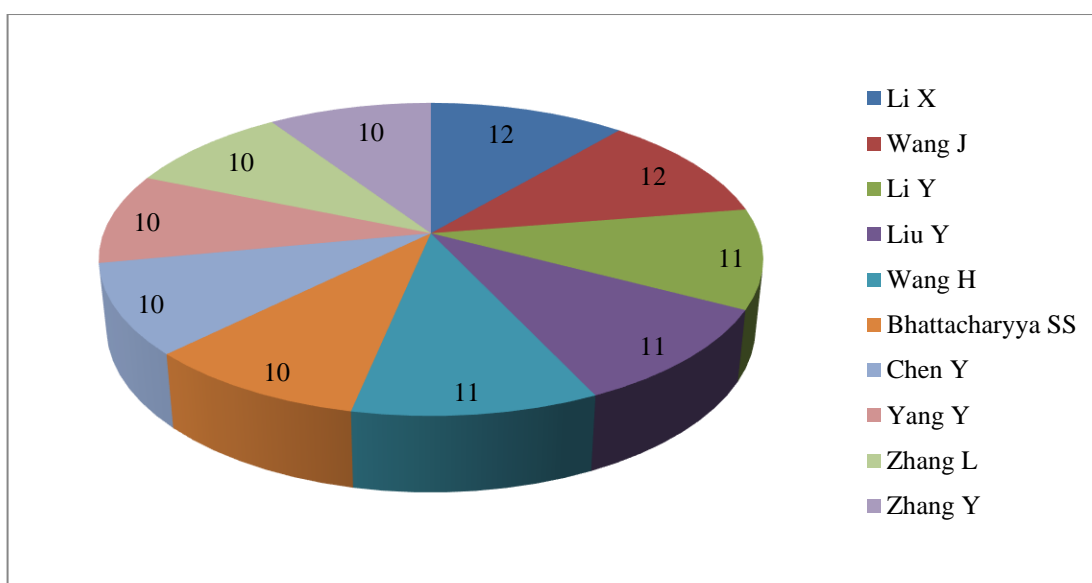


Рисунок 1.4 – Топ-10 авторів досліджень щодо торгівельних платформ

Як видно з рис. 1.4, 10 авторів опублікували по 10-12 робіт кожен. А всього більше 13000 дослідників по всьому світу займаються дослідженнями щодо торгівельних платформ.

Роботи опубліковані у 275 видавців. При цьому найбільше робіт опубліковано у 10 видавців, представлених на рис. 1.5. Вони разом опублікували майже 2500 робіт, що становить майже третину усіх надрукованих статей з даної тематики.



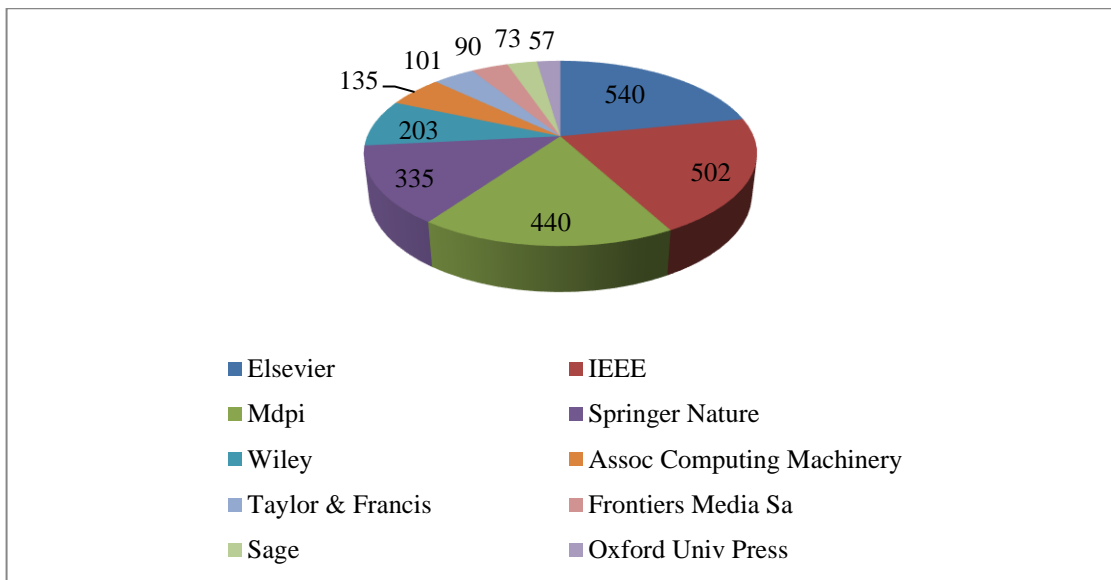


Рисунок 1.5 – Топ-10 видавців досліджень щодо торгівельних платформ

Як видно з рис. 1.5, найбільшими видавцями є Elsevier, IEEE, MDPI, Springer Nature. Вони разом надрукували майже 2000 наукових робіт.

Публікації щодо торгівельних платформ процитовані 56,5 тисяч разів. В середньому кожна стаття процитована 18 разів.

В результат аналізу 1000 найцитованіших публікацій було визначено ключові слова, які зустрічаються найчастіше. Вони утворюють п'ять груп запитів.

Як видно з рис. 1.6, найбільше запитів стосуються управління, моделей, продуктивності, інформації, конкуренції, оптимізації, інновації, ринку, системи, попиту тощо, а також роботі на фінансових ринках (блокчейн, трейд-ін). Частина ключових слів стосується сталого розвитку (відновлювальна енергія, мікросітки, інтернет речей, вода тощо).

На рисунку 1.7. представлено динаміку ключових слів щодо торгівельних платформ протягом 2014-2020 років.

Як видно з рисунку 1.7, якщо в 2014 роках найбільше ключових слів стосувалося переважно алгоритмів, прийняття рішень, дизайну, торгівлі, знань, міжнародної торгівлі, продуктивності, то в 2020 році ключові слова були такі: мікросітки, відповідь на вимогу, блокчейн, канали, координація, глибинне навчання тощо.

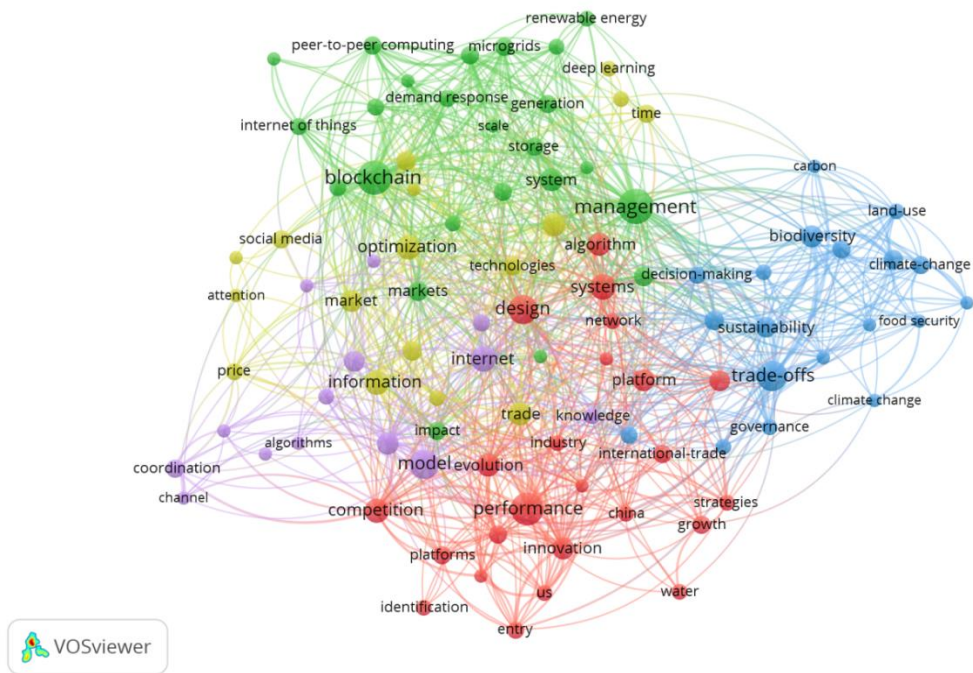


Рисунок 1.6 – Аналіз ключвих слів щодо торгівельних платформ

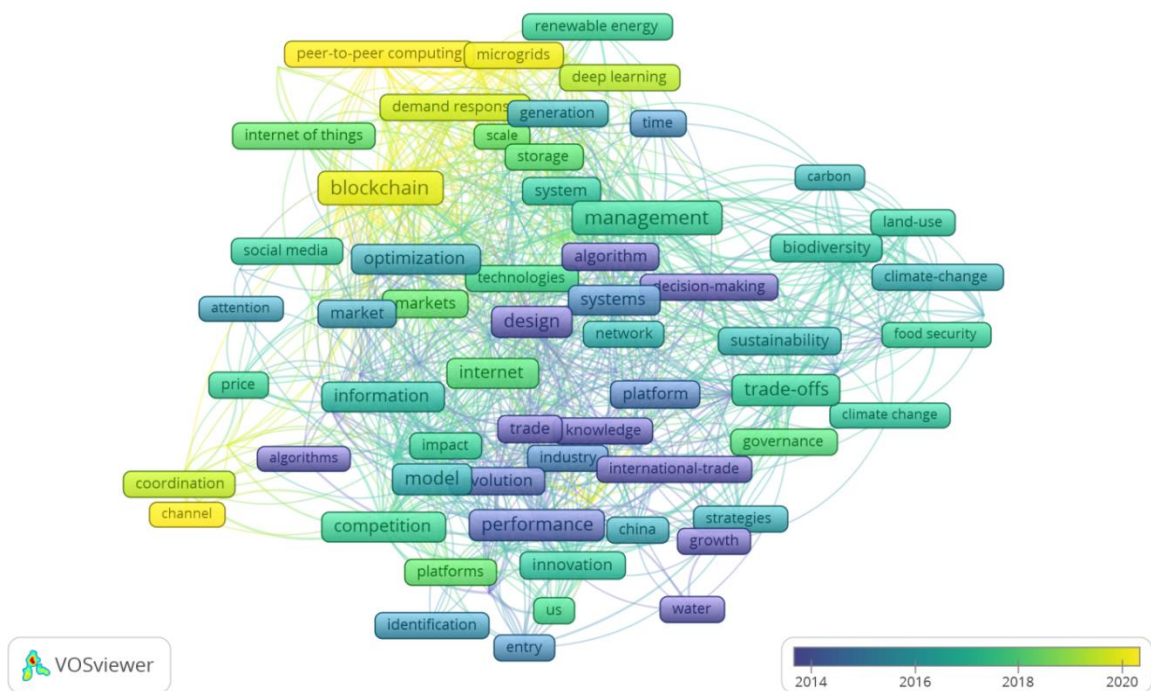


Рисунок 1.7 – Динаміка зміни ключових слів щодо торгівельних платформ протягом 2014-2020 років

Таким чином, спостерігається зростаючий науковий інтерес до використання торговельних платформ при просуванні.

## Висновки до розділу 1.

Дослідженню торгівельних платформ присвячено більше 9000 наукових публікацій. Інтерес до торгівельних платформ зростає щороку. Тисячі авторів проводять дослідження щодо торгівельних платформ. Вони є представниками більше 100 країн світу. Роботи опубліковані у 275 видавців. Публікації щодо торгівельних платформ процитовані 56,5 тисяч разів. В середньому кожна стаття процитована 18 разів. Найбільше запитів стосуються управління, моделей, продуктивності, інформації, конкуренції, оптимізації, інновації, ринку, системи, попиту тощо, а також роботі на фінансових ринках (блокчейн, трейд-ін). Частина ключових слів стосується сталого розвитку (відновлювальна енергія, мікросітки, інтернет речей, вода тощо). В 2020 році ключові слова були такі: мікросітки, відповідь на вимогу, блокчейн, канали, координація, глибинне навчання тощо. Все це свідчить про значний інтерес до тематики.

## РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПЛАТФОРМАХ У ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ

### 2.1. Види торговельних платформ

Торгова платформа – це програмне забезпечення, яке встановлюється на комп'ютер чи мобільні пристрої. Призначення торгового терміналу – аналіз ринку, здійснення угод та контроль відкритих позицій. Маркетплейси є також різновидом торгових платформ.

*При виборі платформи важливі критерії [1]:*

Функціональність – здійснення усіх необхідних операцій для продажу та комунікації з клієнтами.

Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс – щоб не витратити забагато часу на роботу з платформою та не відштовхувати клієнтів складністю платформи.

Легкість роботи з платформою – в ершу чергу, це зручність працювати на платформі.

*Розрізняють декілька видів торгових платформ [1]:*

- десктопна – передбачає встановлення на комп'ютер;
- браузерна – не потребує встановлення, відривається в браузері;
- мобільна – встановлюється на Android або iOS.

*Можна виділити такі переваги торгових платформ [1–2]:*

– власники торговельних платформ витрачають значні кошти на рекламу своїх платформ та залучають сотні тисяч клієнтів на свої сайти;

– їх можна використовувати як додатковий канал продажу власних інтернет-магазинів, сайтів;

– відсутність великих вкладень на початку роботи з платформою;

– спрощені умови для початку роботи;

– зручні умови співпраці як для продавця, так і для покупця;

– впізнаваність торговельної платформи серед покупців; можливості використовувати технідтримку, концентри, служби доставки платформи.

*Однак є і недоліки [2]:*

- власну маркетингову стратегію використовувати неможливо;
- умови співпраці з торгівельною платформою досить жорсткі, є ризик, що компанію видалять з каталогу;
- комісія за продажі досить висока;
- ймовірність повторних продажів у даної компанії низька;
- можливості прямих продажів досить обмежені;
- функціональність та ідентичність усіх сторінок платформи однакова;
- вимоги до контенту на платформі також досить жорсткі.

Таким чином, торгові платформи допомагають компаніям збільшувати обсяги продажів та забезпечують присутність в Інтернет-середовищі та можуть стати складовою стратегії підвищення конкурентоспроможності.

## 2.2. Найпопулярніші торговельні платформи в Україні

В Україні є величезна кількість торговельних платформ, які дозволяють організувати торгівлю через інтернет. Розглянемо найпопулярніші в більшості сферах.

### **Rozetka [3–4].**

Вони продають товари як самостійно, так і дозволяє використовувати свою платформу іншим.

В місяць відвідується 30 млн користувачами за місяць

Є можливість продати різноманітні категорії товарів.

Є заборонені категорії, є категорії, що потребують надання додаткових дозвільних документів.

Компанія, що розміщується на Розетці сплачує щомісячний внесок 120 гривень та додаткову комісію з кожного проданого товару.

Доступна контекстна, таргетована та банерна реклама на Розетці для просування своїх послуг.

Має бути інша назва інтернет-магазину та інший логотип.

Ціна не може бути вищою за ту, яка представлена на власному сайті.

Є послуги фулфілмента, коли товари зберігаються на складі Розетка і вони самостійно організовують доставку.

Платформа співпрацює з юридичними та фізичними особами II та III групи.

Є доставка партнерів до пунктів видачі Розетка

Можна створити власну сторінку на сайті Розетка.

**Prom.ua** [3]

На платформі продається більше 100 млн товарів.

В місяць відвідує 40 млн користувачів.

На платформі дуже велика конкуренція.

На тиждень надається безкоштовно доступ до усіх можливостей платформи, далі необхідно або перейти на платний пакет, або обмежений безкоштовний. Якщо у компанії до 1000 товарів, то річна вартість платного пакету складе 5900 грн.

Створюється повноцінний окремий сайт, де крім товарів можуть бути інші вкладки: про компанію, умови продажу та доставки, акції, блог тощо.

Клієнти можуть скористатися внутрішньою рекламою у товарному каталозі. Оплата здійснюється за моделями CPC та CPA (оплата за клік та за оформлення замовлення). Також є контекстна та товарна реклама для залучення покупців за межами платформи.

Є проблема з негативними фейковими відгуками – компанії самостійно не можуть їх видалити, вартість просування на платформі з кожним роком дорожчає.

**Епіцентр** [3–4].

Як торговельний майданчик почав працювати лише в 2020 році.

В 2021 році продавалося 700 тис. позицій товарів від інших компаній

В місяць відвідує 20 млн користувачів.

На даний час відносно низька конкуренція в багатьох сферах.

Для початку роботи необхідно сплатити 1100 грн. 100 грн знімається як щомісячна абонентська плата, решта буде списуватися для оплати комісій за замовлення. Комісія складає 10–20%, найчастіше 15%.

На ранжування товарів в каталозі впливає кількість продажів у компанії, відсоток відмов. Використовується контекстна та товарна реклама для просування товарів.

Не можна продавати товар, який вже продає сам Епіцентр.

Інструменти для внутрішнього просування відсутні.

Платформа співпрацює з юридичними особами та ФОП II та III групи.

Можна створити власну сторінку на сайті Епіцентр.

Є послуги кол-центру та обробки замовлень платформою.

**Bigl.ua** – продукт Prom.ua [3].

Користувачі, що реєструються та платно розміщуються на Prom.ua, можуть ще додатково просуватися на Bigl.ua.

В місяць відвідує 10 млн користувачів.

При цьому має бути не менше 80% позитивних відгуків та не більше 15% скасованих.

Служба якості платформи може самостійно видалити товари, по яким багато скарг покупців.

Складно модерувати фейкові негативні відгуки.

Платформа страхує всі покупки на 5000 грн для підвищення довіри покупців.

**Zakupka** [3].

В місяць відвідує 2 млн користувачів.

Компанія платить лише за кліки по своєму товару, є можливість посліг зі створення чи оптимізації контенту від спеціалістів, залежно від тарифного пакету (імпорт товарів, розсорткування товарів по каталогу, внутрішня SEO-оптимізація, налаштування додаткового трафіку, додавання товарів тощо).

Середня ціна кліку 1,4 грн. Можна обмежити максимальну ціну показу та регіон для просування.

Є можливість створити повноцінний сайт на платформі, ціна пакету складає 5400 грн.

### **OLX [3–4].**

Він працює переважно як дошка оголошень, тим не менш є можливість продавати товари.

В місяць відвідує 60 млн користувачів.

Є можливість створити онлайн-магазин для продажів.

Компанія може придбати пакет оголошень.

Ціна за 50 оголошень може бути такою: 849 грн - бізнес-сторінка, статистика оголошень на 60 днів; 1239 грн - бізнес-сторінка, 3 підняття в топ для кожного оголошення, особистий дизайн сторінки оголошень, статистика на 90 днів; 1379 грн - бізнес-сторінка, 3 підняття в топ для кожного оголошення, особистий дизайн сторінки оголошень, статистика на 90 днів, можливість розміщення товарів у декількох категоріях.

За відсутності оплати більше 30 днів сторінка компанії видаляється.

Пакет діє лише для однієї категорії товарів.

Є «OLX-доставка» та «OLX PRO» для бізнесу.

Порівняльна характеристика даних платформ представлена в табл. 2.1.

Таким чином, торговельні платформи – це додаткові канали продажу для клієнтів. Однак кожен із них має свої специфічні вимоги, які потрібно враховувати в роботі. При цьому платформи залучають значний трафік, і може збільшити прибуток компанії. Крім того є платформи, де є безкоштовне розміщення з обмеженим функціоналом, що дозволяє навчитися працювати на платформі, оцінити обсяги трафіку та зробити висновки про доцільність розміщення на платній основі.



Таблиця 2.1 – Порівняльна характеристика популярних торговельних платформ в Україні [3–4]

Показник	Rozetka	Пром.юа.	Епіцентр	Zakupka	OLX
Кількість відвідувачів в місяць	40 млн	50 млн	20 млн	2 млн	70 млн
Кількість товарів	До 4 млн	100 млн	700 000	6 млн	12 млн
Кількість продавців	10 000	60 000	3500	2500	500000
Ціна участі	100 грн щомісячно, 2-25% від продажу	500-1000 грн щомісячно (розміщення та просування)	1100 грн аванс, 100 грн щомісячно, 10-20% від продажу	Від 1500 / місяць (включає від 1000 показів оголошення)	Оголошення безкоштовно, від 849 грн просування
Можливості безкоштовної роботи	-	7 днів	-	7 днів	+
Рекламні можливості	Контекстна, таргетована, банерна реклама, участь у промо-акціях	ProSale – оплата за покази	Контекстна реклама на категорію, участь у акціях	Контекстна реклама з оплатою за клік, контент від спеціалістів	Банерна реклама, підняття вгору, топ- і вір-оглошення

### 2.3. Торговельні платформи в агробізнесі

Агронайзер ([agronizer.ua](http://agronizer.ua) [5]) – торговельна агроплатформа, яка дозволяє підприємствам в сфері аграрного бізнесу знаходити закупників, відслідковувати зміни на ринку, та зміни цін на свою продукцію.

Цільовими аудиторіями торгової платформи є закупники сільгосппродукції, іноземні закупники, постачальники добрив та постачальники палива.

Головна мета порталу – надання аграрним підприємствам доступ до уїєї необхідної для них інформації та забезпечення комфортної та ефективної роботи.

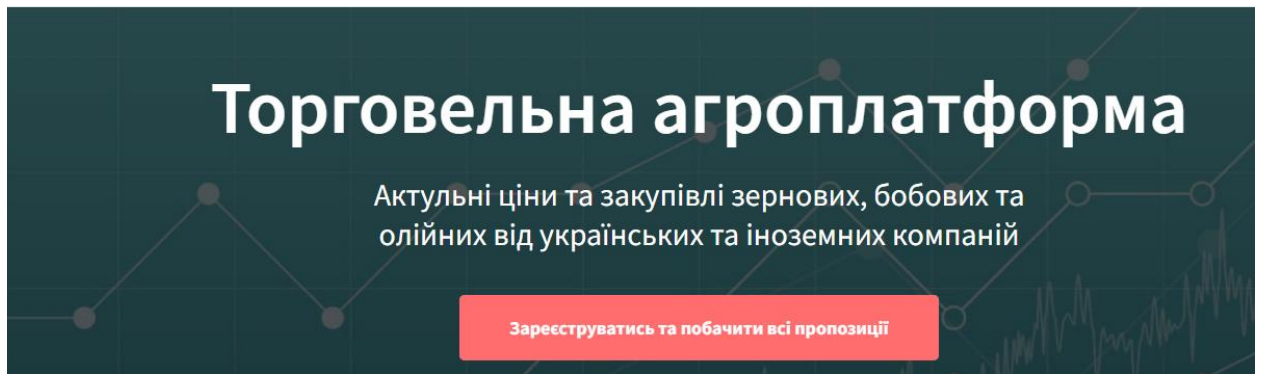


Рисунок 2.1 – Інтерфейс платформи Агронайзер [5]

Перевагами платформи є те, що вона має зручний, інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, адаптована під мобільні пристрої, є можливість зв'язатися з технічною підтримкою після реєстрації. На ній розміщується актуальна інформація, зручно знаходити компанії в своєму регіоні, є декілька форм зв'язку з компаніями: по телефону та через заявку на сайті.

Платформа має два пакети: безкоштовний та платний. Безкоштовний пакет включає можливість розміщувати продажі та закупівлі, а платний – переглядати ціни та звіти. Ціна платного пакету варіює від 300 грн за місяць до 3000 грн за рік. Може зареєструватися лише юридична особа.

Основними напрямками діяльності платформи є інформація щодо:

- продажів та постачання мінеральних добрив;
- закупівель та продажів сільськогосподарської продукції;
- продажів та постачання палива.

Клієнтами платформи є:

- дослідні підприємства;
- фермерські господарства;
- сільськогосподарські кооперативи;
- аграрні підприємства та холдинги

Агроторг ([agrotorg.net](http://agrotorg.net) [6]) – торговельний агро-портал України, що працює на ринку з 2005 року. Він спрямований на те, щоб допомогти купити

чи продати будь-яку продукцію агропромислового комплексу України: від зерна та овочів до елеваторів, комбайнів та багато іншого.

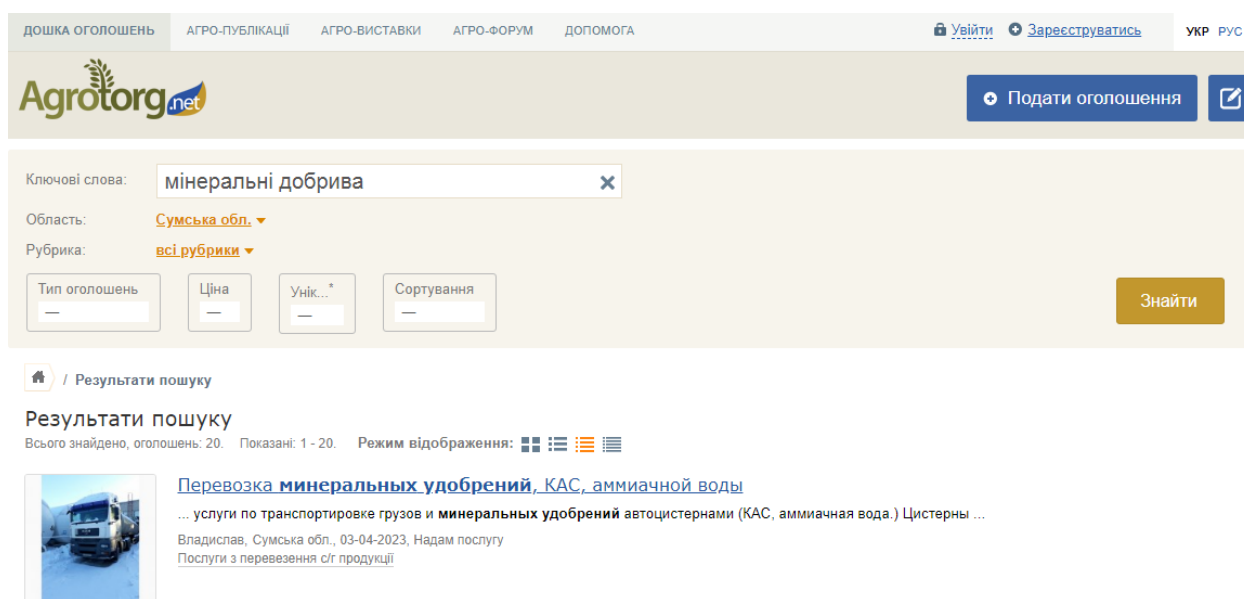


Рисунок 2.2 – Інтерфейс платформи Агроторг [6]

Портал є безкоштовним як для покупців, так і продавців. Він орієнтований лише на підприємства аграрного сектору України. В першу чергу, він дозволяє організувати гуртові продажі чи закупівлі для фермерських господарств та постачальників.

Портал схожий на Olx, він дозволяє миттєво публікувати інформацію через оголошення. Крім того на платформі є унікальна система анти спаму, завдяки чому на потралі дує мало оголошень, що повторюються.

Адміністрація порталу намагається створити умови для забезпечення чесної конкуренції для всіх учасників – усі і виробники, і постачальники, і покупці знаходяться в рівних умовах. Це забезпечує високу частку успішних угод.

Також на потралі можна знайти іншу корисну інформацію, зокрема про агровиставки, розмістити публікацію на цікаву тему та представити себе як експерта в певній сфері. Також є форум, де головні гілки присвячені

тваринництву, рослинництву, сільськогосподарській техніці та технологіям, заходам.

Портал АРКУА ([arkua.com](http://arkua.com) [7]) – функціонує тао як дошка оголошень агропромислового комплексу. Дана платформа створена з урахуванням специфічності АПК України, вона оптимізована під вимоги фермерів та вирбників сільськогосподарської продукції.

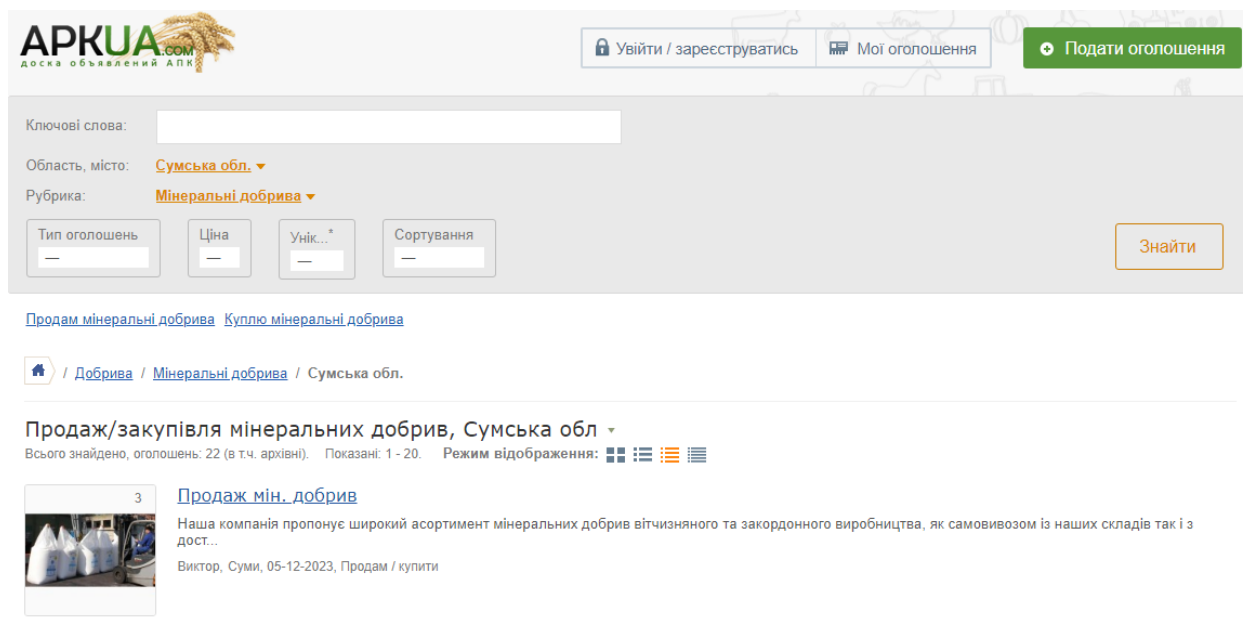


Рисунок 2.3 – Інтерфейс платформи АРКУА [7]

Близько 8500 чоловік відвідує щоденно дану платформу, із них 90% з України.

Для роботи з порталом необхідно зареєструватися та розміщувати інформацію у форматі оголошень. Є можливість публікації оголошень і без реєстрації. Це забезпечує миттєву публікацію та доступність для великої аудиторії зацікавлених осіб.

Подібними платформами є: Agro-Ukraine ([agro-ukraine.com](http://agro-ukraine.com) [8]), Agro-Sells ([agro-sells.com](http://agro-sells.com) [9]), Agrarka ([agrarka.com](http://agrarka.com) [10]), Agro Ads ([agro-ads.com.ua](http://agro-ads.com.ua) [11]), АгроКаталог ([agrocatalog.info/ua](http://agrocatalog.info/ua) [12]) тощо.

Також на гарарному ринку є свої маркетплейси [13–14], зокрема: [spilca.com.ua](http://spilca.com.ua), [glendeal.com](http://glendeal.com).

Окремо слід виділити популярний в багатьох категоріях All.biz [15].

Агроринок посідає друге місце зі 106 ринків на платформі за активністю. Близько 120 тис людей в місяць в Україні шукає агротовари та техніку онлайн. Є досвід стабільної співпраці з крупними гравцями на ринку, такими як ТОВ “Агро-допомога”, ТОВ «Евро Інтернешинал Груп», “Фруктово-ягідні технології” [16].

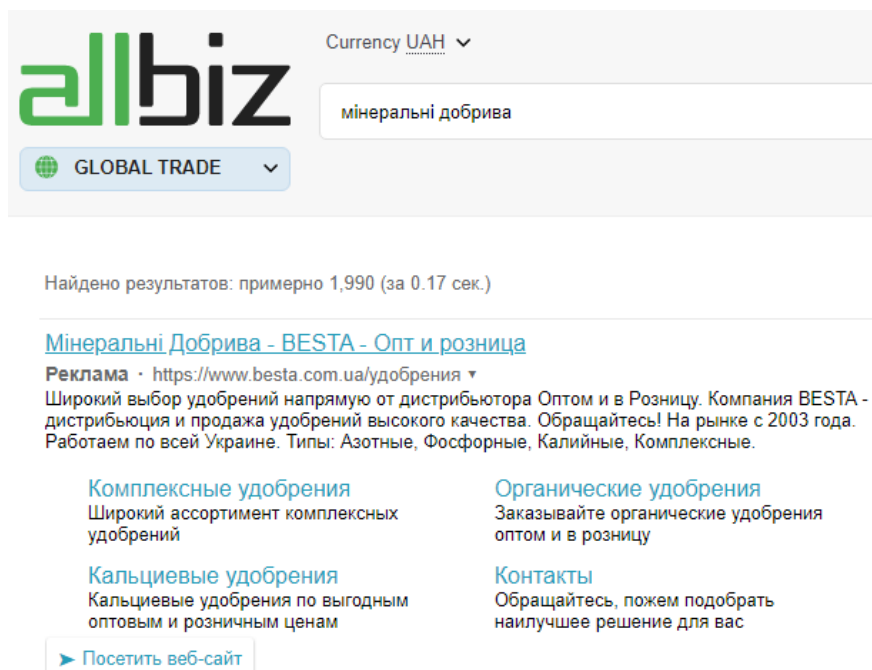


Рисунок 2.4 – Інтерфейс платформи All.biz [15]

Портал щомісяця відвідує близько 1,75 млн чоловік, що дозволяє предствити себе широків аудиторії. Платформа має адаптований під мобільні пристрої дизайн, є рейтинги покупців та продавців. Платний пакет передбачає співпрацю фахівцями порталу – SEO-фахівцями, контент-фахівцями, спеціалістами з контекстної реклами, e-mail-маркетингу, ведення переговорів з зарубіжним бізнес-парнерами тощо.

Висновки до розділу 2.

Торговельні платформи є вигідними і для споживача, і для компанії. Споживач на одній платформі може швидко і зручно знайти декілька пропозицій на вигідних умовах. Постачальник може вийти на нові аудиторії, презентувавши себе і свою продукцію значній кількості покупців, продемонструвати свої переваги. Це дозволяє підтримувати бізнес та збільшити присутність в інтернет-середовищі.

Таким чином, підприємству, що працює на агроринку можна розмістити інформацію про компанію та продукцію в популярних (безкоштовних) та спеціалізованих агро-маркетплейсах та дошках оголошень.

### **3. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЧЕРЕЗ ПРОСУВАННЯ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПЛАТФОРМАХ**

#### **3.1. Опис підприємства ТОВ «Агротрейд НД»**

Компанія ТОВ "Агротрейд НД" заснована в 2005 році. Основним напрямком діяльності є поставка всіх видів мінеральних добрив клієнтам агропромислового комплексу України [17].

При роботі з клієнтами на перше місце ставляться потреби клієнтів в якісному продукті і своєчасному його постачанні та задоволеність від результату. В основі роботи команди компанії є чесні, прозорі та довгострокові відносини з клієнтами.

За більш ніж 16 років роботи на ринку мінеральних добрив у ТОВ "Агротрейд НД" сформувався імідж успішного і надійного партнера, а вузькоспеціалізована діяльність тільки підтверджує професійний підхід всього колективу компанії до задоволення потреб його клієнтів.

Основними видами продукції є [17]:

- добриво азотно-фосфорно-калійне комплексне 10:20:20+6(S) біг-бег 900 кг (Україна);
- карбамид гранульований біг-бег 1000 кг (Узбекистан).

Також на сайті представлені амофос та діамофоска.

Серед клієнтів компанії є: UkrLandFarming, APGroup, Агропромхолдинг «Астарта-Київ», Kernel, Агроіндустріальний холдинг «МХП», Агрохолдинг «Мгіуа», ІМК(Інтегрована сільськогосподарська компанія), AGR Generation, Укрпромінвестагро, Епіцентр, Агрейн, TAS Agro, Агропромисловий холдинг «Rostok Holding», Чиста криниця, Ерідон, Bontrup Ukraine та інші.

### 3.2. Аналіз присутності компанії ТОВ «Агротрейд НД» в інтернет-середовищі

З метою аналізу присутності компанії ТОВ «Агротрейд НД» в інтернет-середовищі було проаналізовано перші 20 сайтів, які відображаються в пошуку Google при запиті «Агротрейд НД». Узагальнені результати представлені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Аналіз запитів Агротрейд НД в в пошуку Google

Назва сайту	Опис сайту	Адреса сайту
Агротрейд НД	Офіційний сайт компанії ТОВ «Агротрейд НД»	<a href="https://www.agrotradeua.com/">https://www.agrotradeua.com/</a>
YouControl	Повне досьє на компанії України	<a href="https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/33526187/">https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/33526187/</a>
Опендатабот	Досьє на компанії, витяги з держреєстру тощо	<a href="https://opendatabot.ua/c/33526187">https://opendatabot.ua/c/33526187</a>
UA-Region	Каталог компаній України	<a href="https://www.ua-region.com.ua/ru/33526187">https://www.ua-region.com.ua/ru/33526187</a>
Хостинг Україна	Хостинг та реєстрація доменів	<a href="https://www.ukraine.com.ua/uk/egrpou/33526187/">https://www.ukraine.com.ua/uk/egrpou/33526187/</a>
Clarity Project	Система аналітики відкритих даних	<a href="https://clarity-project.info/edr/33526187/relations-map">https://clarity-project.info/edr/33526187/relations-map</a>
Vkursi Pro	Перевірка контрагентів – досьє на бізнес	<a href="https://vkursi.pro/card/tovahrotr eid-nd-33526187">https://vkursi.pro/card/tovahrotr eid-nd-33526187</a>
Odnodata	Досьє на компанії	<a href="https://odnodata.com/egrpou/33526187">https://odnodata.com/egrpou/33526187</a>
Orgpage	Досьє на компанії	<a href="https://ua.orgpage.ru/sumyi/tov-agrotreyd-nd-5244339.html">https://ua.orgpage.ru/sumyi/tov-agrotreyd-nd-5244339.html</a>
Звітність українських підприємств	Звітність українських підприємств	<a href="https://zvitnist.com/33526187_T OVARYSTVO_Z_OBMEZHENO_U_VDPOVDALNSTU_AH ROTREYD_ND">https://zvitnist.com/33526187_T OVARYSTVO_Z_OBMEZHENO_U_VDPOVDALNSTU_AH ROTREYD_ND</a>

Таким чином, при введенні назви компанії в пошуковій системі гугл, серед перших десяти запитів лише один – це сайт компанії, дозволяє просувати продукцію в інтернет-середовищі. Всі інші сайти – надають коротку інформацію про підприємство як досьє, і не сприяють просуванню в інтернеті.



При запиті «мінеральні добрива купити», «мінеральні добрива купити в Україні» відображаються сайти компаній Радон-Агро, АгроЛіга, AgroAntal, ФОП Свириденко С.Л., Макош, АгросітіКроп, Svg.ua, Урідон тощо та платформа Olx. Переважно відображаються сайти компаній, що продають мінеральні добрива. Разом з цим компанія ТОВ «Агротрейд НД» не присутня на першій сторінці видачі Google.

При запиті «мінеральні добрива купити в Сумах» відображаються сайти компаній Besta і Grossdorf (платна реклама), а також Епіцентр, Посівна, All.biz, Agrotorg, Prom.ua, Olx. АРКУА, Agro-Ukraine та інші. Більшість з сайтів, що представлені на першій сторінці видачі Google – це торговельні платформи.

Тому доцільно проаналізувати варіанти розміщення продукції компанії, на галузевих та традиційних торговельних платформах. Це може призвести до збільшення кількості згадувань в інтернет-середовищі та доступності для потенційних споживачів.

### 3.3. Вибір торговельних платформ в інтернет-середовищі для підвищення конкурентоспроможності та промоції та рекомендації

Для вибору кращих торговельних платформ для компанії ТОВ «Агротрейд НД» порівняємо між собою традиційні платформи та платформи агробізнесу за показниками:

- можливість безкоштовного розміщення;
- кількість переглядів;
- кількість відвідувачів;
- кількість унікальних відвідувачів;
- тривалість перегляду сайту (платформи);
- кількість переглянутих сторінок за один візит;
- кількість оголошень «Мінеральні добрива» в Україні;

- кількість оголошень «Мінеральні добрива» в Сумській області;
- які конкуренти (компанії чи фізичні особи) представлені на платформі.

Оскільки на платформах Rozetka, Rom.ua та Bigl.ua, Zakupka, Ельцентр немає можливості безкоштовного розміщення на тривалий час, щоб дослідити платформу, то вони виключаються з подальшого розгляду. Тому порівнюємо лише Olx як одну з найпопулярніших платформ, а також All.biz оскільки вона присутні в пошуковій видачі за запитом «мінеральні добрива купити в Сумах»

Таблиця 3.2 – Порівняльна характеристика торговельних платформ (на сонові даних сервісу similarweb)

Назва	All.biz	Olx.ua	Агронайзер	Агроторг	АРКУА	Agro-Ukraine	Agro-Sell	Аграрка
Переглядів	4,16 млн	591 млн	69,9 тис	398 тис	1 млн	1,98 млн	37 тис	99 тис
Кількість відвідувачів в місяць	1,75 млн	63,72 млн	37 тис	161,2 тис	279,7 тис	494 тис	17 тис	28,5 тис
Унікальних відвідувачів	1,18 млн	10,81 млн	26 тис	100 тис	134 тис	235 тис	9,3 тис	14,7
Тривалість	1,36	9,40	4,28	2,00	2,26	4,33	1,03	1,13
Кількість переглянутих сторінок за візит	2,38	9,28	1,89	2,47	3,62	4,02	2,18	3,48
Кількість оголошень «Мінеральні добрива» в Україні	1990	353	Інформація відсутня	1916	624	2701	50	799
Кількість оголошень «Мінеральні добрива» в Сумській області	7	2	Інформація відсутня	20	22, більшість не по темі	28, більшість не по темі	Суми 0, немає можливості обрати область	8 - всі не по темі
Юридичні чи фізичні особи	Фактор Урожая, ЧП Полуянова Є.П., і 5 оголошень ТОВ Агротрейд НД	Фізичні особи	Інформація відсутня	Фізичні особи	Фізичні особи	Фізичні та юридичні особи	-	-

Таким чином, найбільше відвідувачів на платформах Olx.ua (63 млн), All.biz (1,75 млн.).

Тому на них доцільно в рамках безкоштовного пакету розмістити інформацію про компанію, весь свій асортимент та контактні дані.

На платформі All.biz потрібно заповнити розділи:

- Про компанію (історію, створення, хто керівники, скільки років на рину, хто клієнти тощо.
- Доставка і оплата: детальніше описати умови доставки та оплати
- Контакти: додати актуальні номери телефонів та актуальну пошту, вказати на якому номері є месенджери і які саме, додати посилання на соціальні профілі керівників підприємства або представників відділу продажів.

Скласти детальний опис кожного виду продукції та опублікувати його. На даний момент відображається: «Добрива мінеральні. Інформація актуальна: 12.06.2013. Неймовірна ціна на Добрива мінеральні в Суми (Україна) від компанії Agrotred ND, ООО.» Також важливо щомісяця оновлювати профіль.

На платформі Olx також доцільно детально заповнити профіль, додати логотипи та оголошення - асортимент продукції (по декілька фото та опис на декілька абзаців). І далі щотижні його оновлювати.

Agro-Ukraine, АРКУА та Агроторг є найбільш відвідуваними агропорталами. Доцільно зареєструватися в них, розмістити інформацію про компанію, товари (фото та детальний опис), контактні дані та регулярно оновлювати профілі. Саме ці портали відображаються в пошуковій видачі при запитах «мінеральні добрива в Сумах», хоча презентабельно заповнені оголошення відсутні. Додатково можна створити профілі на сайтах Аграрка та Agro-Sell.

На платформі Агроторг потрібно зареєструватися, розмістити оголошення з асортиментом, публікувати раз в місяць тематичні статті, брати участь у форумі (<http://agro-forum.net/> [18]), лишаючи в підписах посилання на сайт компанії. Також варто створити магазин з логотипом, власною назвою, адресою. Також можуть застосовуватися інші інструменти [19–23].

На порталі АРКУА потрібно зареєструватися, оформити акаунт, додати інформацію про товари. На порталі на даний момент розміщено 624 оголошення щодо мінеральних добрив по Україні та лише 9 по Сумській області. Із них лише 1 від компанії («Укрмінхім»), всі інші від фізичних осіб.

Agro Ads, маркетплейси spilca.com.ua, glendeal.com мають менше 5000 відвідувачів в місяць, а АгроКаталог близько 5100 відвідувачів за місяць, тому на них розміщувати інформацію поки недоцільно.

Оскільки споживачі шукають за пошуковими запитамі, тому важливо в описі продукції враховувати ключові слова, які вводять в Google. На основі даних сервісу ads.google.com складено перелік ключових слів та запитів, які можуть бути включені в опис продукції.

Таблиця 3.3 – Ключові фрази для складання текстових описів (середньо- та високо-частотні запити) (на основі даних ads.google.com)

Запит	Середня к-сть запитів / місяць	Рівень конкуренції	Запит	Середня к-сть запитів / місяць	Рівень конкуренції
<i>діамофоска</i>	500	високий	<i>Мінеральні добрива</i>	5000	високий
діамофос ціна	500	високий	мінеральних добрив	5000	високий
діамофоска 10 26 26 ціна	500	високий	мінеральні добрива купити	500	високий
діамофоска застосування	500	середній	комплексні мінеральні добрива купити	500	високий
діамофоска купити	500	високий	купити мінеральні добрива	500	високий
діамофоска ціна	500	високий	види мінеральних добрив	500	середній
діамофоска чи нітроамофоска	500	високий	купити мінеральне добриво	500	високий
<i>калійно фосфорне добриво</i>	500	високий	мінеральні добрива види	500	високий
фосфорне калійне добриво	500	високий	мінеральні добрива ціна	500	високий
азотно фосфорно калійне добриво застосування	500	високий	норма внесення мінеральних добрив на 1 га	500	низький
<i>амофос</i>	500	високий	ціна на мінеральні добрива	500	високий
амофос ціна	500	високий			
купити амофос	500	високий			

Отже, при складанні опису по продкції доцільно використовувати деякі з прелічених ключових слів (фраз). В першу чергу потрібно звернути увагу на фрази, які мають низький чи середній рівень конкуренції, по ним буде найпростіше просуватися.

На тих платформах, де є можливість просувати акаунт за допомогою статей, доцільно писати на теми, що відповідають низькочастотним запитам (табл. 3.4).

Таблиця 3.4 – Низькочастотні запити для написання статей про окремі види продукції (на основі даних ads.google.com)

<b>Діамофоска</b>	<b>Фосфорно-калійне добриво</b>	<b>Амофос</b>
добриво діамофоска	азотно фосфорне калійне добриво	амофос застосування
діамофоска 10 26 26	азотно фосфорно калійне добриво	амофос зовнішній вигляд
діамофоска відгуки	азотно фосфорно калійне добриво ціна	амофос купити
діамофоска норма внесення	добриво азотно фосфорне калійне	амофос норма внесення
діамофоска норма внесення під картоплю	добриво азотно фосфорно калійне	амофос під картоплю
діамофоска норми внесення під кукурудзу	добриво азотно фосфорно калійне 16 16 16	амофос під пшеницю
діамофоска під дерева	добриво азотно фосфорно калійне норма внесення	амофос під соняшник
діамофоска під картоплю	добриво азотно фосфорне калійне	амофос склад
діамофоска під кукурудзу	добриво фосфорно калійне	добриво амофос
діамофоска під пшеницю	калійні мінеральні добрива	міндобриво амофос
діамофоска під сою	фосфорно калійне добриво для малини	ціна амофосу
діамофоска склад	фосфорно калійне добриво ціна	
діамофоска це		
діамофоска ціна 50 кг		
ціна діамофоски		

Таким чином, в таблиці 3.4 представлені всі варіанти, як користувачі пошуково системи Google вводять запити. Це потрібно враховувати при озробленні стратегії просування.

В таблиці 3.5 представлені низькочастотні запити щодо мінеральних добрив в цілому.

Таблиця 3.5 – Низькочастотні запити для написання статей про асортимент в цілому (на основі даних ads.google.com)

Запити про мінеральні добрива		
азотні мінеральні добрива	норма внесення мінеральних добрив	мінеральні добрива для картоплі
вартість мінеральних добрив	органічні мінеральні добрива	мінеральні добрива для картоплі купити
внесення мінеральних добрив під картоплю	органічні і мінеральні добрива	мінеральні добрива для кукурудзи
внесення мінеральних добрив під кукурудзу на зерно	повне мінеральне добриво	мінеральні добрива для кімнатних рослин
добрива мінеральні	прайс лист на мінеральні добрива	мінеральні добрива для лохини
комплексне мінеральне добриво	продаж мінеральних добрив	мінеральні добрива для огірків
комплексні мінеральні добрива	прості мінеральні добрива	мінеральні добрива для полуниці
мінеральні добрива	рідкі мінеральні добрива	мінеральні добрива для помідорів
мін добрива під картопля	склад мінеральних добрив	мінеральні добрива для сої
мінеральне добриво для картоплі	складні мінеральні добрива	мінеральні добрива для цибулі
мінеральне добриво під картоплю	українські мінеральні добрива	мінеральні добрива оптом
мінеральні азотні добрива	які є мінеральні добрива	мінеральні добрива перелік
мінеральні добрива під соняшник	мінеральні добрива фосфор	мінеральні добрива прайс
мінеральні добрива під сою	мінеральні добрива під картоплю	мінеральні добрива при посадці картоплі
мінеральні добрива під кукурудзу		

Отже, на основі запитів наведених в таблиці 3.4 і 3.5 можна запланувати публікації щодо норми внесення діамофоси під різні види культур (соняшник, кукурудза, картопля, пшениця, соя, дерева), фосфорно калійного добрива для малини, норми внесення фосфорно калійного добрива, норми внесення амофосу, застосування амофосу в цілому та під картоплю,

пшеницю, соняшник, мінеральні добрива для різних рослин (кімнатних рослин, лохини, огірків, полуниці, помідорів, сої, цибулі, картоплі, кукурудзи на зерно, соняшника, сої), прості і складні мінеральні добрива, рідкі та тверді мінеральні добрива тощо.

Також доцільно публікувати відгуки про продукцію або співпрацю з компанією. Усі це сприятиме формуванню позитивного іміджу компанії як експерта в своїй галузі та підвищенню конкурентоспроможності компанії на ринку.

### Висновки до розділу 3

Основним напрямком діяльності компанії ТОВ "Агротрейд НД" є поставка всіх видів мінеральних добрив клієнтам агропромислового комплексу України, зокрема добрива азотно-фосфорно-калійного; карбамиду гранульованого біг-бег, амофосу та діамофоски.

В інтернет-середовищі недостатньо представлена компанія ТОВ "Агротрейд НД". Більшість сайтів, де згадується назва компанії, надають коротку інформацію про підприємство як досє, і не сприяють просунню в інтернеті. При цьому за запитами «мінеральні добрива купити», «мінеральні добрива купити в Україні / Сумах», відображаються торговельні платформи.

Компанії рекомендовано розмістити інформацію про себе та свій асортимент на наступних платформах: All.biz, Olx.ua, Агроторг, АРКУА, Agro-Ukraine, Agro-Sell, Аграрка та Агронайзер. Це сприятиме просванню в інтернеті. На даних платформах необхідно створити акаунт, максимально заповнити його, додати всі види продукції та публікувати тематичні статті, де є така можливість. При складанні опису про компанію, асортимент та види продукції доцільно включати запропоновані ключові фрази. Також на основі аналізу запитів в пошуковій системі Google було запропоновано тематики для статей, які можна публікувати як на торговельних платформах так і на власному сайті.

## ВИСНОВКИ

Більше 9000 наукових публікацій присвячено торгівельним платформам. Інтерес до них зростає щороку. Тисячі авторів з більше ніж 100 країн світу проводять дослідження щодо торгівельних платформ. Роботи опубліковані у 275 видавців, вони процитовані 56,5 тисяч разів. В середньому кожна стаття процитована 18 разів. Найбільше запитів стосуються управління, моделей, продуктивності, інформації, конкуренції, оптимізації, інновації, ринку, системи, попиту тощо, а також роботі на фінансових ринках (блокчейн, трейд-ін). Частина ключових слів стосується сталого розвитку (відновлювальна енергія, мікросітки, інтернет речей, вода тощо). В 2020 році ключові слова були: мікросітки, відповідь на вимогу, блокчейн, канали, координація, глибинне навчання тощо. Все це свідчить про значний інтерес до тематики.

Торговельні платформи є вигідними і для споживача, і для компанії.

Споживач на одній платформі може швидко і зручно знайти декілька пропозицій на вигідних умовах.

Постачальник може вийти на нові аудиторії, презентувавши себе і свою продукцію значній кількості покупців, продемонструвати свої переваги. Це дозволяє підтримувати бізнес та збільшити присутність в інтернет-середовищі.

Підприємству, що працює на агроринку доцільно розмістити інформацію про компанію та продукцію в популярних (безкоштовних) та спеціалізованих агро-маркетплейсах та дошках оголошень.

Сайт компанії ТОВ "Агротрейд НД" оптимізовани під пошукову мережу Google, однак в інтернет-середовищі компанія недостатньо представлена. Більшість сайтів, де згадується «Агротрейд НД», дають коротку інформацію про підприємство у форматі досьє, і не сприяють просуванню в інтернеті. При цьому за запитами «мінеральні добрива купити», «мінеральні добрива купити



в Україні», «мінеральні добрива купити в Сумах» відображаються торговельні платформи.

Компанії рекомендовано розмістити інформацію про себе та свій асортимент на наступних платформах: All.biz, Olx.ua, Агроторг, АРКУА, Agro-Ukraine, Agro-Sell, Аграрка та Агронайзер. Це сприятиме просванню в інтернеті.

На даних платформах необхідно створити акаунт, максимально заповнити його, додати всі види продукції та публікувати тематичні статті, де є така можливість.

При складанні опису про компанію, асортимент та види продукції доцільно включати запропоновані ключові фрази.

Також на основі аналізу запитів в пошуковій системі Google було запропоновано тематики для статей, які можна публікувати як на торговельних платформах так і на власному сайті.

Усі це сприятиме формуванню позитивного іміджу компанії як експерта в своїй галузі та підвищенню конкурентоспроможності компанії на ринку.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Внучков М., Шендецька О. Кращі платформи для трейдингу України у 2023 році. URL: <https://tradersunion.com/ua/interesting-articles/best-trading-platform-ukraine/>
2. Петриченко А. Створити інтернет-магазин чи торгувати на маркетплейсі. URL: <https://shop-express.ua/ukr/blog/marketplace-vs-own-online-store/>
3. Селіщев М. ТОП-10 маркетплейсів України. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/top-10-marketplaces-of-ukraine/>
4. ТОП-5 кращих маркетплейсів України. URL: [https://allo.ua/ua/top-5-krashchikh-marketpleisiv-ukrainy\\_am0-16/](https://allo.ua/ua/top-5-krashchikh-marketpleisiv-ukrainy_am0-16/)
5. Торговельна агроплатформа AGRONIZER. URL: <https://agronizer.ua/>
6. Торгівельна агро-дошка AGROTORG. URL: <https://agrotorg.net/>
7. Дошка оголошень APKUA. URL: <https://apkua.com/>
8. Сільськогосподарська дошка оголошень AGRO-UKRAINE. URL: <https://agro-ukraine.com/>
9. Аграрна дошка оголошень AGRO-SELLS. URL: <https://agro-sells.com/>
10. Агродошка оголошень AGRARKA. URL: <https://agrarka.com/>
11. Дошка оголошень сільського господарства України AGRO-ADS. URL: <https://agro-ads.com.ua/>
12. Дошка агро оголошень України AGROCATALOG. URL: <https://agrocatalog.info/ua/>
13. Універсальний аграрний маркетплейс SPILCA. URL: <https://spilca.com.ua/>
14. Перший український агромаркетплейс GLENDEAL URL: <https://glendeal.com/>
15. Торговельна платформа All.biz. URL: <https://all.biz/>

16. Чому аграріям варто звернути увагу на маркетплейс. URL: <https://app.agro-online.com/90779/details/>
17. Офіційний сайт компанії ТОВ «Агротрейд НД». URL: <https://www.agrotradeua.com/>
18. Агрофорум. URL: <http://agro-forum.net/>
19. Павленко М.С., Хоменко Л.М. Інструменти партнерського маркетингу для малого та середнього бізнесу. *Вісник СумДУ. Серія Економіка*. 2022. 4. С. 25-33.
20. Makerska V.O., Khomenko L.M., Pimonenko T.V. Promotion tools in small and medium enterprises: bibliometric analysis. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2021. 5(85). С. 64-74. DOI: 10.32782/2520-2200/2021-5-10.
21. Летуновська Н. Є., Хоменко Л. М., Люльов О. В. та ін. Маркетинг у цифровому середовищі: посібник / підручник / за ред. Летуновської Н. Є., Хоменко Л. М.. Суми: СумДУ, 2021. 259 с.
22. Хоменко Л.М., Васильєва Т.А., Небаба Н.О., Куценко В.І. Комерціалізація нового продукту на ринку: система факторів впливу. *Актуальні проблеми економіки*. 2023. 7. С. 115-121. DOI: 10.32752/1993-6788-2023-1-265-115-121.
23. Ziabina, Ye., Khomenko, L., & Osei Owusu, E. K. Analysis of accidental transmission impacts in the chain «waste management system – public health». *Health Economics and Management Review*. 2023. 2. С. 74-82. DOI: 10.21272/hem.2023.2-07.