УДК 334.722:004.738.5 **DOI:10.32680/2409-9260-2021-7-8-284-285-117-122**

ОСОБЛИВІ РИСИ СЕКТОРУ ІНТЕРНЕТ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Орленко О.М. кандидат економічних наук, старший викладач, старший викладач кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна
e-mail: orlenko20022015@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-8814-4476

Макась С.О. студент 3 курсу факультету економіки та управління підприємництвом, Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна
e-mail: makassergeyolegovich@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-2295-05IX

Анотація. *У статті розглядається місце та значення сфери Інтернет підприємництва як основного елементу інформаційної, "нової" економіки. Доведено важливість Інтернет підприємництва як важливого та перспективного напрямку розвитку української економіки Зазначено головні переваги та можливості, які відкриваються сучасним суб'єктам господарювання за допомогою сфери Інтернет. Виявлено, що Інтернет-компаніям притаманні риси компаній інноваційного типу, основна комерційна діяльність яких реалізується в мережі Інтернет. Визначено основні відмінні риси Інтернет-компаній від традиційних форм ведення бізнесу. Розглянуто основні принципи побудови бізнесу в мережі Інтернет. Розкрито особливості та елементи процесу організації Інтернет-компанії. Проаналізовано структуру та характеристику споживачів сфери Інтернет підприємництва.*
Ключові слова: *Інтернет підприємництво, підприємництво, інформаційна економіка, Інтернет-компанія, Інтернет-магазин, бізнес.*

SPECIAL FEATURES OF THE INTERNET ENTREPRENEURSHIP SECTOR

Orlenko Olha, Candidate of Economic Sciences, PhD, Senior Lecturer, Senior Lecturer, Department of Business Economics and Business Organization, Odessa National University of Economics, Odessa, Ukraine
e-mail: orlenko20022015@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-8814-4476

Makas Sergiy, student of the Faculty of Economics and Enterprise Management, Odessa National Economic University, Ukraine
e-mail: makassergeyolegovich@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-2295-05IX

Abstract. *Introduction. The Internet in the modern world, and in the economy in particular, is constantly opening new directions and expanding existing ones. The process of transformation of the Internet in accordance with the needs of the economy and society is constantly taking place, and in turn, the approaches to doing business by business entities under the influence of Internet technologies are changing. This requires meticulous attention and study of these transformations. The paper presents the basic principles of business organization of the Internet, due to the special environment in which Internet companies operate. Purpose. Purpose of the article is to analyze the particular qualities of Internet companies development in Ukraine and to identify the most innovative promising areas. Results. Based on theoretical generalizations, the article identifies two main approaches to economic regulation - positive and normative. Based on the achievements of modern theories of regulation, the need and goals of regulation of the banking sector of the economy are formulated: at the microlevel - is the protection of consumer rights through social networks; at the macrolevel - support for Internet companies. Scientific novelty. The article develops conceptual approaches to the regulation of Internet business. The goal of the work. The main purpose of the work is to analyze the Internet from an economic point of view, to study its role in the economy and entrepreneurship, as well as to study the distinctive features of management in Internet entrepreneurship and it spositive differences from traditional business.*
Keywords: *Internet entrepreneurship, entrepreneurship, information economy, Internet company, online store, business.*
JEL Classification: L260

Постановка проблеми. Інтернет у сучасному світі, і зокрема в економіці постійно відкриває нові напрямки та розширює існуючі. Невпинно відбувається процес трансформації Інтернет відповідно до потреб економіки та суспільства, і в свою чергу, змінюються підходи ведення бізнесу суб'єктами господарювання під впливом Інтернет-технологій. Це потребує прискіпливої уваги та дослідження цих перетворень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню сфери Інтернет підприємництва присвячені праці таких вчених-економістів, як Цалко Т. Р., Поляков М.В., Терещенко Е. Ю. та інші.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Невпинний розвиток сфери Інтернет підприємництва та необхідність адаптації системи управління даних суб'єктів господарювання до сучасних умов вимагає дослідження особливостей створення, функціонування та розвитку даного сектору економіки.

Мета дослідження полягає у виявленні особливостей формування та розвитку Інтернет підприємництва. Основною метою роботи є аналіз Інтернету з економічної точки зору, вивчення його ролі в економіці та розвитку підприємницької діяльності.

Основний матеріал. Активний розвиток інформаційних і комунікаційних технології та їх розповсюдження повністю трансформувало систему глобальних взаємовідносин на світовому та внутрішньому ринку та призвело до появи нового типу економіки - «віртуальна економіка», «інформаційна економіка».

Інформаційна економіка – це електронна економічна діяльність, де переважає господарська діяльність у сфері інформаційних послуг, їх виробництва та обміну, де основними ресурсами є інформація та знання. Доцільно зауважити, що у науковому вжитку часто циркулюють такі назви, як «постіндустріальна економіка», «інформаційне суспільство», «економіка знань», «суспільство знань», «віртуальна економіка», «Інтернет-економіка», «технологічне суспільство», «креативна економіка», «неокапіталізм», «сервісне суспільство», «постіндустріальний капіталізм» [1].

Становлення інформаційної економіки (е-економіка) надає можливість підприємствам надавати свої товари/послуги у зручному форматі, аналізувати діяльність конкурентів, ринкової ситуації і потреби споживачів у режимі он-лайн; збільшувати масштаб економічної діяльності, що досягається розміщенням усіх видів економічної діяльності; мережними формами організації співпраці [2].

Розвиток інформаційної економіки сприяє трансформації і такої категорії як підприємництво. Так згідно традиційного усталеного визначення підприємництва як безпосередньої самостійної, систематичної, на власний ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством.

Щодо Інтернет-підприємництва,– це підприємництво в інтернеті, або з допомогою інтернету. Як зазначає Цалко Т.Р. Інтернет підприємництво працює в усіх сферах та існує в усіх видах, які є в реальному житті. Даний вид діяльності з'являється внаслідок того, що Інтернет завдяки своїм можливостям дозволяє безкоштовно «заманити» на сайт усіх людей на планеті, хто цікавиться вашим товаром, послугою, досвідом [2].

На наш погляд, для Інтернет підприємництва є притаманним інноваційний характер здійснення діяльності, оскільки тягне за собою активне використання підприємцями останніх досягнень інформаційних технологій в якості основи для прогресивного методу ведення бізнесу.

Необхідно відзначити, що Інтернет підприємництво є перспективним напрямком розвитку української економіки. Інтернет підприємництво можна розглядати і як особливе середовище економічних комунікацій, в якій з'являється можливість об'єднання спільнот споживачів завдяки інтерактивності спілкування. Інтернет підприємництво є також засобом розв’язання проблем розвитку та вдосконаленню інформаційної інфраструктури підтримки ринку в Україні.

Відповідно до сучасних вимог, Інтернет підприємництво дозволяє скорочувати витрати на проведення різноманітних операцій і частково розв’язувати проблеми регіонів і підприємств, пов'язані з традиційно невигідним географічним розташуванням і великими відстанями від споживачів. Таким чином, Інтернет підприємництво стає особливою формою підприємницької діяльності, за якої основні бізнес-процеси (купівля продаж, пошук клієнтів, розповсюдження товарів та ін.) здійснюються в мережі Інтернет. Під час прийняття рішення про здійснення Інтернет підприємництво, з'являється необхідність вирішення таких основних питань:

- кардинальну зміну бізнес-процесів, характерних для традиційної господарської діяльності;
- зміна вимог до товарів і послуг, які реалізуються через Мережу;
- зміна відносин з постачальниками;
- зміна інфраструктури діяльності.

Дані завдання визначають основні принципи побудови бізнесу в мережі Інтернет, серед яких можна виділити наступні:

1. Системний підхід в рамках організації підприємницької діяльності в Мережі передбачає розгляд всіх бізнес-процесів як єдиної функціонуючої системи. Інтернет підприємництво, як система, являє собою сукупність технічних засобів, програмних продуктів і способів, що дозволяють реалізувати комерційну діяльність в мережі Інтернет. В Інтернет підприємництві всі операції тісно пов'язані, і порушення хоча б одного з них спричинить зупинку всієї діяльності суб'єкта господарювання.
2. Інноваційний характер підприємницької діяльності в мережі Інтернет вимагає постійного вивчення ринку високих технологій і впровадження передових досягнень науки в бізнес-процеси організації. Це пов'язано з тим, що мережа Інтернет є відкритою структурою, де рівень конкуренції дуже високий.
3. Особливе значення має принцип реалізованості бізнес-ідеї, що передбачає постановку конкретних, реально досяжних цілей з урахуванням фінансових, матеріальних та інтелектуальних ресурсів суб'єкта господарювання.
4. Принцип оперативності і гнучкості визначається здатністю організації своєчасно реагувати на зміни, що відбуваються у сфері інноваційних технологій, законодавства і світових тенденцій у розвитку економіки.
5. Дотримання принципу орієнтованості на клієнта, його потреб в даний час і здатність передбачати «перспективні потреби» є невід'ємною рисою успішного ведення бізнесу в Інтернет. Діяльність будь-якої комерційної організації спрямована на задоволення потреби певного кола потенційних покупців її товарів і послуг. Покупці сфери Інтернет підприємництва мають свої відмінні риси від покупців на традиційних, фізичних, ринках, які необхідно враховувати при організації Інтернет підприємства.

Також необхідно відзначити наявність певних відмінностей між покупцями сфери Інтернет підприємництва та традиційних форм ведення бізнесу. Так, відповідно до маркетингового дослідження компанії NPD Group було виявлено, що 51% Інтернет покупців в основному використовують Мережу як інструмент вибору і вивчення товару, після чого купують його в реальному (традиційному) магазині; 40 % опитаних є, так званими, «чистими» Інтернет покупцями, які здійснюють весь цикл, від вибору товару до отримання, в мережі Інтернет; 9 % Інтернет покупців, як правило, вибирають в реальному магазині, а набувають в мережі Інтернет [4, с.246]. Враховувати ці особливості доцільно будь-якій компанії, яка виходить на сучасний ринок.

Відмінними рисами Інтернет-компаній є особлива форма реалізованого товару (послуги), інноваційний характер процесів, особлива структура витрат і активів компанії, і особливі етапи організації комерційної діяльності.

Інтернет-компанія існує в особливому середовищі мережі Інтернет, відповідно і основними товарами (послугами), реалізованими компанією стають ті, які можливо передати по телекомунікаційним каналам зв'язку (цифрові товари), а також ті, оплата яких може бути здійснена за допомогою мережі Інтернет за допомогою спеціальних платіжних систем. Таким чином, можна виділити наступні види Інтернет підприємництво:

- Інтернет підприємництво, пов'язане з обслуговуванням цифрового потоку продукції. Це є проявом Інтернет комерції в «чистому» вигляді, при якому повний цикл комерційної угоди може бути проведений через мережу Інтернет.
- Інтернет підприємництво пов'язане з обслуговуванням матеріального потоку продукції. В даному випадку мається на увазі продукція, яку неможливо уявити в іншому вигляді, ніж вона представлена і в традиційному бізнесі, наприклад, автомобілі, нерухомість, продукти харчування, косметика і т.д. Однак, незважаючи на матеріальну форму, замовлення та оплата таких товарів можуть проводитись за допомогою мережі Інтернет. Особливістю є те, що споживач отримує цю продукцію через кур'єра поштової служби або безпосередньо в офісі самої фірми.

Особливими елементами організації Інтернет-компанії в порівнянні з традиційними компаніями, є необхідність реєстрації доменних імен, організації отримання грошей через електронні платіжні системи, організація доставки товару (послуги), а також організація забезпечення достатнього рівня безпеки інформації здійснюваних операцій купівлі продажу.

Щодо реєстрації доменних імен , то необхідно відмітити необхідність реєстрації не одного доменного імені в мережі Інтернет, а придбання якомога більшої кількості доменів в різних зонах. Це безпосередньо пов'язано з придбанням конкурентних переваг компанії. Доменне ім'я має значення торгової марки, тому, купуючи домен тільки в одній зоні мережі Інтернет, компанія тим самим дає можливість іншим компаніям скористатися перевагою просування своїх товарів, використовуючи вже «розкручене» ім'я.

Розглянуті особливості функціонування Інтернет-компаній необхідно також враховувати під час створенні сайту, що є головним елементом в процесі організації Інтернет-компанії. Веб-сайт являє собою Інтернет представництво компанії, сукупність взаємопов'язаних сторінок, концептуально об'єднаних за змістом і фізично знаходяться на одному сервері. Веб-сайт, будучи основою Інтернет-компанії, акумулює в собі всю інформацію, яку необхідно довести до потенційного покупця [5].

Інтернет-компанії функціонують в особливому середовищі - мережі Інтернет, відповідно і фактори, що впливають на діяльність Інтернет-компаній безпосередньо пов'язані з особливостями мережі Інтернет як телекомунікаційної системи. Всю сукупність факторів, що впливають на функціонування веб-сайту Інтернет-компанії, можна розділити на дві групи:

1. фактори прямого впливу, здійснюють безпосередній вплив на функціонування веб-сайту Інтернет-компанії;
2. загальні фактори опосередкованого впливу.

Спільними факторами опосередкованого впливу є вплив держави, природних умов, рівень платоспроможності населення і рівень комп'ютерної грамотності та доступності до мережі Інтернет.

Аж до теперішнього часу не розроблені закони, що регулюють діяльність у мережі Інтернет, тому фактор «вплив держави» не може надавати прямого впливу на функціонування веб-сайту Інтернет-компаній. Природні (кліматичні) умови можуть здійснювати як позитивний, так і негативний вплив. У першому випадку, за несприятливих погодних умов, потенційному покупцеві легше зробити замовлення, не виходячи з дому. Негативний вплив даного чинника полягає в тому, що несприятливі кліматичні умови можуть призвести до перешкод в електричних ланцюгах комутатора і привести до нестійкого зв'язку або абсолютному збою роботи веб-сайту Інтернет-компанії.

Рівень платоспроможності населення не здійснює безпосереднього впливу на роботу веб-сайту Інтернет-компанії, але позначається на рівні одержуваних компанією доходів. Чим вище рівень комп'ютерної грамотності, тим швидше відбуваються угоди купівлі-продажу в Мережі.

До факторів прямого впливу відносять поведінку Інтернет відвідувачів, пошукових систем, конкурентів і розвиток інформаційних технологій. Варто враховувати, що менеджмент проекту відрізняється від звичайного операційного менеджменту тим, що його мета - формування концепції, розробка ідеї, а не виробництво, продаж і адміністрування вже розробленого продукту. Іншими словами, менеджмент проекту носить одноразовий і тимчасовий характер - від задуму до реалізації, тобто першого виходу продукту на ринок.

Сфера менеджменту Інтернет-проектів через високу динаміку даної галузі, містить низку особливостей. Так, замовники часто не мають чіткого бачення продукту і приходять до його ясного розуміння тільки по ходу розвитку проекту. Це вимагає від розробників значної гнучкості, вміння адаптуватися під постійні зміни, а сам процес стає швидше творчим пошуком рішень, ніж суворим дотриманням плану за заданими критеріями.

Важливою частиною управління Інтернет підприємств є контент-менеджмент. Однією зі сторін менеджменту в Інтернеті є управління контентом сайту. Інформація сьогодні - найцінніший продукт, тому не дивно, що для онлайн-просування багато компаній використовують унікальний, корисний людям контент.

Контент-менеджмент, або Інтернет копірайт менеджмент - управління текстовим наповненням онлайн-ресурсів з урахуванням вимог пошукових систем до технічного оформлення та до загальної якості тексту (кількість «води», граматичні помилки, легкість сприйняття, «нудота» документа). Контент-менеджмент включає в себе генерацію контенту, роботу з копірайтерами, редагування текстів для SEO-оптимізації, обробку візуальних матеріалів - все, що пов'язано з наповненням ресурсу змістом [6, с.73-75].

Важливим напрямком управління є управління сайтом. Веб-сайт є одним з головних елементів системи маркетингу в Інтернеті і вимагає великої уваги з боку підприємства. З точки зору маркетингу, веб-сайт - це набір інформаційних блоків та інструментів для взаємодії з одним або декількома сегментами цільової аудиторії. Які інструменти будуть задіяні, як вони взаємодіють між собою – все це залежить від обраної моделі бізнесу, вирішуваних завдань (короткострокових і довгострокових), а також від типу сегментів цільової аудиторії і можливості контактувати з нею тим чи іншим способом [6].

Одним з найпоширеніших варіантів сайту компанії є Інтернет-магазин. Інтернет-магазин - спеціалізований інтерактивний сайт, віртуальна «вітрина» магазину, що пропонує своїм

відвідувачам можливість придбання продукту online шляхом прийому замовлення, оплати та доставки, причому останні можуть проходити цілком традиційними методами, наприклад, готівкою, банківською картою кур'єру, післяплатою поштою.

Як зауважує Терещенко Е. Ю. значний вплив Інтернет-магазинів на економіку відбувається вже протягом тривалого часу, а в перспективі, її всеосяжний вплив буде зачіпати не тільки окремих споживачів або підприємства, а й суспільство в цілому. Підприємства та організації, що використовують потенціал Інтернет-торгівлі в повній мірі, мають можливість кардинальних змін, що змінюють уподобання споживачів в корені, що в повній мірі перетворює і сам існуючий ринок, а так само створює принципово нові види ринків [4].

Управління ресурсом eCommerce - це діяльність з організації продажів, а також контроль, координація бізнес-процесів, трудових ресурсів, необхідних для її успішного здійснення.

Загальна схема роботи Інтернет-магазин включає наступні етапи:

- Залучення користувачів шляхом просування ресурсу online різними методами, аналіз ефективності каналів залучення і вартості відвідувачів для оцінки вкладень.
- Утримання потенційного покупця: створення інтуїтивно-зрозумілого, конкурентного сайту з адекватними цінами, що відповідає сучасним вимогам дизайну. Завдяки цим зусиллям відвідувач легко може замовити цікавить його товар або послугу, а довіра до вас не викликає сумнівів.
- Контакт з клієнтом при його зверненні за допомогою або консультацією.
- Закриття, оформлення угоди за рахунок використання спеціальних автоматичних програм з передачі даних замовлення, його підтвердження і оплати [7].

Робота менеджера онлайн-магазину перетинається з основними етапами Інтернет-маркетингу, переслідуючи схожі цілі: збільшення прибутку, задоволення потреб користувачів, оптимізація, підвищення ефективності роботи сайту, утримання конкуруючих позицій.

Однак, більшу роль тут так само грає грамотне управління людськими ресурсами, так як за будь-яким етапом стоїть якість роботи персоналу відповідного відділу. Тому правильна організація праці співробітників, згуртована діяльність членів колективу, своєчасний контакт з клієнтом можуть підвищити загальну ефективність роботи Інтернет-магазину.

Крім того, важливою вимогою є дотримання технічного прогресу: використання актуального програмного забезпечення для ведення обліку та контролю за процесами допомагає значно прискорити роботу Інтернет-магазину.

Висновок. Інтернет революційно змінив усі аспекти життя сучасного суспільства, включаючи й економіку. Основними перевагами Інтернету є його ефект розширення прав і можливостей, усунення географічних бар'єрів, економічна ефективність та ін. В свою чергу, розвиток Інтернет сприяв появі нового сектору економіки - Інтернет підприємництво. Особливого значення розвиток цього напрямку діяльності різноманітних компаній набув в умовах карантинних заходів. Оскільки у сучасних, досить непростих економічних умовах, коли багато підприємств були змушені призупинити свою діяльність, ключем до порятунку для більшості підприємців стало ведення діяльності в мережі Інтернет. У зв'язку з чим застосування в діяльності цифрових технологій дозволило підприємцям поліпшити свою роботу, а сучасні сервіси та платформи дали можливість їм швидко адаптуватися до мінливого глобального ринкового середовища.

Інтернет-підприємництво є досить молодим сегментом економіки України, однак активно набирає обертів у своєму розвитку. Наша країна готова зайняти високі позиції на ринку електронної комерції. Раціональна організація Інтернет-бізнесу з урахуванням усіх проблемних моментів, таких як конкурентоспроможні ціни, широкий асортимент, вибір способу доставки, сприятиме просуванню України в Інтернет-просторі. Український ринок Інтернет-підприємництва є, на наше глибоке переконання, досить привабливим та перспективним.

Список літератури

1. Поляков М. В. Особливості підприємництва в економіці знання. *Економічний простір*. 2014. № 89. С. 51-62. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2014_89_7.
2. Цалко Т. Р. Особливості онлайн-підприємництва в Україні. Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні : матеріали виступів III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (11 квітня 2019 р., м. Київ). Київ : КНУТД, 2019. С. 238-241.
3. .Афанасьєв В.А. Відмінні ознаки електронної торгівлі. *Інтернет маркетинг*. 2017. № 5. С. 17-18.

4. Терещенко Е. Ю. Розвиток інтернет-торгівлі в умовах сучасного бізнес-середовища. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7381 (дата звернення: 02.09.2021)
5. Інтернет-торгівля. Практичний вебінар. Київ 2018. URL: http://payu.ru/novosti/webinar/ (дата звернення: 20.06.2021).
6. Купріянова Т.М. Сучасні інновації в Інтернеті. 2019. № 4. С. 73-75.
7. Правове регулювання Інтернет-торгівлі. URL: http://www.krconsult.org/about/analytics/keypages/keypage-7/research-Internet-trade/ (дата звернення: 20.06.2021).
8. Хижняк О.С. Недоліки електронного бізнесу в України і шляхи їх усунення // *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. № 16. С. 90-94.
9. Управління інтернет-магазином: ключові деталі успіху.URL: https://envybox.io/blog/upravlenie-internet-magazinom/
10. Хизрич Р., Пітері М. Підприємництво. М., 2020. Вип. 1. № 20. С. 90-92

References

1. Poliakov M. V. Osoblyvosti pidpryiemnytstva v ekonomitsi znannia. *Ekonomichnyj prostir*. 2014. № 89. S. 51-62. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/etspros_2014_89_7. [in Ukrainian].
2. Tsalko T. R. Osoblyvosti onlajn-pidpryiemnytstva v Ukraini. Suchasni determinanty rozvytku biznes-protsesiv v Ukraini : materialy vystupiv III Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi Internet-konferentsii (11 kvitnia 2019 r., m. Kyiv). Kyiv : KNUTD, 2019. S. 238-241. [in Ukrainian].
3. .Afanas'iev V.A. Vidminni oznaky elektronnoi torhivli. *Internet marketynh*. 2017. № 5. S. 17-18. [in Ukrainian].
4. Tereschenko E. Yu. Rozvytok internet-torhivli v umovakh suchasnoho biznes-seredovyscha. *Efektyvna ekonomika*. 2019. № 9. URL: http://vvv.etsonomy.nayka.tsom.ua/?op=1&z=7381 (data zvernennia: 02.09.2021) [inUkrainian].
5. Internet-torhivlia. Praktychnyj vebinar. Kyiv 2018. URL: http://paiu.ru/novosti/vebinar/ (data zvernennia: 20.06.2021). [inUkrainian].
6. Kupriianova T.M. Suchasni innovatsii v Interneti. 2019. № 4. S. 73-75.
8. Pravove rehuliuvannia Internet-torhivli. URL: http://vvv.krtsonsult.org/about/analytitss/keypages/keypage-7/research-Internet-trade/ (data zvernennia: 20.06.2021) [inUkrainian].
9. Khyzhniak O.S. Nedoliky elektronnoho biznesu v Ukrainy i shliakhy ikh usunennia // Naukovyj visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu. Seriia: Ekonomichni nauky. 2016. № 16. S. 90-94. [inUkrainian].
10. Upravlinnia internet-mahazynom: kliuchovi detali uspikhu. URL: https://envybokh.io/blog/upravlenie-internet-magazinom/
11. Khyzrych R., Piteri M. Pidpryiemnytstvo. M., 2020. Vyp. 1. № 20. S. 90-92