

2. Antonets S.S., Antonets A.S., Pysarenko V.M. (2010) Orhanichne zemlerobstvo: z dosvidu PP «Ahroekolohiia» Shyshatskoho raionu Poltavskoi oblasti [Organic farming: from the experience of PE «Agroecology» of Shishatsky district of Poltava region. Practical recommendations]. Poltava: RVV PDAA. (in Ukrainian)
3. Babindra D.I. (2004) Ahroekolohichna optymizatsiia struktury zemelnykh uhid [Agro-ecological optimization of land structure]. Land management and cadastre, no. 3-4, pp. 19–24.
4. Budyak V.M. (2006) Silskohospodarske zemlekorystuvannia (ekonomiko-ekolohichni ta upravlinski aspekty) [Agricultural land use (economic, environmental and management aspects)]. Kyiv: Oriany. (in Ukrainian)
5. Vergun M.G. (2008) Pidvyshchuvaty efektyvnist vykorystannia zemelnykh, trudovykh i tekhnichnykh resursiv sela [To increase the efficiency of use of land, labor and technical resources of the village]. Economy of the AIC, no. 1, pp. 31–38.
6. Hutorov O.I. (2010) Ekonomiko-ekolohichna otsinka silskohospodarskykh zemel ta problemy yikh staloho vykorystannia [Economic-ecological assessment of agricultural lands and problems of their sustainable use]. Retrieved from http://www.nbuu.gov.ua/Agroin/2010_1-3/gutorov.pdf (accessed 31 October 2019). (in Ukrainian)
7. Lisovytsky V.M. (2009) Istoriia ekonomichnykh vchen [History of economic doctrines]. Kyiv: Tsentri uchbovoi literatury. (in Ukrainian)
8. Pavlov O.I. (2014) Ahroprodovolcha sfera Ukrainy yak ob'iekt natsionalnoi bezpeky [Agri-food sector of Ukraine as an object of national security]. Economy of the AIC, no. 2, pp. 97–103.
9. Rusan V.M. (2009) Ekonomika ratsionalnoho silskohospodarskoho zemlekorystuvannia [Economics of rational agricultural land use]. Kyiv: NIAC IAE. (in Ukrainian)
10. Stukach V.F. (2013) Mekhanyzmy motyvatsiyi sobstvennykov zemly v sfere pryomeneniya pochvozashchytynykh tekhnolohiy [Mechanisms of motivation of landowners in the field of application of soil protection technologies]. Business. Education. Right. Bulletin of the Volgograd Institute of Business, no. 3(24), pp. 106–114.

УДК 658.8.012.12:004

Мозгова Г.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Мозгова А.Д.,
аспірант економічного факультету,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Белякова К.С.,
магістрант економічного факультету,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Mozgova Galyna,
Ph.D., Associate Professor, Department of
Marketing, Management and Entrepreneurship,
V.N. Karazin Kharkiv National University

Mozgova Anastasia,
Ph.D. student,
V.N. Karazin Kharkiv National University

Beliakova Kateryna,
Master,
V.N. Karazin Kharkiv National University

ЕЛЕКТРОННІ МАЙДАНЧИКИ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ ЯК ДЖЕРЕЛО МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ІНТЕРНЕТІ

Мозгова Г.В., Мозгова А.Д., Белякова К.С. Електронні майданчики державних закупівель як джерело маркетингової інформації в Інтернеті. Стаття присвячена аналізу електронних майданчиків державних закупівель та визначенню можливостей їх застосування як джерела маркетингової інформації в Інтернеті. Дослідження проведено на прикладі ринку медичного обладнання України. Для досягнення мети проаналізовано такі електронні майданчики, як Open Tender, E-tender, Zakupki.prom.ua, Public Bid, Zakupivli24,

TENDERMASTER, ETM SmartTender, Newtend, 25/8. АУКЦІОН, «Держзакупівлі. Онлайн», Українська універсальна біржа, Zakupki.ua. Встановлено, що майданчик ETM SmartTender дає можливість отримати аналітичну маркетингову інформацію щодо проведення тендерів за допомогою програми Qlik Sense. Визначено основні функціональні можливості Qlik Sense, а на його основі виконано аналіз даних ринку медичного обладнання. Зроблено висновок щодо доцільності використання електронних майданчиків державних закупівель як джерела маркетингової інформації.

Ключові слова: електронні майданчики державних закупівель, інформація, інтернет-маркетинг, ринок медичного обладнання, програмне забезпечення.

Мозговая Г.В., Мозговая А.Д., Белякова К.С. Электронные площадки государственных закупок как источник маркетинговой информации в Интернете. Стаття посвящена анализу электронных площадок государственных закупок и определению возможностей их применения в качестве источника маркетинговой информации в Интернете. Исследование проведено на примере рынка медицинского оборудования Украины. Для достижения цели проанализированы такие электронные площадки, как Open Tender, E-tender, Zakupki.prom.ua, Public Bid, Zakupivli24, TENDERMASTER, ETM SmartTender, Newtend, 25/8. АУКЦІОН, «Госзакупки. Онлайн», Украинская универсальная биржа, Zakupki.ua. Установлено, что площадка ETM SmartTender позволяет получить аналитическую маркетинговую информацию о проведении тендеров с помощью программы Qlik Sense. Определены основные функциональные возможности Qlik Sense, а на его основе выполнен анализ данных рынка медицинского оборудования. Сделан вывод о целесообразности использования электронных площадок государственных закупок в качестве источника маркетинговой информации.

Ключевые слова: электронные площадки государственных закупок, информация, интернет-маркетинг, рынок медицинского оборудования, программное обеспечение.

Mozgova Galyna, Mozgova Anastasia, Belyakova Kateryna. Electronic public procurement sites as a source of marketing information in the Internet. The article is devoted to the analysis of public procurement electronic sites and identifying the possibilities of their use as sources of marketing information in the Internet. The study was conducted on the example of the market of medical equipment of Ukraine. To achieve this goal, the following electronic sites were analyzed: Open Tender, E-tender, Zakupki.prom.ua, Public Bid, Zakupivli24, TENDERMASTER, ETM SmartTender, Newtend, 25/8. AUCTION, Ukrainian Public Government purchases, Ukrainian Universal Exchange Zakupki.ua. It is concluded that each site has its own peculiarities in the presented information according to the following components: filter selection of an array of data, additional useful information (news, articles, blog, vlog, etc.). Established that the ETM platform SmartTender provides analytical receive marketing information on tenders using Qlik Sense. Identified following key functionalities of Qlik Sense cloud technology using the example of the medical equipment market: analysis of procurement plans by different indicators and areas; identification of incorrect items of procurement plans; analysis of actual purchases by different parameters; tracking trends in procurement of hierarchies of organizers and identifying the latest important developments in procurement for the current and previous years; analysis of purchases of medical equipment, pharmaceuticals, personal care products in different sections; analysis of energy service purchases in different directions. Using the actual Qlik Sense data, the medical equipment market data analysis was performed. It is established that medical equipment occupies the largest share both in 2018 and in 2019 among other purchasing groups that fall into the category "Medicine". Expected value from procurement of medical equipment through tenders increased for 11 months of 2019 compared to 2018 by 16 660 million UAH or by 108.7%. It is concluded that the purchase of medical equipment is characterized by seasonal waves. It can be claimed that the marketing information received is accurate because Qlik Sense software is connected to the Prozorro database. The conclusion regarding the feasibility of using electronic public procurement platforms as a source of marketing information.

Key words: public procurement electronic sites, information, Internet marketing, medical equipment market, software.

Постановка проблеми. Одною з найважливіших складових управління маркетингу сучасної компанії є інформаційне забезпечення маркетингової діяльності в Інтернеті. Мережа Інтернет стала новим бізнес-середовищем, у якому зустрічаються постачальники продуктів та послуг і клієнти практично в усіх галузях бізнесу.

Підприємство має вчасно й результативно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, пристосовуватися до них, щоби забезпечити виживання та досягати поставлених цілей. Це є можливим на підставі використання якісної інформації. Рівень реалізації маркетингу визначає ступінь складності інформаційного середовища маркетингу компанії та відповідні

обсяги інформаційних потреб. З'являються нові унікальні джерела інформації, аналогів яких не існує в офлайн-бізнесі. Одним з таких джерел стали електронні майданчики, які дають змогу отримати маркетингову поточну та ретроспективну інформацію про державні закупівлі. Такі майданчики використовують для покупки та продажу товарів та послуг не тільки державні підприємства, але й комерційні організації. Отже, завдяки цьому джерелу є можливість оцінити кон'юнктуру ринку, знайти потенційних клієнтів тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато науковців присвятило свої праці проблемам маркетингу в середовищі Інтернету. Н.С. Ілляшенко, Ю.М. Мель-

ник, Л.Ю. Сагер дослідили та систематизували сучасні технології та інструменти інтернет-маркетингу, визначили основні тенденції їх застосування та розвитку [1]. У працях Н.С. Серських визначено відмінності комплексу інтернет-маркетингу від комплексу класичного маркетингу [2]. Т.О. Окландер, М.Г. Бударіна розглянули еволюцію технологій проведення маркетингових досліджень, яка відбулася завдяки поширенню цифрових маркетингових інструментів. Науковцями виділено етапи та передумови використання Інтернету для проведення маркетингових досліджень [3]. В.В. Арестенко наводить результати дослідження стану та тенденцій розвитку маркетингових досліджень в Україні в системі Social Media Marketing [4]. В.В. Ратинський встановив переваги використання Інтернету як інструменту маркетингових досліджень [5].

Однак можливості інтернет-маркетингу збільшуються відповідно до появи та розвитку нових інформаційних технологій, з'являються нові можливості отримання маркетингової інформації, тому вивчення сучасних інформаційних джерел в Інтернет є актуальною проблемою, яка потребує постійного розгляду.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є аналіз електронних майданчиків державних закупівель та визначення можливостей їх застосування як джерела маркетингової інформації в Інтернеті. Дослідження проведено на прикладі ринку медичного обладнання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Якщо діяльність організації пов'язана з поставкою товарів та послуг державним підприємствам, то їй потрібно звернутися до порталу prozorro.gov.ua [6]. Цей ресурс є відкритим порталом, що відповідно до Закону України «Про публічні закупівлі» [7] надає доступ до всієї інформації з центральної бази даних від 31 липня 2016 р. про електронні тендерні торги, які були оголошені.

Учасники аукціону можуть брати участь у цих торгах, використовуючи модуль електронного аукціону. Доступ до цього модулю підприємства мають можливість отримати після реєстрування на спеціальних авторизованих електронних майданчиках. Завдяки модулю аукціону інформація потрапляє до центральної бази даних, після чого вона оприлюднюється на порталі Prozorro та на всіх інших майданчиках одночасно. Основними майданчиками електронних закупівель є такі (розроблено авторами за джерелами [8–21]).

1) Open Tender (ТОВ «ЮКрейн проперті груп») [8]. Наведено інформацію, про те, що майданчик пройшов авторизацію за I, II, III та IV рівнями акредитації, що викликає довіру. Має клієнторієнтований інтерфейс, адже користувачу одразу пропонується зайти на сайт як замовник або як постачальник. Є можливість пошуку за ключовими словами та різними класифікаторами. Розділ новин застарілий. Останні новини датуються 2017 р., що знижує імідж компанії.

2) E-tender (ТОВ «Е-Тендер») [9]. Надає можливість фільтрувати замовлення за класифікатором ДК 021:2015 (CPV) з можливістю деталізації до назви товару. Є блог, у якому публікуються новини та експертні думки щодо закупівель. Чітко представлено послуги для комерційних закупівель.

3) Zakupki.prom.ua (ТОВ «ЗАКУПКИ.ПРОМ.УА») [10]. Представлено можливість фільтрувати замовлення за класифікатором ДК 021:2015 (CPV) з можли-

вістю деталізації до назви товару. Наявний мобільний додаток. Виконана структуризація за такими ознаками, як державні закупівлі, комерційні закупівлі, аукціони.

4) Public Bid (ТОВ «ІТ Контракт») [11]. Не дуже зручний для використання, оскільки пошук потреб із закупівель працює не дуже гарно. До того ж у пошуку немає довідника, який би допомагав його виконувати.

5) Zakupivli24 (АТ КБ «Приватбанк») [12]. Фільтр замовлень тільки за видом ринку без уточнення назви товару. Є можливість експорту в Excel. Є демо-режим. Є можливість завдяки відсутності депозитних платежів працювати відразу після авторизації. З банківського рахунку в «Приватбанку» за підсумком місяця автоматично стягується оплата за участь. Якщо тендери скасовано замовником, банк плату не стягує.

6) TENDERMASTER (ТОВ «КВАДРО-СЕРВІС») [13]. Компанія не зазначена на сайті Prozorro, оскільки майданчик згідно з наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України відключено від електронної системи закупівель [6]. Однак на самому ресурсі діяльність відбувається. Це приводить до недовіри до цього майданчика.

7) ETM SmartTender (ТОВ «СМАРТТЕНДЕР») [14]. Одна з перших платформ для комерційних торгів. Є інформація про клієнтів, які користуються, надано їх відгуки, що створює позитивний імідж. Пошук можна здійснювати тільки за ключовими словами. Чітко розписано регламенти роботи. Є можливість вивчити статистичні дані закупівель у графічному вигляді за допомогою програми Qlik Sense [15].

8) Newtend (ТОВ «НЬЮТЕНД») [16]. Запропоновано пошук за ключовими словами. Пропонуються додаткові послуги з експертного оцінювання майна та страхування майна.

9) 25/8.АУКЦІОН (ТОВ «25/8.БІЗНЕС») [17]. Можливість пошуку тендеру за великою кількістю критеріїв. Окремо є розділ з оголошенням про продаж об'єктів малої приватизації.

10) «Держзакупівлі. Онлайн» (ТОВ «Держзакупівлі. Онлайн») [18]. Є розширений пошук запитів на закупівлю. Є функція відміток оголошень, зокрема «додати у вибране», «приховати», «запланувати участь». Стандартний набір сервісів.

11) Українська універсальна біржа [19]. Є можливість увійти на ресурс як клієнт або як постачальник та отримати клієнторієнтовану інформацію. Є можливість підписатися на розсилку закупівель за вибраними критеріями. Однак відсутній переклад англійською мовою.

12) Zakupki.ua (ТОВ «ЗАКУПВЛІ:ЮА») [20]. Дуже зручний каталог закупівель. Є можливість прогнозувати дії конкурентів та їх цінні пропозиції на майбутні торги. Надаються додаткові послуги, такі як інтеграція з ERP-системою, консалтингові послуги, аналіз ринку, цін конкурентів, створення тендерної пропозиції, навчання.

Таким чином, кожна система має свої особливості. Наприклад фільтри, за якими можна звузити пошук замовлень, різняться на майданчиках. Деякі дають можливість досить детально вибрати товар, здійснити запит на закупівлю, за яким необхідно шукати. Деякі дають можливість вибрати лише ринок чи групу товару. Є майданчики, які надають додаткову інфор-

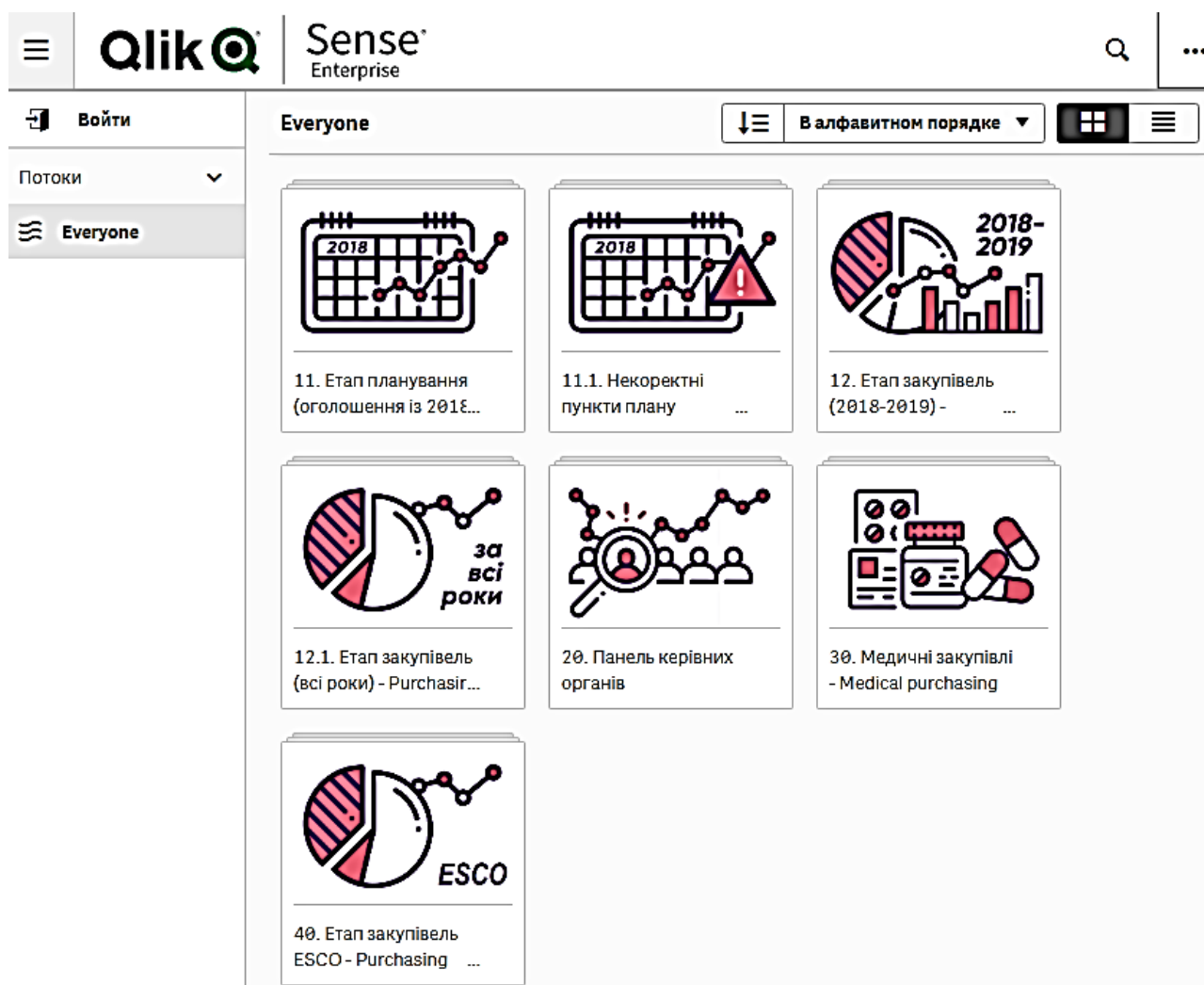


Рис. 1. Додатки Qlik Sense ETM SmartTender, які дають змогу аналізувати інформацію про закупівлі ресурсу Prozzoro [15]

мацію у вигляді новин, статей, блогів або посилань на влоги до свого каналу Youtube.

Задля отримання аналітичної інформації щодо закупівель через ресурс Prozzoro медичного обладнання доцільно використовувати програму Qlik Sense [15]. Першою аналітичною програмою, яку запропонувала ринку компанія QlikTech International, була QlikView. В основу програмного забезпечення покладено ідею поєднання даних та їх аналізу методом «асоціативної різниці». На основі класичного аналітичного рішення компанія згодом запропонувала спосіб використання даних організаціями з інтуїтивно зрозумілим візуальним відкриттям, яке надає бізнес-аналітику користувачам без спеціальної підготовки використання програмного забезпечення. Аналітичною платформою наступного покоління стало програмне забезпечення Qlik Sense. Завдяки Associative Engine, тобто потужному розширеному інтелекту й керованій багатомарній архітектурі, воно підтримує весь спектр аналітичних сценаріїв використання в масштабі підприємства [15].

Робота з даними ресурсу Prozzoro відбувається у хмарному хабі. Хаб – це місце, де перебувають усі додатки, до яких є права доступу. На сайті ресурсу ETM

SmartTender є веб-адреса для використання Qlik Sense Enterprise. За запуску програми Qlik Sense здійснює перехід до хабу. У хмарному хабі можна переглянути додатки та взаємодіяти з ними.

У розділі «Моя робота» користувач потрапляє на додатки, а також опубліковані додатки, організовані в потоках. Можна публікувати власні додатки з хабу в потік, для якого є доступні права на публікацію. Також опубліковані додатки можна переміщати з хабу між потоками. Пропозиції можна публікувати з консолі управління Qlik. У безкоштовній версії, яку пропонує ETM SmartTender, користувачу пропонується набір додатків, які дадуть змогу виконати аналітичне оброблення необхідної інформації (рис. 1).

У програмні додатки входять такі функції аналізу (на прикладі ринку медичного обладнання).

1) Додаток «Етап планування» дає змогу виконувати аналіз планів закупівель за 2 останні роки у 360 різних розрізах та містить такі додатки, як показники, загальний огляд у табличній формі, організатори, карта організатора, плани, загальний огляд графічно.

2) Додаток «Некоректні пункти плану» дає змогу виявляти некоректні пункти планів закупівель і має такі додатки, як показники, плани.

3) Додаток «Етап закупівель» (2018–2019) дає змогу виконувати аналіз закупівель за останні 2 роки за різними параметрами, містить такі листи, як показники, тендери/лоти, організатори, учасники, картка учасника, картка організатора, аналіз вимог і скарг, аналіз (2018–2019), неконкурентні тендери, типи тендерів, конкуренція в успішно завершених тендерах, оголошення торгів, визначення переможця, географія (учасники), географія (організатори), відбори (2018–2019), GPA-аналіз (2018–2019).

4) Додаток «Етапи закупівель» (всі роки) за своєю функціональністю схожий на попередній, але містить дещо менше листів з інформацією.

5) Додаток «Панель керівних органів» дає змогу відстежувати тенденції у закупівлях ієрархій організаторів та виявляти останні важливі події у закупівлях за поточний і попередній роки. Містить такі листи, як лоти, загальний огляд, останні події.

6) Додаток «Медичні закупівлі» є окремим галузевим додатком, який спрямовано на аналіз закупівель медичного обладнання, фармацевтичної продукції, засобів особистої гігієни в різних розрізах. Включає такі листи, як показники, лікарські засоби, МНН/GMDN (міжнародний класифікатор медичних виро-

бів), ціна за одиницю, тендери/лоти, картка організатора, учасники, картка учасника, відбори.

7) Додаток «Етап закупівель ESCO» спрямовано на аналіз закупівель енергосервісу за різними напрямками. До додатку входять такі листи, як показники, картка учасника, учасники, лоти, картка організатора, організатори, аналіз вимог і скарг, географія (учасники), географія (організатори).

В результаті використання системи Qlik Sense від ETM SmartTender отримано аналітичні дані щодо ринку медичного обладнання (табл. 1, рис. 2, 3, 4, 5).

Як видно з табл. 1, медичне обладнання має найбільшу частку як у 2018 р., так і у 2019 р. серед інших груп закупівель, які входять в категорію «Медицина».

При цьому очікувана вартість від закупівель медичного обладнання через тендери виросла за 11 місяців 2019 р. по відношенню до 2018 р. на 16 660 млн. грн., або на 108,7% (рис. 2). Такі темпи притаманні й іншим напрямкам закупівель категорії «Медицина».

Рис. 3 демонструє, що закупівлям медичного обладнання притаманні сезонні хвилі. Так, найвищою позначкою кількість лотів досягає кожного року у листопаді-грудні. Потім у січні виявляється різкий спад, а вже в лютому визначається активізація ринку. Також спади відбуваються в літні місяці. Такі тенденції пов'язані насамперед із тим, що для більшості закупівель повинні бути виділені бюджетні кошти. Отже, падіння та зростання відбуваються залежно від прийняття бюджету, закінчення фінансового року тощо.

Відповідно до рис. 4, найбільші обсяги медичного обладнання у 2019 р. відбувалися за напрямками «Візуалізаційне обладнання для потреб медицини, стоматології та ветеринарії» та «Апаратура для підтримання фізіологічних функцій організму».

Рис. 5 дає можливість встановити найбільших постачальників медичного обладнання за період, який вивчається. Ними є ТОВ «ВІДЖІ МЕДІКАЛ», ТОВ «Медичний центр М.Т.К.» та ТОВ «СМС – УК».

На рис. 6 представлені найкрупніші замовники (вище 250 лотів) медичного обладнання, тобто підприємства, які є ініціаторами тендерів. Це здебільшого комунальні неприбуткові підприємства, обласні чи міські лікарні. Найбільшим замовником є Департамент

Таблиця 1
Очікувана вартість закупівель за напрямом «Медицина» за 2018 р. та 11 місяців 2019 р.

Підрозділ	Очікувана вартість			
	млн. грн		% до загальної вартості	
	2018 р.	2019 р.	2018 р.	2019 р.
Медичне обладнання	12 570	26 230	60,0	61,2
Фармацевтична продукція	7 790	15 530	37,2	36,2
Засоби особистої гігієни	507	967	2,4	2,3
Устаткування та приладдя для моргів	69	131	0,3	0,3
Загалом	20 935	42 858	100,0	100

Джерело: розроблено авторами за джерелом [21]

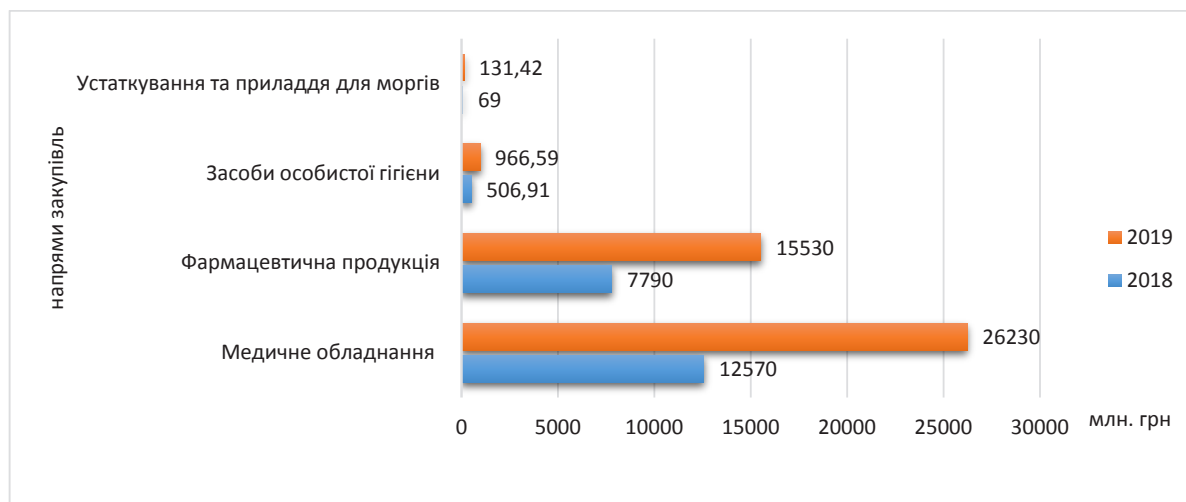


Рис. 2. Очікувана вартість закупівель за напрямом «Медицина» за 2018 р. та 11 місяців 2019 р.

Джерело: розроблено автором за джерелом [21]

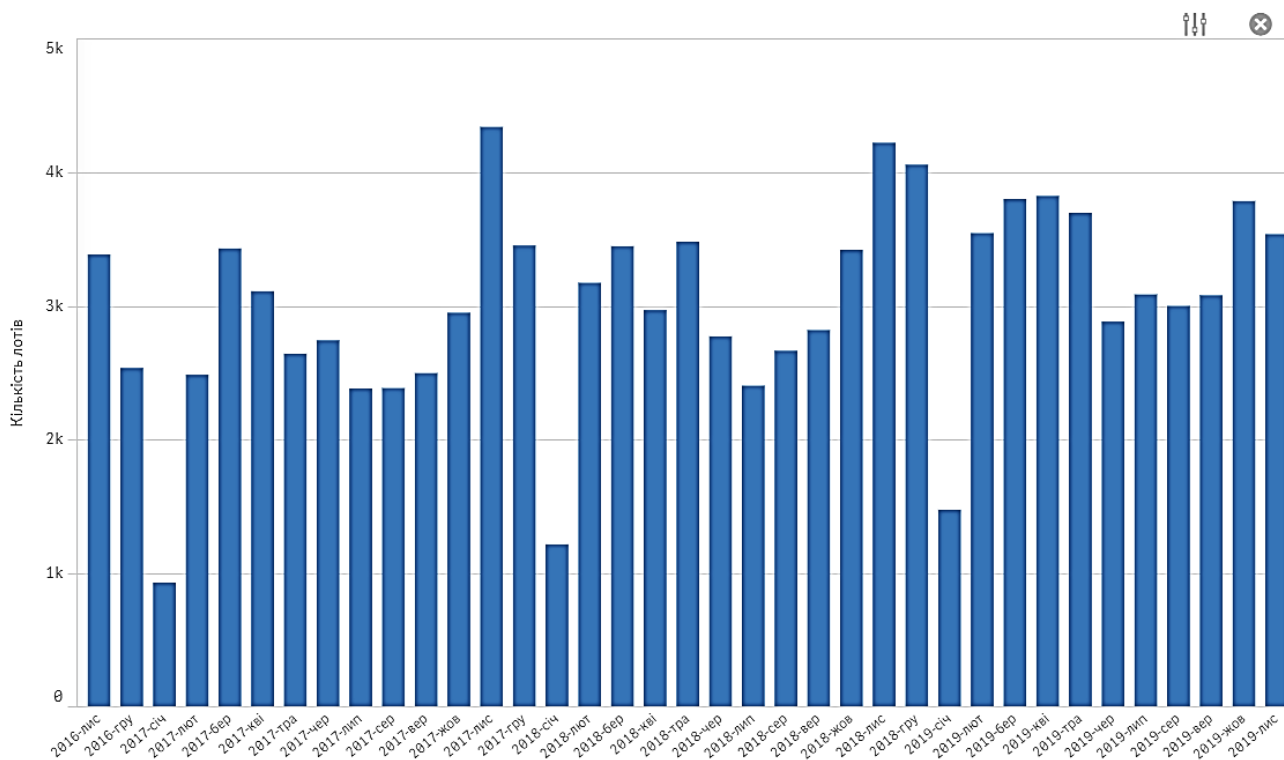


Рис. 3. Загальна кількість лотів, виставлених за напрямом «Медичне обладнання» за три роки [21]

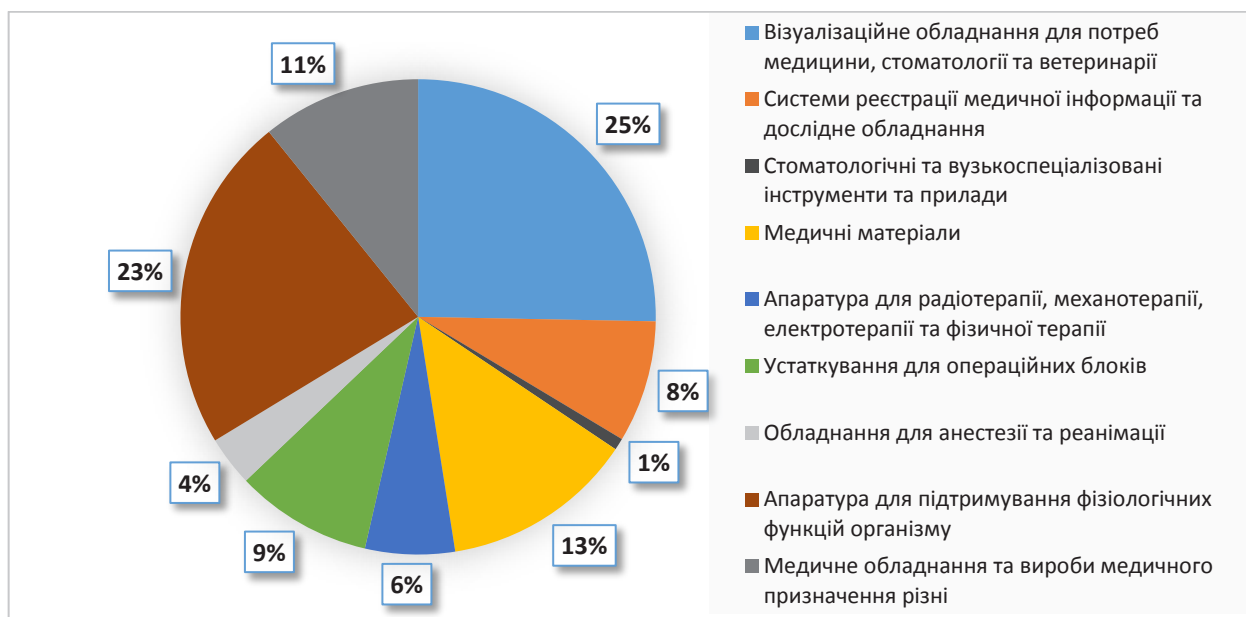


Рис. 4. Структура закупівель медичного обладнання за 2019 р.

Джерело: розроблено авторами за джерелом [21]

охорони здоров'я виконавчого органу Київської міської ради Київської міської державної адміністрації. На його частку приходять 1 390 лотів. Трохи менше лотів у Військово-медичному управлінні Служби Безпеки України.

Висновки. Визначено основні майданчики електронних закупівель, надано їх коротка характеристика. Встановлено, що на електронному майданчику ETM SmartTender пропонується за допомогою програми Qlik Sense отримати аналітичну маркетингову інфор-

мацію щодо проведення тендерів за заданим напрямом. Програмне забезпечення Qlik Sense підключене до бази даних ProzoGo. Отже, маркетингова інформація, яку можна отримати, є достовірною.

Електронні майданчики державних закупівель є зручним та корисним джерелом маркетингової інформації в Інтернеті, яке може стати складовою частиною інформаційно-аналітичного забезпечення системи маркетингового планування компанії.

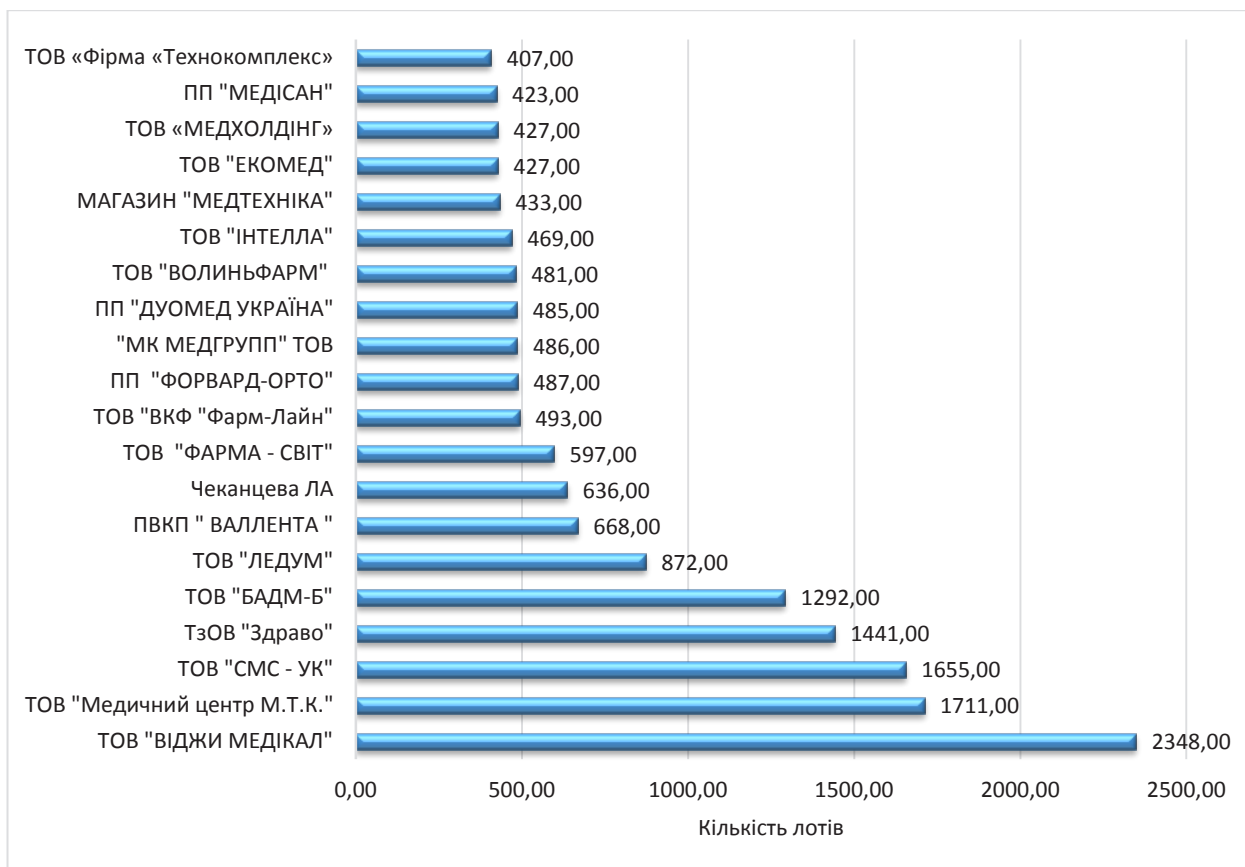


Рис. 5. Найбільші постачальники медичного обладнання (більше 400 лотів)

Джерело: розроблено авторами за джерелом [21]



Рис. 6. Найбільші замовники медичного обладнання через систему Porozzoro (більше 200 лотів)

Джерело: розроблено авторами за джерелом [21]

Список використаних джерел:

1. Мельник Ю.М., Сагер Л.Ю., Ілляшенко Н.С., Рязанцева Ю.Н. Класифікація основних форм та видів маркетингових інтернет-комунікацій. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. № 4. С. 43–55.
2. Серських Н.С. Концепція 4P в інтернет-маркетингу. *Економічні студії*. 2018. № 3(21). С. 49–52.
3. Окландер Т.О., Бударіна М.Г. Еволюція маркетингових досліджень в цифровому маркетингу. *Молодий вчений*. 2017. № 11. С. 1257–1261.
4. Арестенко В.В., Арестенко Т.В. Перспективні напрями розвитку ринку маркетингових досліджень у системі SOCIAL MEDIA MARKETING. *Інноваційна економіка*. 2017. № 1–2 (67). С. 109–113.
5. Ратинський В.В. Інтернет як інструмент маркетингових досліджень. *Вісник ДонНУЕТ. Серія «Економічні науки»*. 2012. № 4(58). С. 132–138.
6. Офіційний портал оприлюднення інформації про публічні закупівлі України. URL: <https://prozorro.gov.ua> (дата звернення: 01.12.2019).
7. Про публічні закупівлі : Закон України. *Голос України*. 2016. № 30.
8. Open Tender: майданчик електронних закупівель. URL: <https://www.open-tender.com.ua> (дата звернення: 01.12.2019).
9. E-tender: майданчик електронних закупівель. URL: <https://e-tender.ua> (дата звернення: 01.12.2019).
10. Zakupki.Prom: майданчик електронних закупівель. URL: <https://zakupki.prom.ua> (дата звернення: 01.12.2019).
11. Public Bid: майданчик електронних закупівель. URL: <https://public-bid.com.ua> (дата звернення: 01.12.2019).
12. Zakupivli24: майданчик електронних закупівель. URL: <https://zakupivli24.pb.ua/prozorro> (дата звернення: 01.12.2019).
13. TENDERMASTER: майданчик електронних закупівель. URL: tendermaster.com.ua (дата звернення: 01.12.2019).
14. ETM SmartTender: майданчик електронних закупівель. URL: <https://smarttender.biz> (дата звернення: 01.12.2019).
15. Qlik Sense: аналітичне програмне забезпечення. QlikTech International. URL: <https://www.qlik.com> (дата звернення: 01.12.2019).
16. Newtend: майданчик електронних закупівель. URL: <https://newtend.com/#list> (дата звернення: 01.12.2019).
17. 25h8.auction: майданчик електронних закупівель. URL: <https://25h8.auction> (дата звернення: 01.12.2019).
18. Держзакупівлі онлайн: майданчик електронних закупівель. URL: <https://www.dzo.com.ua> (дата звернення: 01.12.2019).
19. Українська універсальна біржа: майданчик електронних закупівель. URL: <https://tender.uub.com.ua> (дата звернення: 01.12.2019).
20. Zakupki UA: майданчик електронних закупівель. URL: <https://zakupki.com.ua> (дата звернення: 01.12.2019).
21. Аналітика Prozorro. Програма Qlik Sense. URL: <https://bi.prozorro.org> (дата звернення: 01.12.2019).

References:

1. Melnik Yu.M, Saher L.Yu., Illiashenko N.S., Ryazantseva Yu.M. (2016) Klasyfikacija osnovnykh form ta vydiv marketynghovykh internet-komunikacij [Classification of basic forms and types of marketing on-line communications]. *Marketing and Management of Innovations*, no. 4, pp. 43–45.
2. Serskykh N.S. (2018) Konceptija 4Ps Internet-marketynghu [4Ps Conception in Internet-Marketing]. *Economics Studies*, vol. 21, no. 3, pp. 49–52.
3. Oklander T.O., Budarina M.G. (2017) Evoljucija marketynghovykh doslidzhenj v cyfrovomu marketynghu [Evolution of Marketing Research in Digital Marketing]. *Young Scientist*, no. 11, pp. 1257–1261.
4. Arestenko V.V., Arestenko T.V. (2017) Perspektyvni naprjamy rozvytku rynku marketynghovykh doslidzhenj u systemi SOCIAL MEDIA MARKETING [Potential Ways of Marketing Research in The Social Networks]. *Innovative economy*, vol. 67, no. 1–2, pp. 109–113.
5. Ratynskiy V.V. (2012) Internet jak instrument marketynghovykh doslidzhenj [Internet as a tool of marketing research]. *Visnyk of Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky. Series "Economic science"*, vol. 58, no. 4, pp. 132–138.
6. Oficijnyj portal opryljudnennja informaciji pro publichni zakupivli Ukrainy [The Official Resource on Public Purchasing in Ukraine]. Available at: <https://prozorro.gov.ua> (accessed: 01.12.2019).
7. Pro publichni zakupivli : Zakon Ukrainy [On Public Procurement : Law of Ukraine]. *Voice of Ukraine*. 2016, no. 30.
8. Open Tender. Available at: <https://www.open-tender.com.ua> (accessed: 01.12.2019).
9. E-tender. Available at: <https://e-tender.ua> (accessed: 01.12.2019).
10. Zakupki.Prom. Available at: <https://zakupki.prom.ua> (accessed: 01.12.2019).
11. Public Bid. Available at: <https://public-bid.com.ua> (accessed: 01.12.2019).
12. Zakupivli24. Available at: <https://zakupivli24.pb.ua/prozorro> (accessed: 01.12.2019).
13. TENDERMASTER. Available at: tendermaster.com.ua (accessed: 01.12.2019).
14. ETM SmartTender. Available at: <https://smarttender.biz> (accessed: 01.12.2019).
15. Qlik Sense. *QlikTech International*. Available at: <https://www.qlik.com> (accessed: 01.12.2019).
16. Newtend. Available at: <https://newtend.com/#list> (accessed: 01.12.2019).
17. 25h8.auction. Available at: <https://25h8.auction> (accessed: 01.12.2019).
18. Ukrainian Public Government purchases. Available at: <https://www.dzo.com.ua> (accessed: 01.12.2019).
19. Ukrainian Universal Exchange: e-Procurement Ground. Available at: <https://tender.uub.com.ua> (accessed: 01.12.2019).
20. Zakupki UA. Available at: <https://zakupki.com.ua> (accessed: 01.12.2019).
21. Analytics Prozorro. Program Qlik Sense. Available at: <https://bi.prozorro.org> (accessed: 01.12.2019).