ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ «ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
Навчально-науковий інститут бізнесу і фінансів

Кафедра економіки, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

НА ТЕМУ:

«РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (за КВЕД)»

Виконав:
здобувач освітнього ступеня «Магістр», освітньо-професійної програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,
спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля», денної форми навчання
ЛІРУК Дмитро Володимирович

Керівник:
Д-р екон. наук, професор
ВОЛОЩУК Катерина Богданівна

Оцінка захисту:
Національна шкала _____
Кількість балів ____ Шкала ECTS ___
«____»_____ 2025 р.

Допускається до захисту:
«____»_____2025 р.
Гарант освітньо-професійної програми
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»
_____ (ВОЛОЩУК К.Б.)

м. Кам’янець-Подільський, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП 3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 7
1.1. **Економічна сутність та ключові характеристики підприємницької діяльності** 7
1.2. Теоретичні підходи до розуміння феномену транспортної мобільності 23
1.3. Інструментарій формування споживчого попиту та стимулювання збуту на нових ринках 31
Висновки до розділу 1 40
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 43
2.1 Організаційно-економічна характеристика компанії та специфіка ринку мобільності 43
2.2. Дослідження фінансово-економічних показників діяльності підприємництва 49
2.3. Аналіз клієнтської бази та структури споживачів компанії 61
Висновки до розділу 2 67
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ВІДНОВЛЕННЯ, СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА 70
3.1. Планування бізнес-розвитку платформи транспортної мобільності 70
3.2. Удосконалення та оптимізація застосовуваних у компанії інструментів формування попиту та стимулювання продажів 81
3.3. Рекомендації щодо інтеграції нових інструментів формування попиту та активізації збуту при виході компанії «Uklon» на новий ринок 90
Висновки до розділу 3 99
ВИСНОВКИ 101
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 104
ДОДАТКИ 111

ВСТУП

В умовах воєнної агресії, економічної турбулентності та різких структурних зрушень розвиток підприємництва в Україні набуває особливої ваги, оскільки саме підприємницький сектор є основою економічної стійкості та ключовим чинником відновлення економіки. Підприємництво забезпечує створення нових робочих місць, формує конкурентне середовище, стимулює інноваційну активність та сприяє залученню інвестицій, що є критично необхідним для післявоєнної реконструкції країни. Важливою також є роль малого та середнього бізнесу, який виступає драйвером локального розвитку, швидше адаптується до викликів і здатний оперативно змінювати бізнес-моделі відповідно до умов ринку. Саме тому формування сприятливого регуляторного середовища, спрощення процедур провадження діяльності та підтримка підприємницьких ініціатив є одними з пріоритетних завдань державної політики.

Проблематика розвитку підприємництва активно досліджується українськими та зарубіжними науковцями. Зокрема, вагомий внесок у вивчення механізмів функціонування підприємницького сектору роблять В. Геєць, який аналізує макроекономічні чинники та ризики розвитку бізнесу; З. Варналій, відомий роботами з проблем малого і середнього підприємництва та державної політики підтримки бізнесу; Т. Васильців, який поглиблено досліджує економічну безпеку підприємництва; І. Лукінов та О. Амоша, що розкривають промислові та інноваційні аспекти його розвитку; Л. Лібанова, яка вивчає соціально-економічні передумови формування підприємницького середовища; а також зарубіжні дослідники, такі як Й. Шумпетер, П. Дракер, М. Портер, які обґрунтували фундаментальні теоретичні засади підприємництва, інноваційності та конкурентоспроможності. Їхні підходи є методологічною основою для розроблення сучасних стратегій розвитку підприємницької діяльності в Україні в умовах нестабільності та трансформації економічних процесів.

Стрімкі трансформації інфраструктури населених пунктів, активні процеси урбанізації та зростання повсякденних мобільних потреб населення зумовлюють підвищений попит на сучасні, гнучкі та ефективні пасажирські перевезення. У цих умовах ключове значення набувають платформи транспортної мобільності, які забезпечують нову якість транспортних послуг, поєднуючи цифрові технології, логістичні рішення та інноваційні бізнес-моделі. Такі платформи дозволяють оптимізувати транспортні потоки, підвищують доступність перевезень, сприяють раціональному використанню ресурсів та формують нові стандарти зручності для користувачів.

У контексті цифрової трансформації економіки платформи транспортної мобільності стали важливим інструментом модернізації системи пасажирських перевезень, оскільки вони інтегрують різні види транспорту в єдину мультимодальну систему. Це забезпечує можливість швидкого переміщення між локаціями, сприяє зниженню транспортного навантаження, підвищує рівень екологічності перевезень та формує нові можливості для розвитку підприємницької діяльності. Фактично такі платформи виступають не лише сервісним продуктом, а й стратегічним напрямом розвитку мобільності як послуги (Mobility as a Service, MaaS), що змінює традиційні підходи до організації транспортних процесів та створює нові моделі взаємодії між бізнесом, державою та кінцевими споживачами.

Метою даної роботи є узагальнення й поглиблення теоретико-методичних основ, а також аналіз сучасного стану та перспектив розвитку підприємницької діяльності у сфері транспортної мобільності, зокрема з урахуванням особливостей функціонування інноваційних цифрових платформ на українському ринку.

У межах досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких **завдань:** дослідження сучасних теоретичних підходів до трактування транспортної мобільності; визначення економічних передумов і специфіки функціонування підприємницьких структур у сфері пасажирських перевезень; здійснення оцінки стану та тенденцій розвитку підприємницької

діяльності у сфері мобільності; обґрунтування інструментів формування попиту та стимулювання продажів на новому ринку транспортних послуг; розроблення рекомендацій щодо удосконалення бізнес-моделі цифрової платформи транспортної мобільності.

Об'єктом дослідження є підприємницька діяльність у сфері пасажирських перевезень, що функціонує в умовах цифровізації, інноваційного розвитку та зростаючої конкуренції.

Предметом дослідження виступають бізнес-процеси підприємницьких структур, які здійснюють діяльність на ринку транспортної мобільності та надають послуги перевезення пасажирів.

Наукова новизна роботи полягає в обґрунтуванні бізнес-концепції створення парку пасажирських транспортних засобів, орієнтованої на використання принципів клієнтоорієнтованої мобільності як послуги. Запропонована концепція демонструє значний потенціал для розвитку як окремих суб'єктів підприємництва, так і транспортних компаній, що прагнуть інтегрувати різні форми мобільності на єдиній цифровій платформі та забезпечити інноваційні рішення «за потребою».

Теоретично-методологічну основу дослідження становлять економічні закони, наукові підходи вітчизняних і зарубіжних учених щодо розвитку підприємництва та функціонування транспортних систем, а також чинна статистична і фінансова інформація. Методична база включає системний, порівняльний, монографічний, причинно-наслідковий та статистичний методи аналізу, що забезпечують комплексність і наукову обґрунтованість результатів.

Практичне значення отриманих результатів визначається тим, що пропоновані в роботі заходи можуть бути використані для підвищення ефективності підприємницької діяльності сфери пасажироперевезення (Довідка про впровадження №4 від 17.12.2024р.).

Інформаційну базу дослідження становили наукові публікації вітчизняних і зарубіжних учених, фінансова та статистична звітність підприємств.

Результати наукового дослідження були представлені на III Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції (м. Кам'янець-Подільський, 04 квітня 2025 року), опубліковано тези доповіді: Лірук Д. Комерційна логістика компанії у сфері транспортної мобільності. Розвиток фінансово-економічних відносин у суспільстві в умовах прояву фінансових ризиків: збірник матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Кам'янець-Подільський, 04 квітня 2025 року). Кам'янець-Подільський: Заклад вищої освіти «Подільський державний університет», 2025. 358 с. С. 152-157.

Кваліфікаційна магістерська робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел з 62 джерел та додатків. В роботі містить 14 таблиці та 10 рисунків. Текст роботи викладено на 110 сторінках.

ВИСНОВКИ

Інструменти формування попиту та стимулювання продажів, які компанія обирає під час виходу на новий ринок, визначають її подальшу конкурентоспроможність і темпи розвитку. Їх необхідно визначати ще на етапі підготовки до виходу, з огляду на специфіку ринку та поведінку ключових конкурентів. У процесі дослідження було проаналізовано ринок таксі Європейського Союзу, особливості його правового регулювання, цінову кон'юнктуру та інструменти, які застосовують провідні компанії для залучення користувачів і нарощування частки ринку.

Європейський ринок таксі функціонує як сукупність сегментів із різними національними правилами, однак у межах ЄС він набуває характеристик єдиного простору з подібними підходами до регулювання та ціноутворення. На ньому домінують дві компанії — «Uber» та «Bolt». «Uber», як перший глобальний цифровий сервіс у сфері таксі, зберігає близько 60 % ринку, що стало можливим завдяки агресивній ціновій політиці, масштабним інвестиціям і системному використанню маркетингових та інноваційних інструментів.

Конкуренти активно застосовували демпінг, таргетовану рекламу, розвиток соціальних мереж, партнерські програми й інші інструменти, здатні забезпечити швидку появу великої кількості користувачів. Використання збиткової цінової стратегії на старті стало можливим завдяки фінансовій підтримці з уже освоєних ринків та інвестиційних потоків.

На основі аналізу сформовано рекомендації щодо інструментів, які компанії «Uklon» доцільно застосовувати при виході на ринок ЄС. До інструментів формування попиту належать: тимчасовий ціновий демпінг, фінансово забезпечений ресурсами з українського сегмента; банерна та відеореклама в соцмережах як швидкий і бюджетний спосіб охоплення аудиторії; цільовий розвиток корпоративних сторінок у соцмережах замість широких PR-кампаній; особистий продаж через співпрацю з медичними,

освітніми та муніципальними установами; перша безкоштовна поїздка як інструмент швидкого залучення великої кількості нових користувачів.

До інструментів стимулювання продажів віднесено: програми лояльності для клієнтів у форматі щомісячної підписки з розширеним пакетом послуг; мотиваційні програми для водіїв, що підвищують їхню активність і якість роботи; можливість регулювання ціни клієнтом, що додає гнучкості та підвищує задоволеність; вибір характеристик автомобіля та водія за додаткову оплату; гейміфікація у додатку для підвищення залученості та формування позитивного досвіду користування.

Застосування цих інструментів дозволить компанії «Uklon» ефективно адаптуватися до умов високої конкуренції та відносної стагнації ринку ЄС. У поєднанні з сучасними тенденціями розвитку цифрових сервісів мобільності та державною підтримкою інноваційного підприємництва (зокрема в Україні, де активно розвиваються цифрові платформи, інструменти фінансування та дерегуляційні підходи), це створює комплексні передумови для успішного виходу компанії на міжнародні ринки.

Системне впровадження рекомендованих інструментів, орієнтація на інноваційні моделі взаємодії з клієнтами та водіями, а також гнучкість у маркетингових стратегіях забезпечать компанії можливість конкурувати із сильними гравцями та формувати сталу присутність на ринку Європейського Союзу.

У 2025 році в Україні та на європейських ринках спостерігається активний розвиток цифрових платформ транспортної мобільності, таких як «Uklon», «Uber» та «Bolt», що інтегрують різні види транспорту, підвищують ефективність пересування та сприяють сталому розвитку міст. Компанії використовують інструменти просування, включно з особистим продажем, акціями, налаштуванням цін у додатку, вибором типу автомобіля та характеристик водія, а також рекламою в соціальних мережах і співпрацею з інфлюенсерами, що дозволяє ефективно залучати нових користувачів і підвищувати лояльність.

Водночас держава в Україні посилює підтримку підприємництва через впровадження Зеленої платформи, законодавство щодо факторингу, державні гарантії на портфельній основі, розвиток ветеранського бізнесу та дерегуляційні заходи, зокрема мораторій на безпідставні перевірки та формалізацію діалогу «держава – бізнес». Ці кроки забезпечують доступ до фінансування, підвищують прозорість ринку, стимулюють створення робочих місць і податкові надходження, сприяючи адаптивності бізнес-моделей та економічній стабільності країни.

Комплексна взаємодія цифрових сервісів, маркетингових інструментів і державної підтримки створює умови для сталого розвитку бізнес-середовища, підвищення мобільності населення, інтеграції інноваційних моделей та економічного зростання як на національному, так і на міжнародному рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Марченко В.М. Основи підприємницької діяльності. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 516 с
2. Жигірь А.А. Сутність підприємництва та чинники його економічного розвитку. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 20. С. 28-33
3. Сментина С.В. Економіка та організація підприємницької діяльності. Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2019. 320 с.
4. Жигірь А.А. Сутність підприємництва та чинники його економічного розвитку. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 20. С. 28-33
5. Вдовичак Т. Сутність підприємництва та його роль у економічному розвитку держави. URL:https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/38490/2/FMZKPNES_2022_Vdovychak_T-The_essence_of_entrepreneurship_60-62.pdf
6. Валінкевич Н.В. Основи підприємництва. Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с.
7. Карпюк Г.І. Основи підприємництва. URL:https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryyemnytstva.pdf
8. Цивільний кодекс України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15
9. Сментина С.В. Економіка та організація підприємницької діяльності. Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2019. 320 с
10. Антонюк Д.А., Бухаріна Л.М. Онищенко О.А., Шишкін В.О. Підприємництво в сучасних умовах розвитку України. Запоріжжя, 2018. 428 с.
11. Законодавтсво України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws
12. Небава М.І. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства. Вінниця : ВНТУ, 2011. 117 с.

13. Селіванов В.Л., Опалько В.В. Особливості середовища розвитку підприємництва в Україні. Ефективна економіка. 2018. № 12 URL:http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/203.pdf

14. Понедільчук Т., Приходько Т. Теоретичні підходи до формування середовища розвитку підприємництва. Економічний дискурс. 2022. Випуск 3-4. С. 50-60

15. Cottrill, C.D, Business concept MaaS surveillance: Privacy considerations in mobility as a service, 2020 URL:https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.085072519740&origin=inward&txGid=df8d5164506065bbbadb51742d06c827

16. International Association of Public Transport (UITP). Report Mobility as a Service, 2019, URL: https://cms.uitp.org/wp/wp-content/uploads/2020/07/Report

17. Трансформація сталої мобільності, 2023. URL: https://transformative-mobility.org/трансформація-сталої-мобільності/

18. Petersson Albert, Mobility-as-a-Service and Electrification of Transport, URL:https://share-north.eu/wp-content/uploads/2022/05/Shared-Mobility-Guide_ENGLISH.pdf

19. Sochor, J., The topology of Mobility as a Service: A tool for understanding effects on business and society, user behavior, and technological requirementsm, 2017 URL:https://www.researchgate.net/publication/319127814_The_topology_of_Mobility_as_a_Service_A_tool_for_understanding_effects_on_business_and_society_user_behavior_and_technological_requirements

20. Niktas A. Transport stakeholders' perceptions of Mobility-as-a-Service: A Q-study of cultural shift proponents, policy advocates and technology supporters, 2024 URL:https://doi.org/10.1016/j.tra.2024.103964

21. What is Mobility as a Service? Masabi. Masabi. веб-сайт, URL https://www.masabi.com/2019/11/20/15027

22. Cottrill, C.D, Business concept MaaS surveillance: Privacy considerations in mobility as a service, 2020 URL:https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.085072519740&origin=inward&txGid=df8d5164506065bbbadb51742d06c827

23. Колмодасов О, Uber, Uklon, Bolt: як відрізняються сервіси за цінами, швидкістю та комфортом. URL:https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2021/12/3/680313/

24. Офіційний сайт компанії Uklon, 2023. веб-сайт. URL:https://uklon.com.ua/online-order/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw8pKxBhD_ARIsAPrG45nixdTWTI0b18JuqdniaW0AQbjAA_9YSAFHrmGGlWA_6y_bfYTunsYaAlz_EALw_wcB

25. Балабанова Л. Маркетинг: Підручник для студ. вищ. навч. закладів. Донецьк, 2002. 562 с

26. What is an advertisement and why are important? Adjust. Accelerate your app's growth with Adjust | Adjust. URL: https://www.adjust.com/glossary/advertisement/

27. What is an advertisement and why are important?. Accelerate your app's growth with Adjust. URL: https://www.adjust.com/glossary/advertisement/

28. Прокачай про зовнішню рекламу: види, тонкощі і приклади. remonline.ua. URL: https://remonline.ua/blog/outdooradvertising/

29. Team T. I. Demand: How It Works Plus Economic Determinants and the Demand Curve. Investopedia. URL: https://www.investopedia.com/terms/d/demand.asp

30. What is Influencer Marketing? A Simple Guide to Running Effective Influencer Campaigns. Manychat Blog. URL: https://manychat.com/blog/what-is-influencer-marketing

31. What is Markets? Definition of Markets, Markets Meaning - The Economic Times. The Economic Times. URL:https://economictimes.indiatimes.com/definition/markets

32. Kenton W. B2C: How Business-to-Consumer Sales Works, 5 Types and Examples. Investopedia. URL: https://www.investopedia.com/terms/b/btoc.asp

33. Everything You Need To Know About Pricing Policy. indeed. URL: https://www.indeed.com/career-advice/career-development/pricing-policy

34. Chen J. Loyalty Program: Definition, Purposes, How It Works, Example. Investopedia. URL: https://www. investopedia.com/terms/l/loyalty-program.asp

35. Kimmerly E. How To Choose The Best Types of Loyalty Programs for Your Business. Friendbuy | Best Referral Programs and Loyalty Programs. URL: https://www.friendbuy.com/blog/types-of-loyalty-programs

36. Шевченко О. Як продуктовій команді утримувати користувачів завдяки network effects. DOU. URL: https://dou.ua/forums/topic/45669/

37. Network Effect. Corporate Finance Institute. URL:https://corporatefinanceinstitute.com/resources/economics/what-is-network-effect/

38. What Are Network Effects? | HBS Online. Business Insights Blog. URL: https://online.hbs.edu/blog/post/what-are-network-effects

39. Assessment of The Impact of The War On Micro-, Small-, and Medium-sized Enterprises In Ukraine. URL:https://www.undp.org/ukraine/publications/assessment-wars-impact-micro-small-and-medium-enterprises-ukraine

40. Закон УКРАЇНИ Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні. URL:Про розвиток та державну під... | від 22.03.2012 № 4618-VI

41. Про схвалення Стратегії відновлення, сталого розвитку та цифрової трансформації малого і середнього підприємництва на період до 2027 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2024-2027 роках. URL:Про схвалення Стратегії віднов... | від 30.08.2024 № 821-р

42. За рік війни в більш безпечні регіони релоковано 800 підприємств, - Тетяна Бережна. URL:За рік війни в більш безпечні регіони

релоковано 800 підприємств, - Тетяна Бережна | Міністерство економіки, довкілля та сільського господарства України

43. Enhancing Resilience by Boosting Digital Business Transformation in Ukraine. URL:Enhancing Resilience by Boosting Digital Business Transformation in Ukraine | OECD

44. Ukraine's Digital Transformation: Innovation for Resilience. URL:Ukraine's Digital Transformation: Innovation for Resilience | Harvard Kennedy School

45. IT Outsourcing in Ukraine in 2025. URL:IT Outsourcing in Ukraine in 2025: Market Overview

46. Value of Acceptance Understanding the Digital Payment Landscape in Ukraine. URL: voa-designed-generic-report-ukraine.pdf

47. Joint press release: EU expands support for Ukraine with new financing of almost €600 million for energy, transport and business resilience. URL: Support for Ukraine with €600 million for energy, transport and business resilience

48. EBRD reaches its €3 billion financing target for Ukraine in 2022-23. URL: EBRD reaches its €3 billion financing target for Ukraine in 2022-23

49. єРобота: понад 22 тисячі підприємців отримали від держави гранти на розвиток бізнесу. URL: єРобота: понад 22 тисячі підприємців отримали від держави гранти на розвиток бізнесу | Міністерство економіки, довкілля та сільського господарства України

50. MORE THAN 1100 UKRAINIANS RECEIVE GRANTS FOR BUSINESS DEVELOPMENT. URL: MORE THAN 1100 UKRAINIANS RECEIVE GRANTS FOR BUSINESS DEVELOPMENT - USAID Economic Resilience Activity

51. Support to the Economic Recovery of Ukraine. URL: Ukraine_SER_R.cdr

52. Ukrainian SMEs in “conservation mode”, new EBRD research shows. . URL: Ukrainian SMEs in 'conservation mode', new EBRD research shows

53. У фокусі Індексу реформ: довгий шлях до «промислового безвізу». URL: У фокусі Індексу реформ: довгий шлях до «промислового безвізу»

54. Глобальні тенденції розвитку транспорту: оцінка українських фахівців (2 частина). URL:https://cfts.org.ua/articles/globalni_tendentsi_rozvitku_transportu_otsinka_ukranskikh_fakhivtsiv_2_chastina_1957/135348?utm_source=chatgpt.com

55. Лірук Дмитро. Комерційна логістика компанії у сфері транспортної мобільності. Розвиток фінансово-економічних відносин у суспільстві в умовах прояву фінансових ризиків: збірник матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Кам'янець-Подільський, 04 квітня 2025 року). Кам'янець-Подільський: Заклад вищої освіти «Подільський державний університет», 2025. 358 с. С. 152-157

56. Міжнародні практики щодо доступності мобільних застосунків державних органів, 2021. URL:https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ua/Accessibility_Goverment_UKR_final.pdf

57. Стратегія розвитку сфери електронних комунікацій України – 2030. https://thedigital.gov.ua/storage

58. Офіс реформ Кабінету Міністрів України. Дайджест відновлення України Ukraine recovery digest №128. URL: https://rdo.in.ua/

59. Інструменти підтримки бізнесу. URL: https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/instrumenty-pidtrymky-biznesu-lypen-2025-roku

60. Міністерство економіки України презентувало Зелену платформу. URL:https://me.gov.ua/News/Detail/d5335c95-435c-4b0a-ba7c-e84872bc84e2?lang=uk-UA&title=MinekonomikiPrezentuvaloZelenuPlatformuNaUrc2025

61. Закон України «Про факторинг». 3 червня 2025 року. № 4466-IX. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4466-20#Text

62. Верховна Рада України прийняла Закон щодо створення сприятливих умов для започаткування та розвитку ветеранського підприємництва.
URL:https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/264625.html