

УДК 334.72:336.7

DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V55\(2026\)-24](https://doi.org/10.31521/modecon.V55(2026)-24)

Мікуляк К. А., асистент кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв, Україна

ORCID: 0000-0001-8317-0360

e-mail: mikulyak@mnau.edu.ua

Корньова В. Ю., здобувач вищої освіти обліково-фінансового факультету, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв, Україна

ORCID: 0009-0006-9950-2300

e-mail: vika88001@gmail.com

Організація підприємницької діяльності з надання інформаційних послуг в Україні

Анотація. У статті розкрито особливості організації та реєстрації бізнесу у сфері надання інформаційних послуг в Україні в умовах цифрової трансформації економіки. Обґрунтовано, що інформаційні послуги є важливим чинником формування нових бізнес-моделей, підвищення конкурентоспроможності підприємств та розвитку підприємницької активності. Узагальнено наукові підходи до трактування сутності інформаційних послуг, визначено їх місце у структурі сучасної економіки та окреслено відмінності між власне інформаційними та допоміжними послугами інформаційної сфери. Досліджено ключові аспекти започаткування бізнесу у цій галузі, зокрема державну реєстрацію, вибір системи оподаткування, розроблення бізнес-плану, захист об'єктів інтелектуальної власності, а також можливості використання грантових та інвестиційних програм. Окрему увагу приділено конкурентному аналізу як інструменту стратегічного управління, що дозволяє оцінити ринкове середовище, виявити конкурентні переваги та сформуванню ефективну стратегію розвитку. Зроблено висновок, що успішне функціонування бізнесу у сфері надання інформаційних послуг потребує комплексного поєднання правової грамотності, стратегічного планування, використання цифрових технологій та системного моніторингу конкурентного середовища.

Ключові слова: бізнес; інформаційні послуги; підприємницька діяльність; реєстрація бізнесу; конкурентний аналіз.

Mikuliak Kateryna, Assistant of the Department of Finance, Banking and Insurance, Mykolaiv National Agrarian University, Mykolaiv, Ukraine

Kornova Viktoriia, Applicant of Higher Education, Accounting and Finance Faculty, Mykolaiv National Agrarian University, Mykolaiv, Ukraine

Organization of Entrepreneurial Activity in Providing Information Services in Ukraine

Abstract. Introduction. The article examines the theoretical and practical foundations of organizing business activities in the field of providing information services in Ukraine. The relevance of the topic is determined by the fact that, in the context of the digital transformation of the economy, information services are becoming an important factor in the development of entrepreneurship, the formation of innovative business models, and the commercialization of intellectual resources. At the same time, the establishment and operation of such a business is accompanied by a number of organizational, legal, financial, and competitive challenges.

Purpose. The purpose of the article is to reveal the specific features of organizing and registering a business in the field of providing information services in Ukraine, taking into account the current trends in the development of the digital economy and the legal requirements for entrepreneurial activity.

Results. The article summarizes scientific approaches to defining the essence of information services and their role in the modern economy. It has been established that information services encompass a wide range of activities related to the creation, processing, transmission, and use of information as the main result for the consumer. The key factors for the effective provision of information services in the digital environment are analyzed, including service quality, compliance with legal regulations, professional reputation, the use of analytical tools, digital technologies, and ethical principles. The practical aspects of starting a business are outlined, in particular the procedures for state registration, the choice of a taxation system, the preparation of a business plan, copyright registration, and the attraction of grant or investment financing.

The importance of competitive analysis as a tool for assessing the market environment, identifying the strengths and weaknesses of competitors, and forming one's own competitive strategy is substantiated.

Conclusions. It is concluded that the successful development of business in the field of providing information services is based on the combination of strategic planning, legal awareness, the use of digital technologies, competitive analysis, and the ability to adapt to changes in the market environment. Such a comprehensive approach ensures the competitiveness, legitimacy, and long-term prospects of this type of entrepreneurial activity.

¹Стаття надійшла до редакції: 10.02.2026

Received: 10 February 2026

Keywords: *business; information services; entrepreneurial activity; business registration; competitive analysis.*

JEL Classification: *O31; M13; K23*

Постановка проблеми. Сучасна економіка знань дедалі активніше формує умови для розвитку бізнесу з надання інформаційних послуг – сфери, у якій комерціалізуються результати інтелектуальної діяльності у вигляді інформації, навчальних матеріалів, консультацій або цифрового контенту. У сучасних умовах цифрової трансформації економіки інформаційні послуги стають одним із ключових чинників формування нових бізнес-моделей, підвищення конкурентоспроможності підприємств та розвитку підприємницької активності. Ефективне функціонування бізнесу у сфері надання інформаційних послуг передбачає не лише забезпечення високої якості послуг, а й дотримання правових норм, формування довіри з боку аудиторії, належну структурування бізнес-процесів та розроблення стратегії конкурентного позиціонування. Особливого значення набувають питання легалізації діяльності через державну реєстрацію, вибору оптимальної системи оподаткування, оформлення авторських прав, а також підготовки до участі у грантових або інвестиційних програмах. Аналіз основних викликів і процедур, що супроводжують становлення та розвиток бізнесу з надання інформаційних послуг в Україні дає змогу сформувати комплексне уявлення про вимоги до професійного ведення діяльності у цій галузі. Дослідження показують, що цифрова економіка істотно стимулює розвиток підприємництва, створюючи нові можливості для комерціалізації знань та інформаційних ресурсів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Питання організації бізнесу у сфері надання інформаційних послуг досліджували у своїх працях А. Жорняк [1], Б. Овсак [2], М. Корж [2], О. Овсак [2], Ю. Нестерчук [3], І. Синенко [3] та інші науковці. Так, А. Жорняк [1] досліджувала сутність поняття інформаційних послуг. На її думку, інформаційна послуга є ширшою категорією порівняно з вузьким трактуванням послуг у сфері інформаційних технологій. Сутність цього поняття полягає у цілеспрямованій діяльності, результатом якої є створення, обробка або передача інформаційного продукту (інформації) замовнику. Інформаційна послуга також може бути визначена як послідовний комплекс взаємопов'язаних дій суб'єкта господарювання, спрямований на забезпечення споживача інформаційним продуктом, що має самостійну споживчу цінність.

До діяльності, що може кваліфікуватися як надання інформаційних послуг, належать юридична діяльність, бухгалтерський облік та аудит, консультування з питань оподаткування й управління, рекламна діяльність та маркетингові дослідження, перекладацькі послуги, діяльність туристичних

агентств і туроператорів, освітня діяльність, а також послуги у сфері охорони здоров'я [1].

Спільною детермінуючою ознакою зазначених видів діяльності є те, що основним об'єктом впливу та корисним результатом для споживача виступає інформація у вигляді знань, рекомендацій, аналітичних даних або висновків.

Водночас А. Жорняк [1] пропонує відокремлювати власне інформаційні послуги від допоміжних послуг інформаційної сфери. До останніх належать послуги доступу до мережі Інтернет, телекомунікаційні послуги, хостинг, а також послуги поштового та кур'єрського зв'язку. Такі послуги мають інфраструктурний характер і створюють технічні умови для отримання інформаційного продукту, проте не генерують його змістового наповнення.

Б. Овсак, М. Корж та О. Овсак [2] у своїй праці дослідили поділ ринку інформаційних технологій на кілька основних сегментів: Hardware – апаратне забезпечення, що формує матеріально-технічну основу технологічних процесів; Packaged Software – готове програмне забезпечення, яке забезпечує інформаційне наповнення та підтримку інформаційних процесів; Services – інформаційні послуги, до яких належать ІТ-аутсорсинг, телекомунікаційні послуги та послуги вебдизайну.

Ю. Нестерчук та І. Синенко [3] визначають інформаційно-комунікаційний ринок як систему економічних, правових та інформаційних відносин, що виникають у процесі обміну, купівлі та продажу інформаційних товарів і послуг.

Узагальнення наукових підходів дозволяє зробити висновок, що сфера інформаційних послуг є важливою складовою сучасної економіки та створює сприятливі умови для розвитку підприємницької діяльності.

Формулювання цілей дослідження. Метою статті є розкриття особливостей організації та реєстрації бізнесу у сфері надання інформаційних послуг в Україні з урахуванням сучасних тенденцій розвитку цифрової економіки та правових вимог до підприємницької діяльності. Реалізація поставленої мети дозволяє узагальнити практичні рекомендації щодо ефективного створення та ведення бізнесу з надання інформаційних послуг, окреслити основні виклики та ризики, а також сформувати методичну основу для побудови легальної, конкурентоспроможної та інноваційно орієнтованої діяльності у цій сфері.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах розвитку цифрової економіки сфера інформаційних послуг характеризується високим рівнем конкуренції, швидкими технологічними змінами та зростаючими вимогами з боку споживачів. Для забезпечення ефективного надання таких послуг

необхідно враховувати комплекс взаємопов'язаних чинників, що впливають на їх якість, конкурентоспроможність та довіру аудиторії. До них належать забезпечення високого рівня якості послуг, формування професійної репутації, дотримання

юридичних вимог, використання сучасних технологій і аналітики, а також врахування етичних аспектів діяльності. Основні чинники, що визначають ефективність надання інформаційних послуг у цифровому середовищі, представлено на рис. 1.

Високий рівень конкуренції

- значна насиченість учасників ринку зумовлює необхідність розроблення унікальної інформаційної послуги, здатної зацікавити представників цільової аудиторії та виокремити автора серед численних аналогічних пропозицій; використання сучасних технологій для персоналізації контенту та підвищення залученості аудиторії

Забезпечення якості інформаційної послуги

- надана послуга має бути практично орієнтованою, корисною і відповідати очікуванням споживачів; регулярне оновлення контенту, адаптація під мобільні пристрої та SEO-оптимізація

Формування довіри та професійної репутації

- для здобуття прихильності аудиторії необхідно послідовно формувати позитивний імідж, дотримуватись принципів доброчесності, уникати плагіату та поширення неякісного чи псевдоекспертного контенту; активна взаємодія з аудиторією у соцмережах, прозорість у джерелах інформації, відгуки та кейс-стаді для підвищення авторитету

Дотримання юридичних і податкових вимог

- перед початком комерційної діяльності необхідно належним чином зареєструвати суб'єкта підприємництва, організувати ведення бухгалтерського обліку (зокрема у форматі ФОП), оформити авторські права та забезпечити відповідність чинному законодавству України

Використання аналітики та технологій

застосування сучасних інструментів аналітики для відстеження поведінки аудиторії, ефективності контенту та ROI; інтеграція з AI-інструментами для автоматизації рутинних процесів (створення контенту, модерація, рекомендації)

Етичні та екологічні аспекти

забезпечення етичності контенту, відповідальне ставлення до тем і аудиторії; врахування принципів сталого розвитку при веденні бізнесу (екологічна відповідальність, мінімізація цифрового сліду)

Рисунок 1 - Ключові чинники ефективного надання інформаційних послуг у цифровому середовищі

Джерело: побудовано та вдосконалено авторами із застосуванням джерела [4].

Отже, ефективне надання інформаційних послуг у сучасному цифровому середовищі потребує комплексного підходу, що поєднує якість контенту,

використання сучасних технологій, дотримання правових норм та формування довіри з боку аудиторії. Важливу роль відіграє також застосування

аналітичних інструментів, інтеграція інноваційних технологій та врахування етичних принципів діяльності. Сукупність цих чинників сприяє підвищенню конкурентоспроможності інформаційних послуг, зміцненню професійної репутації постачальника та формуванню довгострокових відносин із споживачами.

Реєстрація бізнесу з надання інформаційних послуг може здійснюватися в онлайн-форматі через портал «Дія», шляхом звернення до ЦНАП або через нотаріуса. Онлайн-реєстрація через портал «Дія» – найзручніший спосіб створення ФОП, основними етапами якої є:

1. Авторизація на порталі за допомогою КЕП, BankID або Дія.Підпису.
2. Заповнення електронної заяви (ПІБ, РНОКПП, паспортні дані, місце проживання, КВЕД, система оподаткування).
3. Підписання та відправлення заяви.
4. Очікування результату (1–2 робочі дні) в кабінеті користувача та на e-mail.
5. Завантаження витягу з ЄДР – офіційного підтвердження державної реєстрації [5].

Реєстрація через ЦНАП підходить тим, хто надає перевагу особистому спілкуванню, етапи якої включають:

1. Підготовку документів: паспорт, РНОКПП, заява про реєстрацію ФОП, заява на спрощену систему чи ПДВ (за потреби).

2. Подання документів державному реєстратору.
3. Розгляд заяви до 24 годин.
4. Отримання паперового витягу з ЄДР (за бажанням) [5].

Можливою є реєстрація через нотаріуса, процедура якої передбачає:

1. Подання документів (паспорт, РНОКПП).
2. Заповнення заяви за допомогою нотаріуса.
3. Оплата послуг (вартість визначає нотаріус).
4. Реєстрація зазвичай здійснюється у день звернення [5].

Одним із важливих етапів організації підприємницької діяльності у сфері надання інформаційних послуг є правильний вибір організаційно-правової форми та системи оподаткування. Від цього залежить можливість співпраці з різними категоріями клієнтів, обсяг допустимого доходу, особливості ведення фінансової звітності та перспективи масштабування бізнесу. Зокрема, для суб'єктів підприємництва у сфері інформаційних послуг поширеними варіантами є реєстрація фізичної особи-підприємця на спрощеній системі оподаткування (2 або 3 група) або створення юридичної особи у формі товариства з обмеженою відповідальністю або приватного підприємства. Основні аспекти підготовки до реєстрації бізнесу у сфері інформаційних послуг представлено на рис. 2.

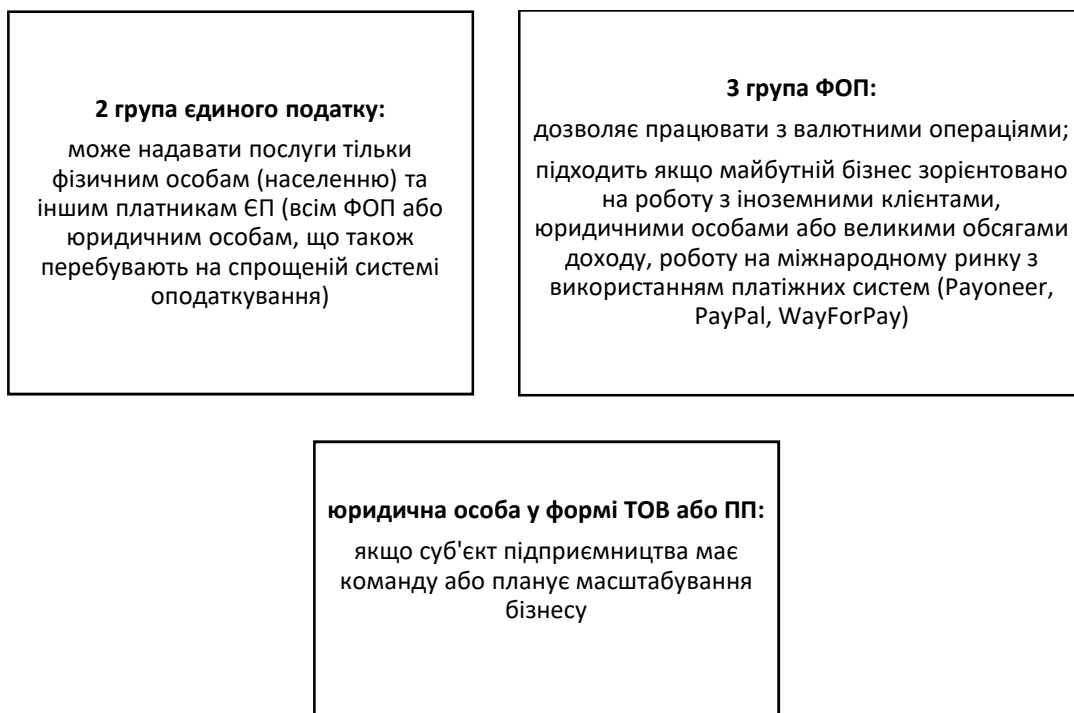


Рисунок 2 - Основні аспекти підготовки до реєстрації бізнесу у сфері інформаційних послуг

Джерело: побудовано авторами із застосуванням джерела [4-6]

Для ефективного започаткування бізнесу доцільно розробити бізнес-план, стандартними розділами якого є:

1. Резюме, історія, ініціатори проєкту, головні завдання, місія.
2. Характеристика інформаційного продукту/послуги.
3. Стислий опис наукових розробок, процесу надання послуг.
4. Аналіз ринкової кон'юнктури, конкурентного середовища та перспектив росту.
5. Маркетинговий аналіз та стратегія, план продажів.
6. Фінансовий аналіз, оцінка грошового обороту та прибутку.
7. Топ-менеджмент, власники, організаційна структура, професійна характеристика, плани щодо найму персоналу.
8. Способи інвестування та шляхи виходу інвесторів з проєкту.
9. Аналіз ризиків [7].

Важливою складовою у сфері інформаційного бізнесу є авторське право (об'єкти ІВ), для реєстрації якого необхідно підготувати пакет документів для подання до УкрНОІВІ.

Грантові та інвестиційні програми можуть бути використані як для започаткування власної справи, так і для розвитку вже діючого бізнесу. Участь у грантовій чи інвестиційній програмі суб'єкта підприємницької діяльності вимагає дотримання такого плану:

1. Аналіз умов програм: особливу увагу слід приділити критеріям відбору, що стосуються фінансових показників (річний дохід або прибутковість), організаційно-правової форми підприємства (ФОП, ТОВ), а також територіальних чи соціальних обмежень; обмеженість регіонів дії програми; дослідження механізму співфінансування та самостійного забезпечення заявником відсотка витрат.
2. Формулювання мети та логіки проєкту: конкретизувати, чи спрямовується фінансування на розширення надання послуг, запуск нового інформаційного продукту/послуги, вихід на міжнародні ринки, впровадження інноваційних технологій або створення нових робочих місць.
3. Документальне забезпечення: включає реєстраційні матеріали юридичної особи або ФОП, витяг з Єдиного державного реєстру, фінансову звітність за останні періоди, довідку з банківської установи, а також короткий опис історії підприємства й пояснювальну записку щодо суті проєкту; у разі міжнародних грантів документи можуть вимагати перекладу англійською мовою.
4. Формування бюджету: рекомендується забезпечити прозору структуру витрат, деталізувавши статті бюджету; якщо програма вимагає співфінансування, необхідно чітко визначити частку

власного внеску та джерела його покриття; недоцільно вказувати невизначені позиції на кшталт «інші витрати», оскільки це знижує рівень довіри до заявника.

5. Розроблення графіка реалізації (таймлайну): слід визначити загальну тривалість проєкту, основні етапи впровадження, а також результати, яких планується досягти; за наявності потенційних ризиків або факторів, що можуть вплинути на строки, варто зазначити їх та описати механізми реагування [8; 9].

У процесі створення та розвитку бізнесу важливим етапом є проведення конкурентного аналізу, який дає змогу оцінити ринкове середовище, визначити позиції основних учасників ринку та виявити можливості для формування власних конкурентних переваг. Систематичне дослідження діяльності конкурентів дозволяє отримати інформацію про їхні маркетингові стратегії, цінову політику, фінансові показники та цифрову присутність. Етапи проведення конкурентного аналізу підприємства представлено на рис. 3.

Отже, конкурентний аналіз є важливим інструментом стратегічного управління підприємством, що дозволяє комплексно оцінити діяльність конкурентів та визначити власні можливості розвитку. Послідовне проходження етапів аналізу – від ідентифікації конкурентів до проведення SWOT-аналізу – сприяє формуванню ефективної конкурентної стратегії та підвищенню адаптивності підприємства до змін ринкового середовища.

Конкурентний аналіз є важливим інструментом дослідження ринкового середовища, що дозволяє отримати системне уявлення про позиції основних учасників ринку, їхні конкурентні переваги та стратегічні підходи до ведення бізнесу. Його проведення передбачає послідовне вивчення діяльності конкурентів, аналіз їхніх послуг, маркетингових стратегій, цінової політики та каналів просування.

У процесі такого аналізу здійснюється ідентифікація конкурентного середовища та класифікація основних гравців ринку, що дозволяє визначити їхню роль і вплив у галузі. Важливим аспектом є дослідження характеристик послуг конкурентів, зокрема їхньої якості, функціональних особливостей та рівня задоволеності споживачів. Значна увага приділяється також аналізу маркетингових інструментів, каналів комунікації з аудиторією та моделей ціноутворення, які використовуються підприємствами для формування власної конкурентної позиції. Окремим елементом є оцінювання каналів надання та просування послуг, що дає змогу визначити ефективність використання цифрових платформ, соціальних мереж та інших інструментів взаємодії з клієнтами. Узагальнення отриманих результатів дозволяє сформувати власну конкурентну стратегію підприємства, спрямовану на посилення ринкових позицій та підвищення рівня

конкурентоспроможності. Оскільки конкурентне середовище характеризується динамічністю та постійними змінами, важливо здійснювати регулярний моніторинг діяльності конкурентів. Це забезпечує актуальність аналітичної інформації та сприяє своєчасному прийняттю стратегічних управлінських рішень.

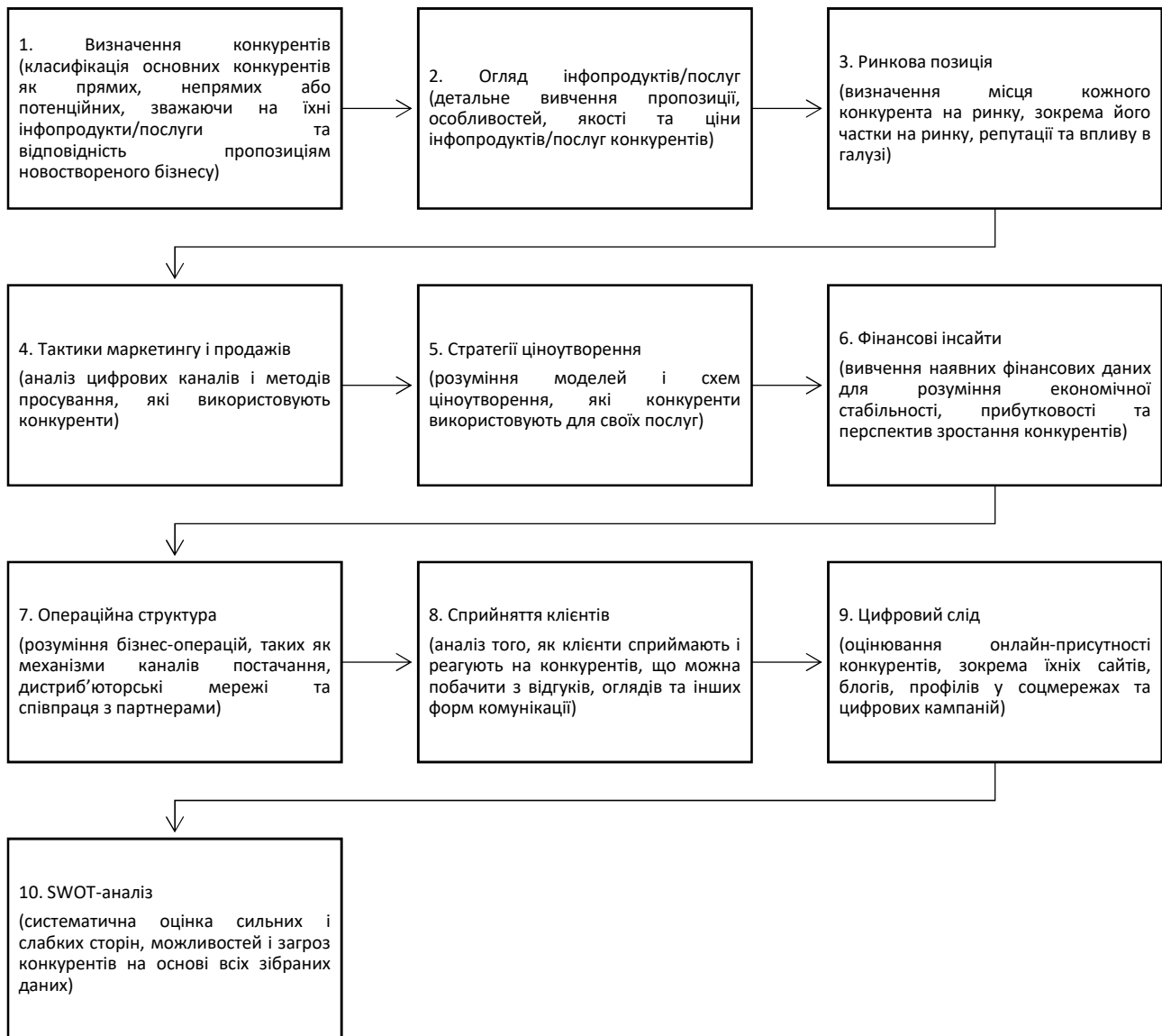


Рисунок 3 - Етапи проведення конкурентного аналізу підприємства

Джерело: побудовано авторами із застосуванням джерела [10]

Отже, конкурентний аналіз підприємства є комплексним і послідовним процесом, що охоплює ідентифікацію конкурентів, визначення цілей дослідження, аналіз характеристик послуг конкурентів, маркетингових стратегій, цінової політики та каналів дистрибуції. Результати такого аналізу дають змогу виявити сильні та слабкі сторони конкурентів, визначити ринкові можливості та сформулювати ефективну власну конкурентну стратегію. Регулярний моніторинг конкурентного середовища забезпечує актуальність отриманої інформації та

сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства в умовах динамічного ринку.

Висновки. Підсумовуючи результати дослідження, слід зазначити, що розвиток бізнесу у сфері надання інформаційних послуг є важливою складовою сучасної цифрової економіки та створює значні можливості для комерціалізації знань та інтелектуальних ресурсів. У сучасних умовах цифрової трансформації підприємницька діяльність у цій сфері потребує комплексного підходу, що поєднує належну організацію бізнес-процесів, використання сучасних

технологій, формування професійної репутації та дотримання чинних правових норм. Дослідження показало, що ефективне започаткування та розвиток бізнесу з надання інформаційних послуг передбачає послідовне проходження низки ключових етапів, серед яких важливе місце займають державна реєстрація суб'єкта підприємництва, вибір оптимальної системи оподаткування, розроблення бізнес-плану, забезпечення захисту об'єктів інтелектуальної власності та використання можливостей грантових і інвестиційних програм.

Особливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства відіграє систематичний конкурентний аналіз, який дозволяє

оцінити ринкове середовище, виявити стратегічні переваги конкурентів та сформувані ефективну власну стратегію розвитку. Регулярний моніторинг діяльності конкурентів і використання аналітичних інструментів сприяють підвищенню адаптивності підприємства до змін ринкового середовища та забезпечують його сталий розвиток.

Таким чином, успішне функціонування бізнесу у сфері надання інформаційних послуг ґрунтується на поєднанні інноваційного підходу, стратегічного планування, ефективного використання цифрових технологій та системного аналізу конкурентного середовища.

Література:

1. Жорняк А. Про підходи до класифікації інформаційних послуг у сфері господарювання. *Інформація і право*. 2020. № 1(32). С. 120-129. DOI: 10.37750/2616-6798.2020.1(32).200389.
2. Овсак Б., Корж М., Овсак О. Міжнародні аспекти розвитку ІТ-бізнесу України. *Науковий вісник національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2023. № 1-2 (76-77). С. 85-95. DOI: 10.31767/nasoa.1-2.2023.09.
3. Нестерчук Ю., Синенко І. Особливості розвитку ринку інформаційно-комунікаційних технологій. *Збірник наукових праць Уманського національного університету*. 2023. Вип. 2, ч. 2. С. 92-100. DOI: 10.32782/2415-8240-2023-102-2-92-100.
4. Юрченко Н. Як зареєструвати інфобізнес в Україні: які вибрати КВЕДи, групу та систему оподаткування, на що звернути увагу. URL: <https://monefy.ua/blog/fop-dlya-infobiznesu-kvedi-grupa-ta-sistema-opodatkovannya/>.
5. Гуменчик М. Як зареєструвати ФОП: покрокова інструкція у 2025. URL: <https://mcg-lv.com/reystratsiya-fop-u-2025-rotsi/>.
6. Жирій К. Усі податки для ФОП зростуть у 2026 році: скільки доведеться платити. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/podatki-fop-2026-podatkoviy-konsultant-rozpoviv-pro-zmini-v-opodatkovanni-fopiv-13132701.html>.
7. Бізнес – план інноваційного проекту. URL: <https://iii.ua/uk/biznes-plan-innovaciynogo-proektu>.
8. Оpendатобот. URL: <https://opendatobot.ua/>.
9. Матяш А. Грантові можливості для українського бізнесу у 2025 році: Частина 1. URL: <https://4b.ua/blog/grant-opportunities-for-ukrainian-business-in-2025-part-1/>.
10. Червінська Н. Що таке конкурентний аналіз і як проводити його професійно. URL: <https://blog.depositphotos.com/ua/konkurentnyj-analiz.html>.

References:

1. Zhorniak, A. (2020). On approaches to the classification of information services in the field of management. *Informatsiia i pravo*, 1(32), 120-129. DOI: 10.37750/2616-6798.2020.1(32).200389.
2. Ovsak, B., Korzh, M., & Ovsak, O. (2023). International aspects of the development of IT business in Ukraine. *Naukovyi visnyk natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu* 1-2, (76-77), 85-95. DOI: 10.31767/nasoa.1-2.2023.09.
3. Nesterchuk, Yu., & Synenko, I. (2023). Peculiarities of the development of the information and communication technologies market. *Zbirnyk naukovykh prats Umanskoho natsionalnogo universytetu*, 2(2), 92-100. DOI: 10.32782/2415-8240-2023-102-2-92-100.
4. Yurchenko, N. (2025). How to Register an Infobusiness in Ukraine: Which NACE Codes, Tax Group, and Taxation System to Choose, and What to Pay Attention to. <https://monefy.ua/blog/fop-dlya-infobiznesu-kvedi-grupa-ta-sistema-opodatkovannya/>.
5. Humenychuk, M. (2025). How to Register as a Private Entrepreneur: Step-by-Step Guide for 2025. <https://mcg-lv.com/reystratsiya-fop-u-2025-rotsi/>(<https://mcg-lv.com/reystratsiya-fop-u-2025-rotsi/>).
6. Zhyrij, K. (2026). All Taxes for Private Entrepreneurs Will Increase in 2026: How Much Will They Have to Pay. <https://www.unian.ua/economics/finance/podatki-fop-2026-podatkoviy-konsultant-rozpoviv-pro-zmini-v-opodatkovanni-fopiv-13132701.html>.
7. Business Plan of an Innovative Project. (2026). <https://iii.ua/uk/biznes-plan-innovaciynogo-proektu>.
8. Opendatobot. (2026). <https://opendatobot.ua/>.
9. Matiash, A. (2025). Grant Opportunities for Ukrainian Business in 2025: Part 1. <https://4b.ua/blog/grant-opportunities-for-ukrainian-business-in-2025-part-1/>.
10. Chervinska, N. (2023). What Is Competitive Analysis and How to Conduct It Professionally. <https://blog.depositphotos.com/ua/konkurentnyj-analiz.html>.

