

УДК 339.1:339.9

**Хурдей Вікторія Дмитрівна**  
*кандидат економічних наук, доцент,  
завідувач кафедри маркетингу  
Університет митної справи та фінансів*  
**Khurdei Viktoriia**  
*PhD in Economics, Associate Professor,  
Head of the Marketing Department  
University of Customs and Finance*  
ORCID: 0000-0001-9210-9705

**Дронова Тетяна Сергіївна**  
*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу  
Університет митної справи та фінансів*  
**Dronova Tetiana**  
*PhD in Economics, Associate Professor of the Marketing Department  
University of Customs and Finance*  
ORCID: 0000-0003-0440-5614

**Павловська Ірина Геннадіївна**  
*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри маркетингу  
Університет митної справи та фінансів*  
**Pavlovska Iryna**  
*PhD in Economics, Associate Professor,  
Associate Professor of the Marketing Department  
University of Customs and Finance*  
ORCID: 0000-0003-0765-9150

DOI: 10.25313/2520-2294-2024-2-9660

## ТЕЛЕГРАМ ЯК ДІДЖИТАЛ-ІНСТРУМЕНТ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ В МІЖНАРОДНОМУ МАРКЕТИНГУ

### TELEGRAM AS A DIGITAL TOOL OF BUSINESS COMMUNICATIONS IN INTERNATIONAL MARKETING

**Анотація.** Міжнародний бізнес швидко перетворюється і розвивається, а з ним розвиваються і засоби комунікацій. Традиційні способи зв'язку стають повільними та неефективними. Одним із найпопулярніших діджитал-інструментів бізнес-комунікації в міжнародному маркетингу став месенджер телеграм. Телеграм має можливість виконувати функції не лише месенджера, у ньому можна вести повноцінний блог, створити канали та чат-боти. Стаття присвячена теоретичним дослідженням використання месенджера Телеграм як діджитал-інструменту бізнес-комунікацій в міжнародному маркетингу. Проаналізовано цільову аудиторію Телеграм: за віком від 10 до 50 років, за сферою зайнятості користувачів – інформаційні технології. Визначено переваги використання месенджера у міжнародному бізнесі як засобу для комунікацій між діловими партнерами: швидкість, зручність, оперативність, конфіденційність, безпека, створення та просування власних каналів, бренду, безкоштовне сховище для файлів. Розглянуто можливості рекламної кампанії (офіційна і неофіційна реклама), можливості продаж (прямо та опосередковано) та розрахунків за товар/послугу (платіжні дані не доступні ні Телеграм, ні продавцю – вони захищені каналами направляються безпосередньо від покупця до платіжної системи) в Телеграм. Охарактеризовано інструменти та функції для

спрощення роботи з персоналом та організацією командної роботи: створення власних стікерів, голосові чати, розсилки, Tellme, групові відео зустрічі, документообіг, створення чат-ботів, телеграм-чат. Телеграм як гіджитал-інструмент бізнес-комунікацій в міжнародному маркетингу – це більш функціональний месенджер серед інших, має велику кількість переваг. Зручний для організації міжнародного бізнесу. Саме Телеграм спроможний суттєво підвищити інтерес цільової аудиторії до продукту чи бренду у цілому. Телеграм найбільш популярний, провідний месенджер, який за всіма критеріями перевершує інші додатки. З кожним оновленням він удосконалює свою систему та розвиває її з кожним роком тільки в кращу та інноваційну сторону.

Телеграм активно розвивається і тому є перспективною платформою у використанні його як засобу бізнес-комунікацій в міжнародному маркетингу.

**Ключові слова:** Телеграм, міжнародний маркетинг, міжнародний бізнес, гіджитал-інструмент, бізнес-комунікації.

**Summary.** International business is rapidly changing and developing, and the means of communication are also developing with it. Traditional methods of communication are becoming slow and ineffective. Telegram messenger has become one of the most popular digital business communication tools in international marketing. Telegram has the ability to perform the functions of not only a messenger, it is possible to run a full-fledged blog, create channels and chatbots. The article is devoted to theoretical studies of the use of the Telegram messenger as a digital tool of business communications in international marketing. The target audience of Telegram was analyzed: by age from 10 to 50 years, by the field of employment of users – information technologies. The advantages of using a messenger in international business as a means of communication between business partners are determined: speed, convenience, efficiency, confidentiality, security, creation and promotion of own channels, brand, free storage for files. We considered the possibilities of an advertising campaign (official and unofficial advertising), sales possibilities (directly and indirectly) and payments for goods/services (payment data are not available to Telegram or the seller – they are sent directly from the buyer to the payment system through protected channels) in Telegram. Tools and functions for simplifying work with personnel and organizing teamwork are described: creating your own stickers, voice chats, newsletters, Tellme, group video meetings, document management, creating chatbots, Telegram chat. Telegram as a digital tool of business communications in international marketing is a more functional messenger among others, has a large number of advantages. Convenient for organizing international business. It is Telegram that is able to significantly increase the target audience's interest in the product or brand as a whole. Telegram is the most popular, leading messenger that surpasses other applications by all criteria. With each update, he improves his system and develops it every year only in a better and innovative direction.

Telegram is actively developing and therefore is a promising platform for its use as a means of business communications in international marketing.

**Key words:** Telegram, international marketing, international business, digital tool, business communications.

**Постановка проблеми.** У наш час міжнародний бізнес швидко перетворюється і розвивається, а з ним розвиваються і засоби комунікацій. Традиційні способи зв'язку стають повільними та неефективними. Одним із найпопулярніших діджитал-інструментів бізнес-комунікації в міжнародному маркетингу став месенджер Телеграм.

Телеграм має низку переваг, які роблять його найбільш зручним та ефективним діджитал-інструментом для міжнародного бізнесу. По-перше, це швидка доставка повідомлень. По-друге, Телеграм забезпечує високий рівень захисту даних. Усі повідомлення між користувачами телеграм шифруються, що забезпечує конфіденційність комунікації. Крім того, Телеграм дозволяє використовувати двофакторну автентифікацію, що підвищує рівень безпеки використання месенджера. По-третє, надає широкі можливості для бізнес-комунікацій в міжнародному маркетингу: створення групових чатів для командної роботи, каналів для інформаційного обміну зі своїми клієнтами та партнерами. Крім цього, Телеграм надає API для розробників, що дозволяє створювати власні роботи та інтегрувати їх у бізнес-процеси.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В умовах цифровізації важливо вивчати сучасні мессенджери комунікацій в міжнародному маркетингу з метою прискорення обміну інформацією. Одним із таких месенджерів діджитал-комунікацій є Телеграм. Питання використання майданчика як інструменту для розвитку бізнесу вивчала Глушко О. [4]. Смірнова Т. [10] вивчала створення телеграм-каналу для бізнесу, наповнення його контентом та просування за допомогою платних та безкоштовних методів, щоб залучати клієнтів у межах платформи. Сенін В. [9] досліджував методи просування Телеграм-каналу. Пушкашова М. [8] ділилась досвідом щодо SEO-оптимізації Телеграм-каналів. Гембарський А. [3] вивчав питання стосовного того, як ділитись своїми папками з іншими користувачами в месенджері. Створенню чат-ботів в Телеграм присвячено дослідження Волицької І. [2]. Красієнко А., Янборисова А. [7] вивчали роботу Telegram-каналів для таких великих ритейлерів, як Rozetka, Stylus та MauDau, як працювати з месенджером та які можливості має телеграм для бізнесу. Дімура М. [5] описує як розкрутити бізнес за допомогою Телеграм. Каковкіна В. [6] характеризує Телеграм-канали на бізнес-тематику. Шевченко Л. [12] зібрав добірку підкастів та Telegram-каналів про IT, стартапи, ФОП та бізнес загалом. Чернова М. [11] досліджувала інтеграцію Телеграм

в існуючі системи управління клієнтським досвідом, зокрема CRM для Telegram, що забезпечує безперебійний потік інформації між клієнтами та менеджерами, виключаючи ризики пропущених важливих повідомлень.

Виокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Незважаючи на високий рівень досліджень теорії та методів впровадження та використання Телеграм у різних сферах та галузях, наукових робіт щодо використання месенджера в міжнародному бізнесі практично немає. Ніяких досліджень взагалі немає у вивченні Телеграм як діджитал-інструменту бізнес-комунікацій в міжнародному маркетингу.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Дослідити значимість месенджера Телеграм як діджитал-інструменту бізнес-комунікацій в міжнародному маркетингу.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Месенджери — це невід’ємна частина нашого життя. Вони не так давно набули популярності у світі. Месенджери — це новий спосіб бізнес-комунікацій між людьми незалежно від географічних особливостей за допомогою обміну миттєвими повідомленнями. На сьогоднішній день месенджери — це ті медіа, що вийшли на ринок медіа як соціальні платформи, які швидко передають аудіо, відео, аудіодивізовані та текстові повідомлення. У процесі активного розвитку мобільних соцмереж після 2015 року однією з найбільш поширених платформ комунікації як з точки зору аудиторії, так і з точки зору контенту, став Телеграм.

Телеграм — це популярна міжплатформна програма обміну повідомленнями, яка є найпоширенішою у світі. Telegram — один із майданчиків, який отримав великий приріст активної аудиторії. Кількість нових користувачів у месенджері щороку збільшується. Зараз за популярністю месенджер поступається WhatsApp, Facebook месенджерам. Telegram — месенджер із величезною аудиторією, яка доросла, платоспроможна і росте вона з кожним днем.

Щомісяця Telegram відвідує понад 700 мільйонів активних користувачів, що за кількістю людей можна порівняти із третьою за чисельністю населення країною у світі. За даними статистики [1], месенджер використовує близько 9% всіх користувачів інтернету у світі. Більшість користувачів Telegram — це чоловіки (майже 59% від загальної кількості користувачів). Переважна вікова група користувачів — від 25 до 34 років (або близько 51%). У Telegram є і доросліша, і молодша аудиторія. Частка користувачів віком від 35 років збільшується. Telegram давно перестав бути «месенджером лише для прогресивних». З розподілу за віком видно, що продукт масовий: месенджер використовують і школярі, і пенсіонери. Кількість

активних користувачів на день наближається до 196 млн. осіб. Середній час перебування у додатку — більше двох хвилини.

Більшість користувачів Telegram, працює у сфері інформаційних технологій. IT-сфера очікувано лідирує у рейтингу. На другому місці — напрямок піару та маркетингу. Закривають п’ятірку виробництво, освіта та торгівля. Telegram користуються як держслужбовці, так і діячі культури та мистецтва. Представників сфери страхування виявилось найменше.

Однією з ключових переваг використання Телеграм для міжнародного бізнесу є встановлення ефективної комунікації з клієнтами та забезпечення зворотного зв’язку. За допомогою Телеграм-каналів та груп об’єднують цільову аудиторію та встановлюють зв’язок з нею, регулярно надають актуальну інформацію про товари, послуги та акції. Надсилають повідомлення та розсилки клієнтам про новини, знижки або спеціальні пропозиції. У чат-ботах налаштовують автоматичні відповіді на питання, що часто задаються, і обробляють заявки без участі операторів, що значно економить час і ресурси компанії. Клієнти комунікують у будь-який час доби та отримують оперативні відповіді на свої запитання (рис. 1).

Телеграм — це ефективний інструмент для продажу та розповсюдження товарів. Завдяки своїй масовій популярності та широкому функціоналу, цей месенджер відмінно підходить для організації та розвитку міжнародного бізнесу. Однією з головних переваг Телеграм для міжнародного бізнесу є можливість створення каналів та груп, де підприємці можуть надати свої товари та послуги широкій аудиторії. У каналах та групах можна розміщувати інформацію про товари, акції, знижки, а також відповідати на питання потенційних клієнтів. Через Телеграм організують онлайн-магазин, де розміщують товари та приймають замовлення.

Для збільшення продажів та залучення нових клієнтів в Телеграм використовуються розсилки. З їх допомогою надсилається інформація про нові товари, акції, знижки, а також діляться цікавими матеріалами та корисними порадами. Розсилки дозволяють бізнесменам підтримувати постійну комунікацію з клієнтами та передплатниками, а також підвищувати лояльність до свого бренду в міжнародному маркетингу.

Для більш ефективного управління продажами та клієнтськими запитамі Телеграм інтегрується з CRM-системами та іншими інструментами управління бізнесом. Це дозволяє більш точно відстежувати статистику продаж, керувати замовленнями та підтримувати високий рівень обслуговування клієнтів. В цілому, Телеграм є потужним інструментом для продажу та розповсюдження товарів, який допомагає бізнесменам ефективно залучати

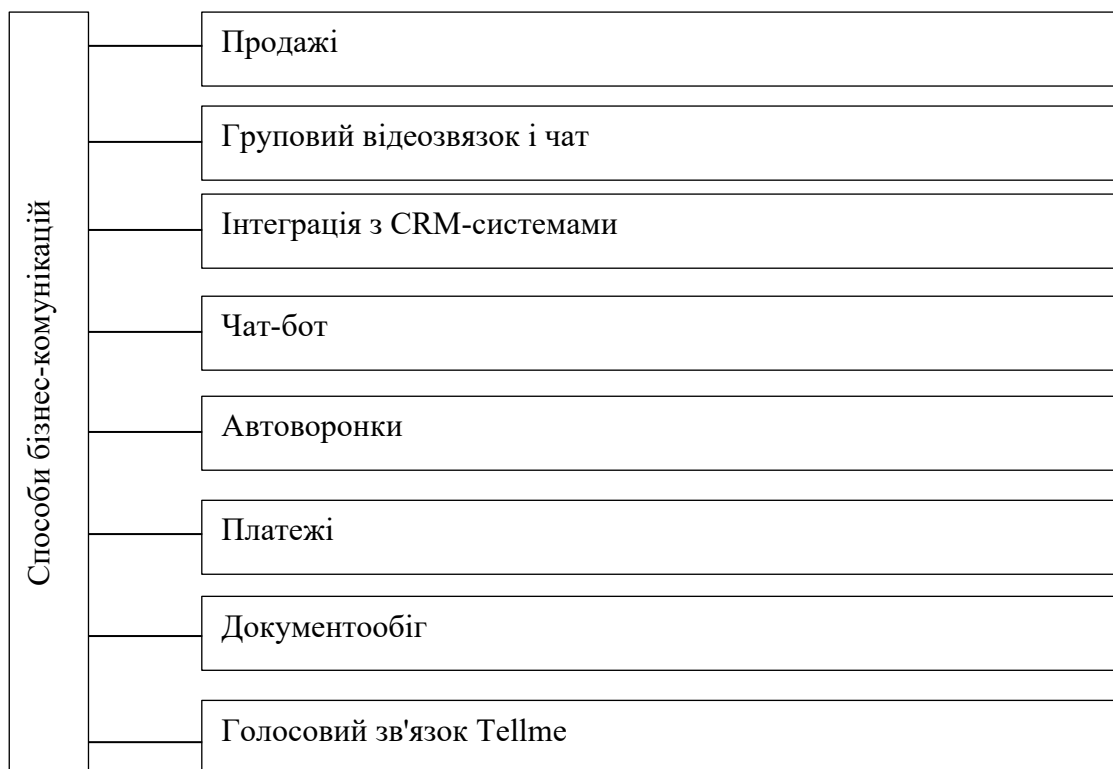


Рис. 1. Способи бізнес-комунікацій в міжнародному маркетингу

Джерело: власна розробка авторів

клієнтів, збільшувати продажі та розвивати свій бізнес.

Через месенджер є два способи продажу:

Прямий продаж — публікація карток товарів, показ вигідних сезонних пропозицій, нагадування про акції, додавання привабливих ілюстрацій та описів, щоб передплатники ставали покупцями.

Опосередкований — весь контент у месенджері не повинен складатися з карток та акцій, але це не означає, що в інформаційних матеріалах не повинно бути корисних для продажу даних. Крім того, сприяти продажам будуть розповіді про переваги продукту, експертна думка чи показ товару в дії.

Як один із способів реалізації товарів та послуг на міжнародні ринки через Телеграм використовуються автоворонки — автоматизовані розсилки для розігріву користувачів та продажу продукту: основного та додаткового. Зазвичай починаються з лід-магніту — безкоштовного продукту, за який користувач залишає свої контакти та дає дозвіл на розсилку. Далі працює стратегія, де користувач одержує листи (повідомлення) залежно від своїх дій. Автоворонки в телеграмі працюють через боти.

Зручною функцією для швидких розрахунків між покупцем і продавцем в міжнародному бізнесі є використання платежів в середині месенджера Телеграм. Процес оплати через Телеграм простий, а платіжні дані не доступні ні Телеграм, ні продавцю — вони, захищені каналами, направляються

безпосередньо від покупця до платіжної системи. Продавець отримує тільки ті дані, які необхідні для виконання замовлення, наприклад, адреса доставки, телефон та прізвище ім'я та по-батькові покупця. Месенджер також здійснює модерацію та стежить за надійністю телеграм-ботів, видаляючи підозрілі.

Прийом платежів через Телеграм буде корисним міжнародному бізнесу, який планує розвивати додатковий канал продажів безпосередньо в месенджері, а також бізнесу, який не має інших майданчиків залучення аудиторії, зокрема сайту. Телеграм-оплата може використовуватися інтернет-магазинами перед початком процесу доставки товару, а також після доставки, щоб покупець міг заплатити за товар прямо на місці.

Зручним засобом комунікації на міжнародному рівні є сервіс голосового зв'язку Tellme, що дозволяє набирати телефонні номери та приймати дзвінки прямо з програми Телеграм, завжди залишатися на зв'язку. Tellme є сучасною альтернативою роумінгу.

Для міжнародних бізнес-комунікацій зручно групові відеозустрічі, де у конференції можуть брати участь до тисячі глядачів; демонструвати екран та транслювати відео з камери можуть одночасно до тридцяти користувачів. Конференції запускаються на будь-якому пристрої: у програмах для смартфонів та комп'ютерів, у веб-версії для браузера.

Крім групових відео зустрічей міжнародні бізнес-партнери використовують груповий чат, де будь-який учасник чату може написати повідомлення, прокоментувати пост, надіслати файл і навіть взяти участь у груповому дзвінку. Телеграм-чат — це альтернативне рішення для платного корпоративного месенджера.

З метою прискорення процесу документообігу у міжнародному бізнесі документи та інші необхідні в роботі матеріали використовують Телеграм. Файли зберігаються у хмарі і їх можна подивитися будь-якої миті. Сервіс дозволяє приватним виконавцям підписувати юридично значущі договори, акти та інші документи від компаній-замовників безпосередньо в Телеграм без встановлення спеціальних програм.

Для автоматизації роботи і швидкої відповіді на стандартні питання міжнародному партнеру використовують чат-бот. Якщо проблема виходить за межі компетенцій бота, він підключає до листування живу людину. Також боти допомагають оформляти публікації в міжнародному бізнес-акаунті, влаштовувати опитування. Крім того, складніші боти використовують для оформлення замовлення та його оплати.

**Висновок.** Телеграм як діджитал-інструмент бізнес-комунікацій в міжнародному маркетингу — це більш функціональний месенджер серед інших, має велику кількість переваг. Зручний для організації міжнародного бізнесу. Месенджер суттєво підвищує інтерес цільової аудиторії до продукту чи бренду у цілому. Телеграм найбільш популярний, провідний месенджер, який за всіма критеріями перевершує інші додатки: продажі, розрахунки, групові відео зустрічі, групові чати, документообіг, чат-бот, голосовий зв'язок Tellme, автоворонки, інтеграція з CRM-системами.

Телеграм активно розвивається і тому є перспективною платформою у використанні його як засобу бізнес-комунікацій в міжнародному маркетингу: немає обмежень на тип контенту, який можна використовувати для публікації, від письмового контенту до фотографій, відео, підкастів і т.д.; безпека переді інформації шляхом використання блокування паролем, двофакторна автентифікація та безпека за своєю природою; відсутній ризик видалення каналу дуже низький; передплатники — найважливіша частина каналу Telegram, кількість учасників не обмежена, можливість мати мільйони учасників для каналу Telegram.

#### Література

1. *Tgstat: вебсайт*. URL: <https://uk.tgstat.com/business> (дата звернення: 29.01.2024).
2. Волицька І. Як створити чат-бот для Telegram-каналу — інструкція для адміністраторів. *Netpeak Journal*. 2022. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/yak-stvoriti-chat-bot-dlya-telegram-kanalu-instruktsiya-dlya-administratoriv/> (дата звернення: 28.01.2024).
3. Гембарський А. Як правильно ділитися папками у Telegram. *Netpeak Journal*. 2023. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/yak-pravil-no-dilitisya-papkami-u-telegram/> (дата звернення: 29.01.2024).
4. Глушко О. Як розвивати бізнес за допомогою Telegram-маркетингу: Покрокова інструкція. *Rank Tracker*. 2023. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/how-to-boost-business-with-telegram-marketing-step-by-step-guide/> (дата звернення: 30.01.2024).
5. Дімура М. Telegram-канал — огляд можливостей і як його розкрутити з нуля. *Business Site*. 2023. URL: <https://www.site2b.ua/ua/web-blog-ua/telegram-kanal-oglyad-mozhливостей-i-yak-jogo-rozkrutiti-z-nulya.html> (дата звернення: 27.01.2024).
6. Каковкіна В. Підвищення кваліфікації: 8 найкращих українських телеграм-каналів на бізнес-тематику. *Mind*. 2022. URL: <https://mind.ua/openmind/20247613-pidvishchennya-kvalifikaciyi-8-najkrashchih-ukrayinskih-telegram-kanaliv-na-biznes-tematiku> (дата звернення: 28.01.2024).
7. Красієнко А., Янборисова А. Як онлайн-магазину продавати через Телеграм? *Promodo*. 2023. URL: <https://www.promodo.ua/blog/yak-onlayn-magazinu-prodavati-cherez-telegram> (дата звернення: 28.01.2024).
8. Пушкіашова М. 10+ корисних Telegram-каналів про SEO: кейси, інсайти, стратегії, мему. *Netpeak Journal*. 2023. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/10-korisnikh-telegram-kanaliv-pro-seo-keysy-insayti-strategii-memi/> (дата звернення: 29.01.2024).
9. Сенін В. Просування в Telegram. 14 способів розкрутки та інші поради. *Netpeak Journal*. 2022. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/prosuvannya-v-telegram-14-sposobiv-rozkruchuvannya-ta-inshi-poradi/> (дата звернення: 28.01.2024).
10. Смірнова Т. Канал у Telegram: як просувати бізнес через месенджер. *Gbc-time.com*. 2022. URL: <https://ua.gbc-time.com/article/kanal-u-telegram-yak-prosuvati-biznes-cherez-mesendjer66118.html> (дата звернення: 29.01.2024).
11. Чернова М. Як CRM для Telegram перетворює бізнес-комунікації та робить кожне повідомлення важливим. 2024. URL: <https://freeradio.com.ua/ru/kak-crm-dlia-telegram-preobrazuet-biznes-kommunikatsyy-u-delaet-kazhdoe-soobshchenye-vazhnym/> (дата звернення: 27.01.2024).

12. Шевченко Л. Що почитати з користю для бізнесу. Українські Telegram-канали та подкасти про стартапи, IT, ФОП. *Liga.net*. 2023. URL: <https://tech.liga.net/ua/ukraine/article/chto-pochitat-o-biznese-ukrainskie-telegram-kanaly-i-podkasty-o-startapah-it-fop> (дата звернення: 27.01.2024).

#### References

1. *Tgstat*. Retrieved from <https://uk.tgstat.com/business> [in Ukrainian].
2. Volytska, I. (2022). Yak stvority chat-bot dlia Telegram-kanalu — instruktsiia dlia administratoriv [How to create a chatbot for a Telegram channel — instructions for administrators]. *Netpeak Journal*. Retrieved from <https://netpeak.net/uk/blog/yak-stvoriti-chat-bot-dlya-telegram-kanalu-instruktsiya-dlya-administratoriv/> [in Ukrainian].
3. Hembarskyi, A. (2023). Yak pravylno dilytysia papkami u Telegram [How to properly share folders in Telegram]. *Netpeak Journal*. Retrieved from <https://netpeak.net/uk/blog/yak-pravil-no-dilytysia-papkami-u-telegram/> [in Ukrainian].
4. Hlushko, O. (2023). Yak rozvyvaty biznes za dopomohoiu Telegram-marketynhu: Pokrokovyia instruktsiia [How to develop a business using Telegram marketing: Step-by-step instructions]. *Rank Tracker*. Retrieved from <https://www.ranktracker.com/uk/blog/how-to-boost-business-with-telegram-marketing-step-by-step-guide/> [in Ukrainian].
5. Dimura, M. (2023). Telegram-kanal — ohliad mozhlyvostei i yak yoho rozkrutyty z nulia [Telegram channel — an overview of possibilities and how to develop it from scratch]. *Business Site*. Retrieved from <https://www.site2b.ua/ua/web-blog-ua/telegram-kanal-oglyad-mozhlyvostej-i-yak-jogo-rozkrutiti-z-nulya.html> [in Ukrainian].
6. Kakovkina, V. (2022). Pidvyshchennia kvalifikatsii: 8 naikrashchikh ukrainskykh telehram-kanaliv na biznes-tematyku [Advanced training: 8 best Ukrainian Telegram channels on business topics]. *Mind*. Retrieved from <https://mind.ua/openmind/20247613-pidvishchennya-kvalifikaciyi-8-najkrashchih-ukrayinskih-telegram-kanaliv-na-biznes-tematiku> [in Ukrainian].
7. Krasienko, A., & Yanborysova, A. (2023). Yak onlain-mahazynu prodavaty cherez Telehram? [How can an online store sell through Telegram?]. *Promodo*. Retrieved from <https://www.promodo.ua/blog/yak-onlayn-magazynu-prodavati-cherez-telegram> [in Ukrainian].
8. Pushkashova, M. (2023). 10+ korysnykh Telegram-kanaliv pro SEO: keisy, insaity, stratehii, memy [10+ useful Telegram channels about SEO: cases, insights, strategies, memes]. *Netpeak Journal*. Retrieved from <https://netpeak.net/uk/blog/10-korisnykh-telegram-kanaliv-pro-seo-keisy-insayti-strategii-memi/> [in Ukrainian].
9. Senin, V. (2022). Prosvannia v Telegram. 14 sposobiv rozkrutky ta inshi porady [Promotion in Telegram. 14 ways of promotion and other tips]. *Netpeak Journal*. Retrieved from <https://netpeak.net/uk/blog/prosvannya-v-telegram-14-sposobiv-rozkruchuvannya-ta-inshi-poradi/> [in Ukrainian].
10. Smirnova, T. (2022). Kanal u Telegram: yak prosuvaty biznes cherez mesendzher [Channel in Telegram: how to promote business through the messenger]. *Gbc-time.com*. Retrieved from <https://ua.gbc-time.com/article/kanal-u-telegram-yak-prosuvati-biznes-cherez-mesendjer66118.html> [in Ukrainian].
11. Chernova, M. (2024). Yak CRM dlia Telegram peretvoriuie biznes-komunikatsii ta robyt kozhne povidomlennia vazhlyvym [How CRM for Telegram transforms business communications and makes every message count]. *Vilne radio*. Retrieved from <https://freeradio.com.ua/ru/kak-crm-dlia-telegram-preobrazuet-byznes-kommunikatsyy-y-delaet-kazhdoe-soobshchenye-vazhnyim/> [in Ukrainian].
12. Shevchenko, L. (2023). Shcho pochytyty z korystiu dlia biznesu. Ukrainski Telegram-kanaly ta podkasty pro startapy, IT, FOP [What to read with benefit for business. Ukrainian Telegram channels and podcasts about startups, IT, FOP]. *Liga.net*. Retrieved from <https://tech.liga.net/ua/ukraine/article/chto-pochitat-o-biznese-ukrainskie-telegram-kanaly-i-podkasty-o-startapah-it-fop> [in Ukrainian].