

УДК 339.1

ПЕРШІ КРОКИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ: СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ДИЛЕМИ

Моргачов І.В., Чорна О.Ю., Держак Н.О.

FIRST STEPS OF OPENING OWN BUSINESS: MODERN TECHNOLOGIES AND DILEMMAS

Morhachov I.V., Chernay O.Y., Derzhak N.

Метою досліджень є розгляд та аналіз основних проблем перших кроків виходу на ринок при відкритті власної справи, узагальнення та оцінка корисності відомого досвіду за напрямом. Об'єктом дослідження є процес створення бізнесу на початкових етапах. Методологічною основою викладених результатів послужило узагальнення і аналіз досвіду створення власної справи слухачами сучасних бізнес-циклів. У роботі розглянуто теоретичні та практичні аспекти відкриття бізнесу в сучасних умовах. Здійснено аналіз проблем початкових кроків підприємництва та шляхів їх вирішення. Узагальнено існуючі рекомендації та відомий досвід перших кроків створення власного бізнесу особливо в частині технології визначення умовно-незадоволеного попиту шляхом тестування ринкових ніш. Така технологія приносить позитивні результати за умов одночасного застосування із засобами електронної комерції. Отримані результати мають як практичну цінність у вигляді узагальненого позитивного досвіду та рекомендацій за напрямом, так і теоретичну в якості підґрунтя розширення переліку ключових чинників ефективного ведення бізнесу на перших етапах його створення. В якості додаткового ключового чинника успішного ведення власної справи на перших етапах її створення визначено високий рівень мотивації до бізнесу підприємця навіть за умови здійснення ним не улюбленої діяльності.

Ключові слова: власна справа, підприємництво, ринок, умовно-незадоволений попит, тестування ринкових ніш, підприємець-початківець, електронна комерція, мотивація до бізнесу.

Вступ. В умовах бурхливого розвитку ринкових відносин в країні сучасні питання відкриття власної справи завжди є актуальними. Протягом часу умови для початку малого бізнесу змінюються, що відкриває шлях одним особам і погіршує умови іншим. Адекватний і своєчасний аналіз відповідних умов часто стає запорукою успішного входження на ринок та початку підприємницької діяльності.

Моніторинг і оцінка зміни відповідних умов та проблем дозволяє робити висновки щодо загального

стану підприємництва на національному і регіональному рівні для розробки стимулюючих програм та заходів. Особливо актуального значення підтримка малого підприємництва набуває для депресивних регіонів в умовах загострення проблеми безробіття та зменшення робочих місць.

Розглядаючи рівень окремої фізичної особи слід також відмітити актуальність питання підприємництва як завжди існуючу альтернативу роботи за наймом. Майже кожна доросла людина як в Україні так і в інших країнах стикалася з проблемами пошуку роботи, часто замислювалася над роботою на себе шляхом відкриття власної справи. Більшість цих планів залишилася нездійсненими оскільки самими важкими на шляху бізнесу є перші кроки. Саме на цей етап слід звернути особливу увагу, визначити основні проблеми, замислитися над шляхами їх вирішення, узагальнити та осмислити існуючі рекомендації та досвід.

В світі в цілому, також як і в Україні, існує глобальна закономірність, яка з точки зору державного регулювання безробіття є проблемою. Ця закономірність і одночасно проблема полягає у дуже малому проценті осіб, які наважуються відкрити власну справу і дуже малий процент успіху серед тих, хто наважується. Саме перші кроки відкриття власної справи є роковими: вони або відлякують, або руйнують новостворений бізнес.

Більшість сучасних вітчизняних наукових робіт за темою концентрують увагу на проблемах розвитку малого підприємництва (корупція, податки, інфляція, висока ціна кредитів тощо). Наше дослідження абстрагується від цих проблем і акцентує увагу на лише на питанні виходу початківці-підприємця на ринок. При цьому труднощі перших кроків виходу на ринок для суб'єкта підприємницької діяльності розглядаються як об'єктивні, що не є проблемою ринка або

національного господарства, а може бути лише проблемою окремої особи або групи осіб.

Літературний огляд. Аналіз останніх досліджень за напрямом [1 - 7] дозволяє визнати наявність глибоких напрацювань тематики, разом з тим ще багато проблем розвитку малого підприємництва в Україні залишаються відкритими. На сучасному етапі розвитку наукових поглядів щодо питання малого підприємництва досить повною мірою досліджено питання удосконалення і управління вже існуючого бізнесу, юридичні аспекти оформлення, фінансові та адміністративні проблеми новостворюваного, які, в тому числі, стосуються податків та державного регулювання.

Такі питання є важливими для відкриття власної справи, однак другорядними. На першому місці завжди стоїть завдання визначення виду діяльності та виходу на ринок. Нажаль глобальні питання: «Яким бізнесом займатися, які зробити перші кроки для виходу на ринок?» - залишаються дійсно проблемними для основної маси початківців.

Для всіх видів підприємницької діяльності та випадків бізнесу неможливо сформулювати універсальні конкретні поради, однак можливо розробити теоретичні принципи планування і організації перших кроків відповідної діяльності з урахуванням сучасних тенденцій, які зможуть стати у пригоді великій кількості підприємців.

Метою досліджень є розгляд та аналіз основних проблем перших кроків виходу на ринок при відкритті власної справи, узагальнення та оцінка ефективності відомого досвіду і рекомендацій.

Результати. За статистикою самий значний процент припинення діяльності припадає на фізичних осіб-підприємців, що, в тому числі, пов'язано з невдачами при здійсненні перших кроків початку власної справи, що пов'язані з виходом на ринок та закріплення на ньому. Саме вони часто з'являються вирішально-смертельними для підприємця. Для приклада наведемо відповідну статистику за Кіровоградською областю (табл.) за даними [8].

Таблиця

Динаміка реєстрації та припинення господарської діяльності фізичних осіб-підприємців у Кіровоградській області у 2011 – 2015р.

Показник	Динаміка показника за роками, од.				
	2011	2012	2013	2014	2015 (11 місяців)
Створено	937	865	907	886	908
Ліквідовано	1164	883	770	3298	1824

В сучасних умовах фізична особа розглядаючи питання вибору власної справи та початку бізнесу може звернутися до наступних джерел інформації:

- класичні навчальні посібники та підручники;
- статті за темою в мережі Інтернет;
- відеозаписи (лекцій, тренінгів, виступів, форумів), які можна знайти в мережі Інтернет.

Спробуємо розглянути переваги та недоліки цих джерел.

Переглядаючи джерела інформації з 1-ї групи можна знайти відповіді на ключові питання ефективної власної справи:

- 1) умовою успішного бізнесу є задоволення певної потреби платоспроможної групи споживачів;
- 2) для виживання на ринку необхідним є суттєвий чинник конкурентоспроможності;

Нажаль, в підручниках часто не визначається як само визначати цю групу та їх потреби в умовах конкуренції, однак зрозумілим є загальний напрям пошуку з метою визначити або незадоволений попит, або більш кращого ніж у конкурентів засобу задоволення попиту, з яким вже працюють конкуренти. Слід звернути увагу, що в сучасних умовах як в Україні, так і в більшості інших країн Європи умовно-незадоволений попит як явище хоч і має місце, однак характеризується локальним та короткостроковим характером.

Сучасні умови, що маються на увазі, наступні: глобалізація світової економіки, коли будь-який товар (законний) може бути доставлений з багатьох країн, де він виробляється; розвиток глобальної мережі Інтернет, коли будь-який товар можна придбати (замовити) через Інтернет; тобто не існує дефіциту пропозиції товарів та послуг, однак є гостра конкуренція між виробниками.

Спробуємо пояснити сутність одночасно локального і короткострокового характеру умовно-незадоволеного попиту на прикладі. Наприклад, у великому місті з відносно високим рівнем середньої зарплати та низьким рівнем безробіття підприємець розпочинає свою справу з доставки відеоігор на дім замовникам. В даному випадку він виявив умовно-незадоволений попит не на самі ігри, а на їх доставку. На торгівельних складах цього міста такого товару вдосталь, однак більшої кількості мешканців такого міста не вистачає вільного часу, тому вони платять такому підприємцю власне за економію власного часу на пошук і доставку на дім відповідного товару.

Якщо розглядати економію часу в якості товару, то попит на нього особливо у великих містах буде завжди. Наприклад, у місті Київ деякі мешканці витрачають близько 2 годин в день тільки на дорогу на роботу і до дому. Якщо в якості товару розглядати відеоігри, то ринок його в майбутньому зміниться: напевно зміниться носій, місце отримання (купівлі) їх споживачами. Скоріш за все більш легким буде скачування ігор з сайтів в мережі Інтернет. Тому бізнес підприємця з доставки відеоігор до дому, що слугує нам прикладом успіху на основі виявлення незадоволеного попиту, не буде довговічним.

Уточнимо, що в наведеному прикладі виявлення незадоволеного попиту раніше потенціальних конкурентів ми розглядаємо в якості суттєвого чинника конкурентоспроможності. І в цьому відношенні визнається, що само існування

такого явища, як «незадоволений попит» має лише локальний і короткостроковий характер.

Бізнес на основі задоволення вже виявленого конкурентами попиту пов'язаний із відповідною конкуренцією, яка в сучасних умовах глобалізації та перевиробництва має загальну тенденцію до загострення. Ми не спростовуємо можливість успіху на конкурентному ринку, однак новачкам на ньому об'єктивно буде важче ніж тим суб'єктам, які мають суттєвий досвід виживання в висококонкурентному середовищі. В межах цієї статті спробуємо розглянути принципи визначення саме умовно-незадоволеного попиту в якості важливого чинника конкурентоспроможності.

Популярним засобом в сучасних умовах пошуку ідей для власної справи і, власне, визначення досліджуваного нами умовно-незадоволеного попиту є мережа Інтернет, в тому числі матеріал у вигляді статей, що розміщується на web-сайтах. При чому пошукові запити як правило користувачами вводяться до пошукових систем: Google та Yandex. Незважаючи на можливість отримання великої кількості корисної інформації за багатьма напрямками в сучасних умовах розвитку ІТ-технологій можна виділити один суттєвий недолік цього варіанту пошуку умовно-незадоволеного попиту: кількість та частота запитів щодо відкриття власної справи та видів малого бізнесу значно перевищує швидкість написання відповідних статей. Часто такі статті за суттю повторюються, тому дійсно інноваційних ідей, які би допомогли підприємцю-початківцю зробити перші кроки на умовно-новому ринку, відкрити щось нове і неповторюване, небагато і об'єктивно значно уступають за кількістю існуючим запитам.

Ми не заперечуємо корисності більшості статей в мережі Інтернет щодо ідей відкриття власної справи, однак імовірність розпочати справу, про яку ще ніхто не чув на основі такої інформації, дуже невисока. До таких даних слід відноситися аналогічно інформації з підручників. Вона хоч і більш актуальна за часом, однак в основному корисна в якості загально-навчальної та прикладної. В цілому її слід розглядати початківцям, щоб мати загальну уяву про цікаві напрями ведення бізнесу. Мабуть інколи, на основі неї в деяких регіонах і можна відкрити власний бізнес, якого ще не існує в цій місцевості. Але в цілому корисним буде є використання іншого алгоритму виявлення умовно-незадоволеного попиту.

В нашому дослідженні 3-м джерелом корисної інформації щодо відкриття власної справи є відеофільми (відеозаписи), що розташовані в мережі Інтернет. Чи можуть вони відповісти на питання виявлення умовно-незадоволеного попиту? Якщо розглядати конкретний вид такого попиту то ні. Більшість відео-записів за суттю повторюють положення підручників або статей з тієї ж мережі Інтернет. Однак частина таких записів за своєю

корисністю щодо проблем малого підприємництва відрізняється від інших джерел інформації.

На наш погляд, такі записи є більш актуальними для підприємців в порівнянні з підручниками та статтями. Часто на таких записах лектор висловлює свою думку так як є без необхідності вчитування, редакції та публікації, що проходить на своєму шляху стаття або підручник. До того ж, в числі тих, хто висловлює свою думку на таких записах, немає авторів статей та підручників. Автори підручників, статей в мережі Інтернет та лектори на відеозаписах – різні особи щодо питання ведення підприємницької діяльності, тому сутність цих джерел різниться. Особливо слід виділити записи лекцій тренінгів, де лектори не є викладачами навчальних закладів, працюють у бізнес-школах практичної спрямованості.

Бізнес-школа практичної спрямованості нами розглядається як такий заклад, де слухачі безпосередньо роблять спробу розпочати власну справу під наглядом своїх наставників.

Корисність таких записів полягає не в тому, що на них перелічуються цікаві ідеї для відкриття власної справи, а узагальнюється досвід підприємців початківців. Узагальнення такого досвіду дозволяє уточнити теоретичні принципи визначення умовно-незадоволеного попиту. Першим таким принципом є: в більшості випадків умовно-незадоволений попит визначається методом проб і помилок, коли підприємець-початківець «перебирає» велику кількість ринкових ніш (тестує ніші) шляхом практичної спроби розпочати відповідну діяльність. При цьому важливо, щоб така спроба була маловитратною, оскільки об'єктивно буде велика кількість спроб перед тим як підприємець-початківець досягне успіху на якійсь ринковій ніші.

Цікавим випадком «тестування ніш» або виявлення умовно-незадоволеного попиту є публікація рекламних об'яв з продажу товарів, яких ще немає у підприємця-початківця. І лише за умов формування портфелю замовлень останній вкладає власні кошти у закупівлю відповідного товару.

В більшості випадків без суттєвих капіталовкладень можна відкрити новий бізнес в сфері обслуговування і торгівлі. До того ж, значення має регіон (місто). Чим більше місто за розміром та масштабом, тим легше в ньому виявити ту саму «нішу» або умовно-незадоволений попит. Тому існуючі бізнес-школи практичної спрямованості відкриті у столицях та інших великих містах.

Іншим цікавим засобом «тестування ніші», але більш коштовним є, розробка і публікація в мережі Інтернет власного сайту (в тому числі і сайту-магазину), коли ще товару немає в наявності. Тобто спочатку створюється сайт комерційної спрямованості (одночасно в якості візитівки, вітрини товарів та послуг, форми зворотного зв'язку та офісу), який націлений на певного споживача та задоволення його потреби; потім цей сайт просувається в ТОП в пошукових системах,

здійснюється його SEO-оптимізація. А коли вже починаються звернення потенційних клієнтів на основі роботи такого сайту, підприємець розпочинає бізнес: інвестує кошти в закупівлю необхідних активів.

Слід окремо виділити створення web-сайту в якості необхідного атрибуту власної справи. В сучасних умовах, особливо у великих містах, це є вже обов'язковою умовою бізнесу. Сучасному підприємцю зараз не тільки необхідно опанувати основи фінансового і кадрового менеджменту та інші хитрощі ведення власної справи, але й технологій створення і просування в пошукових системах власного web-сайту, інші засоби електронної комерції. При чому робота над сайтом не закінчується тоді, коли його розміщено у мережі – необхідними є подальші зміни, наповнення, удосконалення, створення нових сторінок та сервісів тощо. А згодом, виникне необхідність управління репутацією у мережі Інтернет, де об'єктом управління є сукупність відгуків колишніх і сучасних клієнтів.

Повертаючи до технології визначення умовно-незадоволеного попиту або тестування ніш методом послідовного їх перебору (спроб та помилок) слід додати, що в підсумку підприємець-початківець може виявити таку нішу, однак відповідний бізнес йому зовсім може бути не до вподоби. Наприклад, таким підприємцем-початківцем може бути чоловік, а виявлений ним умовно-незадоволений попит стосується жіночої косметики, до якої у нього може бути зовсім відсутня зацікавленість.

Будь-який підприємець-початківець стикається з об'єктивною дилемою: займатися улюбленою справою, або не улюбленою, але необхідною (де існує умовно-незадоволений попит). В першому випадку конкурентною перевагою є більший рівень зацікавленості підприємця, коли він більше витрачає власного часу та натхнення. Але ця справа може бути здійснюватися на високо конкурентному ринку, де шанс успіху може бути невеликим. В другому випадку конкурентною перевагою є виявлений умовно-незадоволений попит, але людина часто знаходить безліч причин, щоб не займатися не улюбленою справою. І якщо досягається збіг, коли виявлений умовно-незадоволений попит буде відповідати улюбленій справі, імовірність успіху є великою.

Тобто наступним важливим чинником успішного бізнесу на початкових етапах є внутрішня мотивація підприємця-початківця. Або необхідно досягнення збігу уподобань особи та перспективного бізнесу, або такий початківець повинен примусово полюбити ту справу, яку диктує ринок. В останньому завжди існує об'єктивна проблема, що знижує процент успішних підприємців. Тому питання розвитку підприємництва стосується не тільки фінансової грамотності населення або дешевизні капіталу, велике значення мають психологічні чинники.

Сучасні бізнес-школи практичної спрямованості на перших етапах навчання слухачів роблять акцент на внутрішньої мотивації людини до успіху незважаючи на вид бізнесу. Тобто нав'язують стереотип любові до фінансового успіху, до грошей, майже будь-яким законним шляхом.

В сучасних умовах вже є технологія як стати підприємцем і відкрити власну справу шляхом застосування методу тестування ніш та використання можливостей Інтернет. Стати підприємцем і працювати на певному ринку - не проблема. Проблема в тому, що справа, яку вимагає ринок, може буди не до вподоби. Тому третім ключовим чинником успішного ведення власної справи ми пропонуємо розглядати високий рівень мотивації підприємця до бізнесу навіть за умови здійснення ним не улюбленої діяльності.

Висновки. Глобальні та ключові чинники ефективності відкриття власної справи з часом доповнилися. До того ж, загострилася конкуренція та швидкість впровадження інновацій. В таких умовах умовно-незадоволений попит та певні конкурентні переваги при створенні власного бізнесу підприємцем-початківцем в основному можуть мати лише короткотерміновий і локальний характер. Перший, тобто умовно-незадоволений попит, може визначатися шляхом тестування ринкових ніш, тобто методом спроб і помилок входження на певний ринок. Така технологія приносить позитивні результати за умов одночасного застосування із засобами електронної комерції. При цьому такі спроби мають бути мало витратними або умовними до моменту формування портфелю замовлень. Недоліком агресивного визначення перспективної ринкової ніші з наявністю умовно-незадоволеного попиту є необхідність примирення підприємця з тим бізнесом, якого вимагає ринок, що потребує високого рівня мотивації.

Інтенсивне використання мережі Інтернет, web-сайтів та інших засобів електронної комерції – стали звичайними явищами на рівні малого підприємництва, в тому числі і до моменту офіційного відкриття власної справи.

Перспективою подальших досліджень за напрямом є уточнення необхідної інфраструктури, що сприяє використанню технології визначення умовно-незадоволеного попиту шляхом тестування ринкових ніш.

Л і т е р а т у р а

1. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. - К.: Т-во «Знання», 2001. - 277 с.
2. Васильєва Д. В. Актуальні проблеми розвитку малого бізнесу в Україні / Д. В. Васильєва // Механізм регулювання економіки. - 2011. – №3. – С. 188-196.
3. Дикань О.В. Розвиток малого бізнесу в Україні: проблеми та шляхи забезпечення / О.В. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. - № 57. – С. 58 – 66.

4. Єпіфанова І. М. Основні аспекти розвитку малого бізнесу в Україні / І. М. Єпіфанова // Труды Одесского политехнического университета. - 2009. - № 1(31). - С. 211 – 215.
5. Марченко О.І. Розвиток малого бізнесу: вітчизняний і зарубіжний досвід / О.І. Марченко, Р.В. Моткалюк // Фінансовий простір. – 2015. - № 1(17). – С. 190 – 193.
6. Солованюк С.М. Розвиток малого бізнесу в Україні в сучасних умовах / С.М. Солованюк // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2017. - № 2(24), 2т. – С. 130 – 133.
7. Табінський В.А. Деякі аспекти розвитку малого підприємництва в Україні / В.А. Табінський, А.П. Сімон, А.В. Стасюк // Економічна теорія та історія економічної думки. – 2016. - № 2. – С. 36 – 39.
8. Програма розвитку малого і середнього підприємництва у м. Кіровограді на 2016 – 2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kr-rada.gov.ua/uploads/documents/ua-rishennya-dodatok-139-100316-06-07-2016.pdf>

References

1. Varnaliy Z. S. Male pidpryyemnytstvo: osnovy teorii i praktyky, K.: T-vo «Znannya», 2001. - 277 p.
2. Vasylyeva D. V. Aktual'ni problemy rozvytku maloho biznesu v Ukraini, Mekhanizm rehulyuvannya ekonomiky, 2011, №3, P. 188-196.
3. Dykan' O.V. Rozvytok maloho biznesu v Ukraini: problemy ta shlyakhy zabezpechennya, Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, 2017, № 57, P. 58 – 66.
4. Yepifanova I. M. Osnovni aspekty rozvytku maloho biznesu v Ukraini, Trudy Odesskoho polytekhnycheskoho unyversyteta, 2009, № 1(31), P. 211 – 215.
5. Marchenko O.I., Motkalyuk R.V. Rozvytok maloho biznesu: vitchyznyanyy i zarubizhnyy dosvid, Finansovy prostrir, 2015, № 1(17), P. 190 – 193.
6. Solovanyuk S.M. Rozvytok maloho biznesu v Ukraini v suchasnykh umovakh, Mizhnarodnyy naukovyy zhurnal «Internauka», 2017, № 2(24), 2t., P. 130 – 133.
7. Tabins'kyu V.A., Simon, A.P., Stasyuk A.V. Deyaki aspekty rozvytku maloho pidpryyemnytstva v Ukraini, Ekonomichna teoriya ta istoriya ekonomichnoyi dumky, 2016, № 2, P. 36 – 39.
8. Prohrama rozvytku maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva u m. Kirovohradi na 2016 – 2020 roky [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.kr-rada.gov.ua/uploads/documents/ua-rishennya-dodatok-139-100316-06-07-2016.pdf>

Моргачов І.В. Чёрная О.Ю., Держак Н.А. Первые шаги открытие собственного дела: современные технологии и дилеммы

Целью исследований является рассмотрение и анализ основных проблем первых шагов выхода на рынок при открытии собственного дела, обобщение и оценка полезности известного опыта по направлению. Объектом исследования является процесс создания бизнеса на начальных этапах. Методологической основой изложенных результатов послужило обобщение и анализ опыта создания собственного дела слушателями современных бизнес-школ. В работе рассмотрены теоретические и практические аспекты открытия бизнеса в современных условиях. Осуществлен анализ проблем начальных шагов предпринимательства и путей их решения. Обобщены существующие рекомендации и

известный опыт первых шагов создания собственного бизнеса особенно в части технологии определения условно-неудовлетворенного спроса путем тестирования рыночных ниш. Такая технология приносит положительные результаты при условии одновременного применения со средствами электронной коммерции. Полученные результаты имеют как практическую ценность в виде обобщенного положительного опыта и рекомендаций по направлению, так и теоретическую в качестве основы расширения перечня ключевых факторов эффективного ведения бизнеса на первых этапах его создания. В качестве дополнительного ключевого фактора успешного ведения собственного дела на первых этапах его создания определен высокий уровень мотивации к бизнесу предпринимателя даже при условии осуществления им не любимой деятельности.

Ключевые слова: собственное дело, предпринимательство, рынок, условно-неудовлетворенный спрос, тестирование рыночных ниш, начинающий предприниматель, электронная коммерция, мотивация к бизнесу.

Morhachov I.V. Chernay O.Y. Derzhak N. First steps of opening own business: modern technologies and dilemmas

The purpose of the research is to consider and analyze the main problems of the first steps of entering the market when opening their own business, the summarizing and evaluating the effectiveness of known experience and recommendations. The object of research is the process of creating a business in its initial stages. The methodological basis of the outcomes was provided by the generalization and analysis of the experience of creating their own business by students of modern business schools. The theoretical and practical aspects of opening a business in modern conditions are considered in the paper. The analysis of problems of initial steps of entrepreneurship and ways of their solution are analyzed. Summarized existing recommendations and known experience of the first steps of creating their own business, especially in the technology of determining the conditionally dissatisfied demand through the testing of market niches. Such technology brings positive results in terms of simultaneous use with e-commerce tools. The obtained results have both practical value in the form of generalized positive experience and the theoretical in the form basis for expanding the list of key factors of effective business in the first stages of its creation.

Keywords: business, market, conditionally dissatisfied demand, market niche testing, entrepreneur-novice, e-commerce, business motivation.

Моргачов Ілля Вікторович, к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля
Чорна Ольга Юрївна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу, Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.
Держак Наталія Олександрівна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля

Рецензент: д.е.н., проф. **Овчаренко Є.І.**

Стаття подана 20.08.2018