

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Кафедра маркетингу та міжнародної логістики**

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри  
д.е.н., проф. Саєнсус М. А.  
\_\_\_\_\_/підпис/  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
**зі спеціальності 075 «Маркетинг»**  
за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика»  
на тему: **«Особливості маркетингової діяльності компанії**  
**«MD Fashion» на ринку модного одягу».**

**Виконавець:**  
студентка 45/1гр. ФМЕ  
Лукашенко Ілона Сергіївна \_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**  
старший викладач  
Полянська Ольга Євгеніївна \_\_\_\_\_  
/підпис/

**Одеса 2024**

## ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ МОДНОГО ОДЯГУ	5
1.1. Сутність маркетингової діяльності на ринку модного одягу	5
1.2. Особливості комплекс маркетингу на fashion ринку	13
1.3. Маркетингові стратегії та основні методи оцінювання ефективності управління маркетингом на fashion ринку	19
Висновки до 1 розділу	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «MD FASHION»	26
2.1. Загальна характеристика компанії	26
2.2. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства	34
2.3. Характеристика комплексу маркетингу компанії	51
Висновки до розділу 2	59
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «MD FASHION» НА ПРИКЛАДІ ЙОГО ФІЛІАЛУ	61
3.1. Пропозиції щодо покращення товарної політики філіалу компанії «MD Fashion», магазину «TommyHilfiger»	61
3.2. Впровадження нових банерів для зовнішньої та внутрішньої реклами	69
3.3. Створення і розповсюдження флаєрів для рекламних кампаній	74
Висновки до розділу 3	80
ВИСНОВКИ	82
Список використаних джерел	85

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Модний одяг це не лише предмет одягу, а й вираз індивідуальності, стилю та суспільних цінностей. В умовах, коли смаки та тренди постійно змінюються, маркетинг є вирішальним інструментом для брендів у просуванні своєї продукції на ринку модного одягу.

Маркетинг визначає способи, якими бренди взаємодіють зі своєю аудиторією, створюють і утримують імідж та забезпечують продажі своєї продукції. Він допомагає брендам відповідати на зміни у смаках та попиті споживачів, привертати нових клієнтів і підтримувати лояльність існуючих.

Маркетингова діяльність включає не лише одну рекламу та просування, але й стратегічне планування, аналіз ринкових тенденцій, дослідження споживчих пріоритетів та інші аспекти. У період кризи на модному ринку важливо використовувати всі доступні інструменти маркетингу для залучення та утримання клієнтів. Ретельно продумана стратегія ціноутворення може допомогти брендам привернути увагу споживачів, навіть у період економічної нестабільності. Створення цікавого та цінного контенту може залучити увагу аудиторії та позиціонувати бренд як експерта у своїй галузі. Важливо забезпечити високу якість продукції та послуг, а також надати винятковий рівень обслуговування клієнтів. Додатково, активне спілкування в соціальних мережах, участь у благодійних та громадських ініціативах, а також впровадження інноваційних підходів до продукції та послуг можуть підсилити конкурентоспроможність бренду в умовах кризи.

**Мета дослідження.** Дослідження маркетингової діяльності на ринку моди, та удосконалення маркетингової діяльності одного з філіалів компанії «MD Fashion» – магазину «Tommy Hilfiger».

### **Завдання дослідження.**

- визначення сутності маркетингової діяльності на ринку модного одягу;
- виявити особливості комплекс маркетингу на fashion ринку;
- розглянути маркетингові стратегії на ринку модного одягу;
- надати техніко-економічну характеристику компанії «MD Fashion»;

- провести маркетинговий аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища компанії та виявити сильні та слабкі сторони;
- розробити рекомендації щодо покращення маркетингової діяльності одного з філіалів компанії «MD Fashion» – магазину «Tommy Hilfiger».

**Об'єктом дослідження** є процес маркетингової діяльності на ринку модного одягу.

**Предметом дослідження.** Комплекс теоретичних та практичних положень, спрямованих на покращення маркетингової діяльності компанії «MD Fashion» та одного з її філіалів – магазину «Tommy Hilfiger».

**Методи дослідження.** Використані сучасні методи аналізу та синтезу маркетингової діяльності: аналітичні, графічні та розрахункові методи, індукція, методи порівняння і прогнозування.

**Інформаційна база дослідження.** Теоретичною та інформаційною основою дослідження кваліфікаційної роботи є праці вітчизняних та зарубіжних вчених та спеціалістів з маркетингової діяльності, дані офіційних статистичних джерел, періодична література з маркетингу, внутрішня звітність підприємства

**Практичне значення отриманих результатів:** очікується, що запропоновані заходи щодо вдосконалення маркетингової діяльності компанії «MD Fashion» вплинуть на підвищення економічних показників роздрібною торгівлі.

**Структура роботи.** Випускна кваліфікаційна робота містить вступ, три розділи та висновки. Зміст роботи представлений на 85 сторінки комп'ютерного тексту. Кваліфікаційна робота містить 17 таблиць та 20 рисунків. Бібліографічний список нараховує 44 літературних джерела, які викладено на 6 сторінках.

## ВИСНОВКИ

У ході дослідження особливостей маркетингової діяльності компанії «MD Fashion» на ринку модного одягу було проведено комплексний аналіз, який дозволив виявити ключові аспекти, що визначають успіх компанії у цьому конкурентному середовищі. Вивчення теоретичних основ маркетингової діяльності, аналіз сучасних тенденцій ринку модного одягу та практичних аспектів діяльності компанії «MD Fashion» дали змогу сформулювати низку важливих висновків та рекомендацій.

Перш за все, було встановлено, що маркетингова стратегія компанії «MD Fashion» базується на чітко визначених цільових сегментах ринку. Компанія орієнтується на молодь та людей середнього віку, які цінують стиль, якість та доступність одягу. Це дозволяє «MD Fashion» ефективно задовольняти потреби своєї цільової аудиторії, пропонуючи їй актуальні та модні товари. Важливим елементом успішної маркетингової стратегії є постійне оновлення асортименту та адаптація до швидкоплинних тенденцій моди.

Аналіз маркетингової діяльності показав, що одним з ключових інструментів просування продукції компанії є використання цифрових каналів комунікації. Соціальні мережі, такі як Instagram, Facebook та TikTok, відіграють важливу роль у формуванні іміджу бренду та залученні нових клієнтів. Компанія активно використовує можливості таргетованої реклами, співпрацює з інфлюенсерами та проводить онлайн-акції, що дозволяє збільшувати охоплення та підвищувати лояльність клієнтів.

Одним з важливих аспектів маркетингової діяльності компанії «MD Fashion» є участь у міжнародних виставках та модних показах. Це дозволяє не лише продемонструвати нові колекції, але й зміцнити позиції бренду на міжнародному ринку. Участь у таких заходах сприяє встановленню нових партнерських відносин та залученню інвестицій, що є важливим для подальшого розвитку компанії.

Вивчення фінансових показників одного з філіалів компанії показало, що впровадження сучасних маркетингових інструментів дозволяє досягати високих

показників рентабельності. Зокрема, використання нових стендів, банерів та флаєрів у рекламних кампаніях сприяє збільшенню обсягів продажів та підвищенню впізнаваності бренду. Розрахунки показують, що інвестиції у ці маркетингові інструменти швидко окупуються та приносять значний прибуток.

Аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на маркетингову діяльність компанії, показав, що «Tommy Hilfiger» успішно адаптується до змін у ринковому середовищі. Магазин активно використовує можливості, які надає розвиток технологій та зміни у споживчих вподобаннях. Важливим аспектом є також здатність компанії ефективно реагувати на виклики та загрози, що виникають у процесі її діяльності. Це включає як зміни у законодавстві, так і економічні кризи або зміни у конкурентному середовищі.

Однією з ключових рекомендацій, що випливають з проведеного дослідження, є подальший розвиток цифрового маркетингу. Компанія «MD Fashion» повинна продовжувати інвестувати у розширення своєї присутності в інтернеті, використовуючи нові платформи та інструменти для залучення клієнтів. Важливим напрямком є розвиток контент-маркетингу, який дозволяє залучати аудиторію через створення цікавого та корисного контенту.

Крім того, важливо приділяти увагу персоналізації маркетингових комунікацій. Використання даних про поведінку клієнтів дозволяє створювати більш точні та релевантні пропозиції, що підвищує ефективність маркетингових кампаній. Впровадження систем автоматизації маркетингу допоможе оптимізувати процеси та зменшити витрати, що є важливим для підвищення загальної ефективності діяльності компанії.

Значну роль у подальшому розвитку компанії може відіграти розширення асортименту продукції. Включення нових категорій товарів, таких як аксесуари або косметика, може залучити нових клієнтів та збільшити обсяги продажів. Важливо проводити регулярні дослідження ринку та вивчати потреби клієнтів, щоб своєчасно реагувати на зміни у споживчих вподобаннях.

Також важливим є розширення географії діяльності компанії. Вихід на нові ринки, як внутрішні, так і міжнародні, дозволить збільшити базу клієнтів та

підвищити доходи. Важливо розробляти стратегії виходу на нові ринки з урахуванням їх специфіки та потреб місцевих споживачів. У цьому контексті значну роль можуть відіграти локалізовані маркетингові кампанії, які враховують культурні та соціальні особливості різних регіонів.

Підсумовуючи, можна зазначити, що компанія «MD Fashion» має всі необхідні передумови для успішного розвитку на ринку модного одягу. Її маркетингова діяльність базується на чітко визначених стратегіях, які враховують сучасні тенденції та потреби цільової аудиторії. Використання сучасних маркетингових інструментів, таких як цифровий маркетинг, участь у виставках та модних показах, а також впровадження нових рекламних матеріалів, дозволяє компанії ефективно конкурувати на ринку та досягати високих показників рентабельності.

Однак, для забезпечення стійкого розвитку у майбутньому, компанії необхідно продовжувати інвестувати у розвиток своїх маркетингових можливостей, постійно вдосконалювати свої стратегії та адаптуватися до змін у ринковому середовищі. Особлива увага повинна приділятися персоналізації маркетингових комунікацій, розвитку цифрових каналів та розширенню асортименту продукції. Важливо також розвивати партнерські відносини та шукати нові можливості для розширення географії діяльності компанії.

Зрештою, успіх компанії «MD Fashion» на ринку модного одягу залежить від здатності ефективно використовувати свої маркетингові ресурси, адаптуватися до змін та постійно вдосконалювати свою діяльність. Проведене дослідження підтверджує, що компанія має всі необхідні інструменти та можливості для досягнення своїх стратегічних цілей та забезпечення стійкого розвитку у майбутньому.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Blocher E. Chen KH Lin TW. Управління витратами: стратегічний акцент . Макгроу-Хілл/Ірвін. 2015.
2. Величко О. Величко Л. Раманаускас Я. Трансформація та розвиток виробничо-логістичних підприємств в аграрному секторі України. Теорія управління та дослідження розвитку сільського бізнесу та інфраструктури. 2016.
3. Manufacturing Platform for Apparel Industry | Fast & Sustainable - Fashinza. *Manufacturing Platform for Apparel Industry | Fast & Sustainable - Fashinza*. URL: <https://fashinza.com/brands-and-retail/marketing/7-basic-principles-of-fashion-marketing/>.(дата звернення: 02.03.2024).
4. Структура фешн-ринку. Статті компанії ««Шарамам»». "*«Шарамам»*". URL: <https://sharamam.com/ua/a226652-struktura-feshn-rynka.html>. (дата звернення: 02.03.2024).
5. Як класифікувати бренди і марки на ринку модної індустрії?. *Національна мережа гіперлокальних медіа Район.in.ua*. URL: <https://rayon.in.ua/news/539346-yak-klasifikuvati-brendi-i-marki-na-rinku-modnoi-industrii>. (дата звернення: 03.03.2024).
6. Manufacturing Platform for Apparel Industry | Fast & Sustainable - Fashinza. *Manufacturing Platform for Apparel Industry | Fast & Sustainable - Fashinza*. URL: <https://fashinza.com/brands-and-retail/marketing/7-basic-principles-of-fashion-marketing/>.(дата звернення: 05.03.2024).
7. Mohammed Rafiq, Pervaiz K. Ahmed The 7Ps framework has clear advantages over the 4Ps framework / Mohammed Rafiq, Pervaiz K. // *MARKETING INTELLIGENCE & PLANNING - 2019*
8. Top 8 Marketing Strategies for Your Fashion Brand – BOLD x COLLECTIVE. *BOLD* x *COLLECTIVE*. URL: <https://www.boldxcollective.com/insights-blog/top-8-marketing-strategies-for-your-fashion-brand>. (дата звернення: 15.03.2024).



9. What are some best practices for using fashion market research to improve your marketing strategy?. *LinkedIn: Log In or Sign Up*. URL: <https://www.linkedin.com/advice/1/what-some-best-practices-using-fashion-market>. (дата звернення: 20.03.2024).

10. MD Fashion URL: <https://www.similarweb.com/ru/website/md-fashion.com.ua/> (дата звернення: 20.03.2024).

11. Пермінова С. О., Савицька О. М., Омельченко Я. В. Підвищення конкурентоспроможності підприємств в контексті їх стратегічного розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6049> (дата звернення: 25.03.2024).

12. John Noels. 5 Marketing Strategies to Influence Consumer Purchasing Behavior. URL: <https://johnnoels.medium.com/5-marketing-strategies-to-influence-consumer-purchasing-behavior-bb6926e00844>. (дата звернення: 01.04.2024).

13. Аналіз ринку одягу та взуття України. 2023 рік. *Анализ рынка. Заказать анализ рынка на Pro-Consulting*. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-odezhdy-i-obuvi-v-ukraine-2023-god> (дата звернення: 01.04.2024).


14. Mohammed Rafiq, Pervaiz K. Ahmed The 7Ps framework has clear advantages over the 4Ps framework, *MARKETING INTELLIGENCE & PLANNING - 2020*

15. Іваннікова М. М. МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ / Іваннікова М. М. // Маркетинг і менеджмент інновацій – 2019 г.

16. Орлик О. В. Сучасні Інтернет-інструменти в діяльності підприємств. 2019.

17. Гладищук Я. А. УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ СЕРЕДОВИЩА /. Гладищук Я. А.// Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу . 2020.

18. О нас – Официальный онлайн-магазин MD Fashion. MD-Fashion. URL: <https://md-fashion.ua/ru/about-us>. (дата звернення: 10.04.2024).

19. Product Policy. Munich Business School  Internationale Hochschule. URL: <https://www.munich-business-school.de/en/1/business-studies-dictionary/product->

policy#:~:text=Product%20policies%20refer%20to%20strategies,packaging,%20brand,%20and%20advertising. (дата звернення: 12.04.2024).

20. John Noels. 5 Marketing Strategies to Influence Consumer Purchasing Behavior. URL: <https://johnnoels.medium.com/5-marketing-strategies-to-influence-consumer-purchasing-behavior-bb6926e00844>(дата звернення: 12.04.2024).

21. Tommy Hilfiger Case Solution And Analysis, HBR Case Study Solution & Analysis of Harvard Case Studies. Harvard Case Study Solution & Analysis - HBR Case Study Solutions - HBR Review & Case Study Solutions And Analysis. URL: <https://www.thecasesolutions.com/tommy-hilfiger-39334>. (дата звернення: 12.04.2024).

22. 403 - Forbidden: Access is denied. URL: <https://home.snu.edu/~jsmith/library/body/v25.pdf>. (дата звернення: 18.04.2024).

23. DSpace at West Ukrainian National University: Головна сторінка. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/9364/1/конспект%20лекцій.pdf>. (дата звернення: 20.04.2024).

24. Detailed SWOT Analysis of Tommy Hilfiger + Infographics | IIIDE. IIIDE. URL: <https://iide.co/case-studies/swot-analysis-of-tommy-hilfiger/> (дата звернення: 23.04.2024).

25. Market Research and Competitive Analysis in the Fashion Industry. *EpiProdux Blog*. URL: <https://epiprodux.com/blog/market-research-and-competitive-analysis-in-the-fashion-industry/> (дата звернення: 23.04.2024).

26. О. Грей О. Давліканова С. Лерке І. Лилик М. Лилик Л. Магдюк Т. Примаєв Є. Ромат О. Сулова. Стандарти недискримінаційної реклами за ознакою статі: українська практика та міжнародний досвід. Монографія. 2022.

27. Примаєв Т. Рекламний креатив: Навч. посіб. — К.: КНЕУ. 2019.

28. Окландер М. А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 284 с.

29. Організація маркетингової діяльності URL: [https://allreferat.com.ua/uk/marketung\\_tovarovnavstvo\\_logistuka\\_reklama/referat/6024](https://allreferat.com.ua/uk/marketung_tovarovnavstvo_logistuka_reklama/referat/6024)(дата звернення: 02.05.2024).

30. Bevor Sie zur Google Suche weitergehen. *Google*. URL: [https://www.google.com/search?sca\\_esv=9c2242ab0de9b281&scu\\_upv=1&scu\\_sxsrf=ADLYWIJldHpntiZgI6FFsobRQbFITkUkrg:1717362191380&q=buy+a+Tommy+Hilfiger+watch&tbm=shop&source=lnms&prmd=sivnmbtz&ved=1t:200715&ictx=111&biw=1536&bih=738&dpr=1.25](https://www.google.com/search?sca_esv=9c2242ab0de9b281&scu_upv=1&scu_sxsrf=ADLYWIJldHpntiZgI6FFsobRQbFITkUkrg:1717362191380&q=buy+a+Tommy+Hilfiger+watch&tbm=shop&source=lnms&prmd=sivnmbtz&ved=1t:200715&ictx=111&biw=1536&bih=738&dpr=1.25) (дата звернення: 02.05.2024).

31. Tommy Hilfiger - Earrings. *Francis Wain Jewellers*. URL: <https://franciswainjewellers.com/products/tommy-hilfiger-earrings-1>. (дата звернення: 05.05.2024).

32. Як збільшити продажі в роздрібному магазині? URL: <https://ledtest.vestum.ua/uk/study/jak-zbilshiti-prodazhi-v-rozdribnomu-magazini/>. (дата звернення: 05.05.2024).

33. Product elimination URL: <https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/17884>(дата звернення: 05.05.2024).

34. The GE-Mckinsey nine-box matrix URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/enduring-ideas-the-ge-and-mckinsey-nine-box-matrix>(дата звернення: 07.05.2024).

35. Tools of product policy as a part of business marketing in the conditions of globalization DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219202048>(дата звернення: 09.05.2024).

36. Розміщення зовнішньої реклами – розміщення реклами – SmartCom Media. *SmartCom Media*. URL: [https://smartreklama.com.ua/services/naruzhnaya-reklama/rozmichenie-reklamy/?gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjwsPCyBhD4ARIsAPaaRf0jRID-QO0apLq11bHw3jzAyXiaoSEbg9hY1HLUbdDiftABsRcJYdUaAgQbEALw\\_wcB#firstPage](https://smartreklama.com.ua/services/naruzhnaya-reklama/rozmichenie-reklamy/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwsPCyBhD4ARIsAPaaRf0jRID-QO0apLq11bHw3jzAyXiaoSEbg9hY1HLUbdDiftABsRcJYdUaAgQbEALw_wcB#firstPage) . (дата звернення: 15.05.2024).

37. Мужские Аксессуары Tommy Hilfiger (Все модели) в интернет-магазине | ANSWEAR.ua. *ANSWEAR.ua – інтернет-магазин жіночого, чоловічого та дитячого одягу, взуття та аксесуарів. Безкоштовна доставка замовлення від 2000 грн.* URL: <https://answear.ua/ru/m/tommy-hilfiger-all/vin/aksesuary> (дата звернення: 16.05.2024).

38. Оргскло (Акрил) шматки різних розмірів: Оргстекло, акрил, синтетический полимер, продаж. оргскло от "ООО ПКФ Электропласт" - 1671662607. *Електроізоляція оптом та в роздріб за найкращою ціною в Україні | Інтернет магазин ТОВ "БКФ-Електропласт".* URL: <https://pkf-elektroplast.com.ua/ua/p1671662607-orgsteklo-akril-kuski.html> (дата звернення: 18.05.2024).

39. Дизайнер: середня зарплата в Україні. *Work.ua – сайт пошуку роботи №1 в Україні.* URL: <https://www.work.ua/salary-дизайнер/>. (дата звернення: 05.03.2024).

40. Дизайн банерів – знайти дизайнера для банерів і рекламних креативів на Freelancehunt. *Freelancehunt.* URL: <https://freelancehunt.com/ua/freelancers/dizayn-ta-art/baneri> (дата звернення: 01.06.2024).

41. Банери – Київський Друкарський Цех. *Київський Друкарський Цех – Візитки, флаєра, баннери та інша поліграфія.* URL: [https://kpw.com.ua/bannery.shtml?gad\\_source=1&gclid=CjwKCAjwmYCzBhA6EiwAxFwfgDlaYbnqfRu3MKqh7o2APhf\\_nldbs5ezQDbNSea2RMDC94S6hHhRFRoCaK8QAvD\\_BwE](https://kpw.com.ua/bannery.shtml?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwmYCzBhA6EiwAxFwfgDlaYbnqfRu3MKqh7o2APhf_nldbs5ezQDbNSea2RMDC94S6hHhRFRoCaK8QAvD_BwE) (дата звернення: 29.05.2024).

42. Дизайн флаєра | создание, разработка листовок, цена в Киеве | Студия Дизайна 10-ка. *Студия Дизайна 10-ка – Любой дизайн для ваших целей | Киев | Украина.* URL: <https://10-ka.kiev.ua/flayer.html> (дата звернення: 25.05.2024).

43. Флаєри ▶ 269 грн/100 штук ▶ Друк флаєрів онлайн. *Друк поліграфії ▶Замовити Онлайн ▶Друкарня Vizitka.com®.* URL: [https://vizitka.com/uk/flayeri?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_term=&utm\\_campaign=search%20http%20DSA\\_ua&gad\\_source=1&am](https://vizitka.com/uk/flayeri?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_term=&utm_campaign=search%20http%20DSA_ua&gad_source=1&am)

[p;gclid=Cj0KCQjwsPCyBhD4ARIsAPaaRf1Tx6AWz8mBIgpdpbNwyqCklLxtnKjOgEzvneuZ\\_16VLiw0o77dU1UaAjjqEALw\\_wcB](https://www.24print.ua/ua/posts/kak-pravilno-sdelat-flaer). (дата звернення: 15.05.2024).

44. Сорокіна К. 5 кроків до ідеальної листівки від 24Print. *24print.kiev.ua*.  
URL: <https://www.24print.ua/ua/posts/kak-pravilno-sdelat-flaer>. (дата звернення: 26.05.2024).