

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ВСП «БОБРИНЕЦЬКИЙ АГРАРНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ІМ.В.ПОРИКА
БІЛОЦЕРКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»**

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МАРКЕТИНГУ**

галузь знань	20 Аграрні науки та продовольство
спеціальність	201 Агрономія
кваліфікація	фаховий молодший бакалавр з агрономії
відділення	Виробництво і переробка продукції рослинництва

2024-2025 навчальний рік

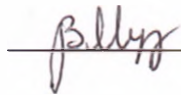
Робоча програма навчальної дисципліни «Основи підприємництва та маркетингу» для здобувачів фахової передвищої освіти за спеціальністю 201 Агрономія кваліфікації «фаховий молодший бакалавр з агрономії» - Бобринець: ВСП «Бобринецький АФК ім. В. Порика БНАУ», 2024. - 16 с.

Укладач Я. М. Чичирко – викладач економічних дисциплін, кваліфікаційна категорія «спеціаліст першої категорії».

Робочу програму схвалено на засіданні циклової комісії спеціальності 201 Агрономія

Протокол № 2 від 06.09.2024р.

Голова циклової комісії

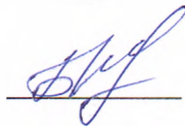


Вікторія МУЗИКА

Схвалено методичною радою ВСП «Бобринецький АФК ім. В. Порика БНАУ»

Протокол № 1 від 10.09.24

Голова методичної ради



Тетяна БОНДАРЄВСЬКА

ЗМІСТ

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МАРКЕТИНГУ»	5
2.1. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ	6
3. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	6
4. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МАРКЕТИНГУ»	7
5. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	8
6. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	10
6.1. Лекції	10
6.2. Практичні заняття	12
6.3. Семінарські заняття	12
6.4. Самостійна робота	12
7. МЕТОДИ НАВЧАННЯ	13
8. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ	13
9. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	14
10. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	14
11. ПЕРЕЛІК НАОЧНИХ ТА ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ	15
12. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	15

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Згідно з навчальним планом на 2024-2025 навчальний рік, на вивчення дисципліни «Основи підприємництва та маркетингу» для денної форми навчання виділено всього 90 академічних годин (3 кредитів ECTS), у т.ч. аудиторних – 56 години (лекції – 40 годин, практичні заняття – 14 годин, семінарське – 2 години, самостійна робота – 34 години).

Опис навчальної дисципліни за показниками та формами навчання наведено в таблиці:

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів відповідних ECTS – 1,5	Галузь знань 20 Аграрні науки і продовольство	Нормативна
Кількість розділів – 2	Спеціальність – 201 Агрономія	Рік підготовки 4-й
Кількість тем – 13		Семестр
Загальна кількість годин 56 годин		
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 СРС - 2	Освітньо - професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр	7-8 - й
		Лекції
		40 годин
		Практичні, семінарське
		16 годин
		Самостійна робота
		34 годин
Вид контролю: диференційований залік		

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МАРКЕТИНГУ»

Метою викладання навчальної дисципліни “Основи підприємництва та маркетингу” є формування в майбутніх фахівців сучасної системи поглядів і спеціальних знань у галузі підприємництва та маркетингу, оволодіння теоретичними знаннями і практичними навичками, які пов’язані з формуванням і реалізацією ефективного механізму управління діяльністю підприємництва в сучасних умовах становлення ринково орієнтованої системи господарювання в Україні.

Завданнями вивчення дисципліни є удосконалення знань тенденцій, законів і закономірностей розвитку підприємництва. Забезпечення можливості майбутнім фахівцям самостійно приймати правильні управлінські рішення в умовах швидко-змінюваного зовнішнього та внутрішнього середовища.

Як результат вивчення навчальної дисципліни студенти повинні **знати:**

- аналіз, планування та організацію підприємницької діяльності в сучасних умовах;
- прогнозування, розробки стратегії та розвитку власної справи у сферах виробництва, посередництва та надання послуг;
- виявлення та обґрунтування пріоритетних напрямків та організації власного бізнесу;
- організацію торговельної діяльності та діяльності в сфері надання послуг;
- організацію біржових операцій;
- потреби споживачів та навчитися задовольняти їх краще, ніж конкуренти;

уміти:

- приймати ефективні підприємницькі рішення на внутрішніх та зовнішніх ринках;
- формувати і обробляти необхідну інформаційну базу щодо зовнішнього та внутрішнього середовища за певним видом економічної діяльності;
- застосувати комп’ютерні технології для підтримки прийняття рішень у процесі організації та планування власної справи;
- оцінювати вплив зовнішнього середовища, особливо державного регулювання, на ефективність маркетингової діяльності підприємств АПК;

- визначати особистісні, групові та ситуативні можливості для здійснення ефективного управлінського впливу керівника-лідера в підприємницькій діяльності;

- проводити ділові переговори та оформлення договорів;

- критично оцінювати аграрну політику та її вплив на маркетингову діяльність підприємств АПК;

- здійснювати аналіз конкурентного середовища функціонування підприємства, цільових ринків підприємств АПК (як постачальників, так і споживачів).

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Основи підприємництва та маркетингу» є теоретичні засади функціонування і розвитку підприємництва в сучасних умовах економічного розвитку України, загальні закономірності розвитку маркетингу, його системи, процесів оперативного та стратегічного управління маркетингом.

2.1 ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Основи підприємництва та маркетингу» базується на знаннях таких дисциплін: «Основи економічної теорії», «Економіка підприємства», «Основи менеджменту», «Організація і планування діяльності аграрних формувань».

3. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Символ результатів навчання за спеціальністю	Результати навчання з дисципліни
ПРН 7	Здатність аналізувати соціально-економічні процеси та явища, використовувати економічні знання у професійній діяльності.
ПРН 21	Володіння методикою розрахунків економічних показників та здатність аналізувати економічний стан аграрних формувань.

4. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МАРКЕТИНГУ»

Загальний обсяг навчального часу, відведеного на вивчення дисципліни складає 90 год, у тому числі – 40 год лекцій, 14 год практичних занять, 2 год - семінарських занять, 32 год- самостійна робота студентів.

Програму дисципліни поділено на два розділи. Поточний контроль проводиться у формі тестових контрольних робіт. Підсумковий контроль передбачає складання диференційованого заліку.

Розділ I - Основи підприємництва

Тема 1.1. Вступ. Економічна суть, особливості організації і розвитку підприємництва

Тема 1.2. Економічні основи, правові засади підприємництва

Тема 1.3. Організаційні основи та форми підприємництва

Тема 1.4. Фінансове обслуговування і забезпечення функціонування підприємництва

Тема 1.5. Ризик і страхування підприємницької діяльності

Тема 1.6. Формування підприємницького мислення. Якості підприємця.

Ділова етика підприємницьких структур

Тема 1.7. Виробнича діяльність підприємницьких структур.

Зміст бізнес-плану

Розділ II - Основи маркетингу

Тема 2.1. Суть, принципи, методи та цілі маркетингу. Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації

Тема 2.2. Споживчі ринки та поведінка покупців

Тема 2.3. Маркетингова товарна та цінова політика.

Методи та засоби поширення товарів

Тема 2.4. Формування попиту та стимулювання збуту

Тема 2.5. Стратегія планування, контроль маркетингової діяльності.

Маркетинг сільськогосподарської продукції

Тема 2.6. Міжнародний маркетинг

5. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви розділів і тем	Кількість годин				
	усього	у тому числі			
		лекції	практичні	семінарські	самостійна робота
<i>Розділ I - Основи підприємництва</i>					
Тема 1.1. Вступ. Економічна суть, особливості організації і розвитку підприємництва	6	4			2
Тема 1.2. Економічні основи, правові засади підприємництва	8	4	2		2
Тема 1.3. Організаційні основи та форми підприємництва	6	4			2
Тема 1.4. Фінансове обслуговування і забезпечення функціонування підприємництва	4	2			2
Тема 1.5. Ризик і страхування підприємницької діяльності	8	4	2		2
Тема 1.6. Формування підприємницького мислення. Якості підприємця. Ділова етика підприємницьких структур	4	2			2
Тема 1.7. Виробнича діяльність підприємницьких структур. Зміст бізнес-плану	12	4	4		4
Разом за розділ I	48	24	8		16
<i>Розділ II - Основи маркетингу</i>					
Тема 2.1. Суть, принципи, методи та цілі маркетингу. Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації	7	4			3

Тема 2.2. Споживчі ринки та поведінка покупців	5	2			3
Тема 2.3.Маркетингова товарна та цінова політика. Методи та засоби поширення товарів	11	4	4		3
Тема 2.4. Формування попиту та стимулювання збуту	5	2			3
Тема 2.5.Стратегія планування, контроль маркетингової діяльності. Маркетинг сільськогосподарської продукції	7	2		2	3
Тема 2.6.Міжнародний маркетинг	7	2	2		3
Разом за розділ II	42	16	6	2	18
Усього годин	90	40	14	2	34

6. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.1. Лекції

Тема і зміст лекції	Кількість годин
<i>Розділ I - Основи підприємництва</i>	
<p>Тема 1.1. Вступ. Економічна суть, особливості організації і розвитку підприємництва</p> <p>Поняття і роль підприємництва в сучасних умовах. Об'єкти та суб'єкти підприємництва. Предмет, метод та завдання дисципліни.</p> <p>Історичний розвиток поняття "підприємство". Рушійні сили, стратегія і тактика підприємництва. Функції і модель бізнесу.</p>	4
<p>Тема 1.2. Економічні основи, правові засади підприємництва</p> <p>Принципи і матеріальні основи підприємницької діяльності. Завдання, права та обов'язки суб'єктів підприємницької діяльності. Правові аспекти, що регулюють підприємницьку діяльність.</p> <p>Правовий статус підприємця, його місце і роль в організації (підприємстві).</p> <p>Антимонопольна діяльність держави в умовах ринкової економіки. Антимонопольний комітет України, основні аспекти його діяльності.</p>	4
<p>Тема 1.3. Організаційні основи та форми підприємництва</p> <p>Принципи та умови організації підприємництва. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності. Припинення діяльності, банкрутство. Основні види підприємницької діяльності за організаційними формами. Класифікація форм підприємництва. Складні форми підприємницької діяльності.</p>	4
<p>Тема 1.4. Фінансове обслуговування і забезпечення функціонування підприємництва</p> <p>Сутність фінансів суб'єктів підприємницької діяльності. Організація фінансової діяльності підприємства. Кредити та конкурентоспроможність підприємства. Особливості кредитування в аграрному бізнесі. Лізинг і факторинг. Фондова біржа та цінні папери. Факторингові фірми.</p>	2
<p>Тема 1.5. Ризик і страхування підприємницької діяльності</p> <p>Поняття ризиків у підприємницькій діяльності, їх види. Оцінювання ризиків підприємницької діяльності. Механізм зменшення основних економічних ризиків. Ризики, не пов'язані зі страхуванням.</p> <p>Страхування як метод зниження ризиків.</p>	4
<p>Тема 1.6. Формування підприємницького мислення. Якості підприємця. Ділова етика підприємницьких структур</p>	2

<p>Формування підприємницького мислення. Якості підприємця, принципи відносин зі споживачами, співробітниками, конкурентами. Комерційна таємниця. Відкрита інформація і секрет фірми. Захист секретів фірми. Етичні критерії бізнесу. Етичні норми фірми. Основи етикету: представлення, звернення, прощання. Укладення угоди.</p>	
<p>Тема 1.7. Виробнича діяльність підприємницьких структур. Зміст бізнес-плану Зміст бізнес-плану. Комерційний розрахунок як метод ведення виробничо-господарської діяльності. Планування підприємницької діяльності. Бізнес-план, його розробка, зміст розділів.</p>	4
<p>Разом за розділом I</p>	24
<p><i>Розділ II - Основи маркетингу</i></p>	
<p>Тема 2.1 Суть, принципи, методи та цілі маркетингу. Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації Концепції маркетингу. Суть маркетингу. Стратегія і тактика поведінки на ринку. Основна ціль і завдання маркетингу. Концепція маркетингової інформаційної системи.</p>	4
<p>Тема 2.2. Споживчі ринки та поведінка покупців Маркетингова суть ринку, його види та структура. Споживчий ринок. Дослідження потреб та типологія покупців. Модель поведінки покупця на споживчому ринку. Сегментація ринку, її суть і необхідність. Процес позиціювання.</p>	2
<p>Тема 2.3. Маркетингова товарна та цінова політика. Методи та засоби поширення товарів Поняття, класифікація товарної політики. Оцінювання товару. Конкурентоспроможність товару. Життєвий цикл товару. Суть, функції та рівні каналів розподілу. Роздрібна та оптова торгівля. Маркетингові рішення оптових торговців. Посередники та їх види. Комплекс маркетингових комунікацій.</p>	4
<p>Тема 2.4. Формування попиту та стимулювання збуту Суть, цілі й методи процесу формування попиту і стимулювання збуту. Суть та функції реклами. Пропаганда як складова частина формування громадської думки. Стимулювання збуту.</p>	2
<p>Тема 2.5. Стратегія планування, контроль маркетингової діяльності. Маркетинг сільськогосподарської продукції Стратегічне планування. Основні етапи маркетингового планування. Порядок розробки бюджету маркетингу. Маркетинговий контроль. Ефективність маркетингу. Особливості маркетингу сільськогосподарської продукції. Підходи до вивчення маркетингу продовольчих товарів. Сільськогосподарський маркетинг. Фермерський маркетинг. Посередники маркетингу.</p>	2

Тема 2.6. Міжнародний маркетинг	
Міжнародний маркетинг та його особливості. Інформаційна база міжнародного маркетингу.	2
Разом за розділом II	16
Усього годин	26

6.2. Практичні заняття

№ п/п	Назви тем	Кількість годин
<i>Розділ I - Основи підприємництва</i>		
1	Ознайомлення із законодавчими й нормативними актами України, які регулюють підприємницьку діяльність.	2
2	Ризик і страхування підприємницької діяльності, визначення величини підприємницького ризику	2
3	Складання плану виробництва продукції та ліміту витрат. Складання плану маркетингу, фінансового плану.	4
Разом за розділом I		8
<i>Розділ II - Основи маркетингу</i>		
4	Ознайомлення з етапами ЖЦТ. Ознайомлення з методами визначення та встановлення цін на товар. Розрахунок цін на товари.	4
5	Укладання контрактів із реалізації основних видів продукції рослинництва.	2
Разом за розділом II		6
Усього годин		14

6.3. Семінарські заняття

№ п/п	Назви тем	Кількість годин
<i>Розділ II - Основи маркетингу</i>		
1	Загальні концепції планування маркетингу. Послідовність розробки плану маркетингу. Стратегія планування маркетингової діяльності. Планування маркетингових досліджень на підприємствах. Поняття, стадії, цілі та завдання маркетингового контролю. Типи контролю маркетингової діяльності.	2
Усього годин		2

6.4. Самостійна робота

Назви тем	Кількість годин
<i>Розділ I - Основи підприємництва</i>	
Система вільного підприємництва.	2
Антимонопольна діяльність держави в умовах ринкової	

економіки. Антимонопольний комітет України, основні аспекти його діяльності.	2
Складні форми підприємницької діяльності	2
Страховання як метод зниження ризиків. Гарантування безпеки підприємництва.	2
Фондова біржа та цінні папери. Факторингові фірми.	2
Службовий етикет. Планування і проведення переговорів.	2
Написання бізнес-плану	4
Розділ II - Основи маркетингу	
Види маркетингу, його основні принципи та функції. Концепція маркетингової інформаційної системи.	3
Сегментація ринку, її суть і необхідність. Процес позиціонування товару на ринку.	3
Посередники та їх види. Комплекс маркетингових комунікацій.	3
Стимулювання збуту.	3
Фермерський маркетинг. Посередники маркетингу.	3
Маркетингові стратегії підприємництва.	3
Усього годин	34

7. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Під час лекційного курсу застосовуються слайдові презентації у програмі Microsoft Office PowerPoint, роздатковий матеріал, малюнки і табличний матеріал, дискусійні обговорення проблемних питань.

Практичні заняття проводяться у вигляді практикумів з виконанням ситуаційних завдань. На заняттях студенти, використовуючи теоретичний матеріал, приймають рішення .

8. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

У процесі вивчення дисципліни “Основи підприємництва та маркетингу” використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, поточне та підсумкове тестування.

Поточний контроль з предмету включає тематичне оцінювання та контроль по розділам.

Тематичне оцінювання аудиторної та самостійної роботи студентів здійснюється на основі отриманих ними поточних оцінок за усні та письмові відповіді з предмету, самостійні, практичні роботи, виконання тестів, дискусійних обговорень проблемних питань, виконання ситуаційних завдань. Контроль за вивчені розділи проводиться у формі тестування.

Підсумковий контроль знань студентів - диференційований залік, який здійснюється на підставі результатів поточного контролю або тестування.

Кількість отриманих балів з кожного виду навчальних робіт за різними формами поточного контролю виставляється студентам у журнал академічної групи після кожного контрольного заходу.

9. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінка за лекційне заняття виставляється за активність студента в дискусії.

Оцінку на практичному занятті студент отримує за виконані розрахункові, практичні роботи, зроблені доповіді, презентації, активність під час дискусій.

Під час поточного та підсумкового контролю засобами оцінювання результатів навчання з дисципліни є стандартизовані комп'ютерні тести.

10. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за чотирирівневою шкалою – «2», «3», «4», «5».

Критерії оцінювання результатів навчання за чотирирівневою шкалою

Бали	Критерії оцінювання
«Відмінно»	Отримують за роботу, в якій повністю і правильно виконано завдання. Водночас студент має продемонструвати вміння аналізувати і оцінювати явища, факти і процеси, застосовувати наукові методи для аналізу конкретних ситуацій, робити самостійні висновки, на основі яких прогнозувати можливий розвиток подій і процесів, докладно обґрунтувати свої твердження та висновки.
«Добре»	Отримують за роботу, в якій повністю і правильно виконано 75 % завдань. Водночас студент демонструє навички аналізувати і оцінювати явища, факти і події, робить самостійні висновки, на основі яких прогнозує можливий розвиток подій і процесів та здатний докладно обґрунтувати свої твердження та висновки.
«Задовільно»	Отримують за роботу, в якій правильно виконано 60 % завдань. При цьому студент не виявив уміння аналізувати і оцінювати явища, факти та недостатньо обґрунтував твердження та висновки, недостатньо впевнено орієнтується в навчальному матеріалі.

«Незадовільно»	Отримують за роботу, в якій виконано менше ніж 60 % завдань. При цьому студент не вміє аналізувати явища, факти, події, не спроможний робити самостійні висновки та їх обґрунтувати, що свідчить про те, що студент не оволодів програмним матеріалом.
----------------	--

11. ПЕРЕЛІК НАОЧНИХ ТА ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ

Наочні засоби:

1. Слайдові презентації у програмі Microsoft Office PowerPoint.
2. Схеми, малюнки, таблиці.

Технічні засоби:

1. Ноутбук.
2. Телевізори в навчальних аудиторіях.
3. Комп'ютерний клас для проведення модульного та підсумкового тестового контролю знань студентів.

12. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Акіліна О.В., Пасічник В.Г. Основи підприємництва. – Київ, 2006.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Київ: Знання-Прес, 2004. – 645 с.
3. Бутенко Н.В. Маркетинг: підручник. – Київ: Атіка, 2006. – 300 с.
4. Варналій З.С. Основи підприємництва: навч. посіб. – 3-тє вид., виправл. і допов. – Київ : Знання-Прес, 2006. – 285 с.
5. Виноградська А.М. Основи підприємництва: навч. посіб. – 2-е видання перероблене і доповнене. – Київ: Кондор, 2005. – 544 с.
6. Виноградська А.М. Основи підприємництва: навч. посіб. – 2-е видання перероблене і доповнене. – Київ: Кондор – 2008. – 544 с.
7. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. – Київ: Лібра, 2002. – 222 с.
8. Гончаренко О.Г. Основи агробізнесу і підприємництва : конспект лекцій. – Київ, 2000.
9. Губені Ю. Е. Підприємництво: навч. посіб. – Львів: НВФ Українські технології, 2012. – 572 с.
10. Єрмаков О. Ю. Підприємництво в аграрних формуваннях: навч.-метод. посіб. – Київ : НУБіП, 2008. – 271 с.
11. Кваша С.М. Основи підприємництва : навч. посіб. – Київ : Університет “Україна”, 2004. – 254 с.
12. Кулініч О.І., Рудько О.І. Підприємництво : навч.-метод. посіб. – Київ, 2005.
13. Маркетинг : основи теорії та практики : навч. посіб. / За заг. ред. В.В. Липчука. – Львів: “Новий світ – 2000”; “Магнолія плюс”, 2003. – 288 с.

14. Мочерний С.В. Устенко О.А. Чеботар С.І. Основи підприємницької діяльності: навч. посіб. – Київ : Академія, – 2005. – 280 с.

Інформаційні ресурси

1. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>
2. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2465-20#Text>
3. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2009-12#Text>
4. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text>
5. <https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryyemnytstva.pdf>
6. https://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/pidpryemn_diyaln.pdf
7. <https://drive.google.com/file/d/1t0vSrb8BOUQjNnKqAc4jgm5t3UXozlQ1/view>
8. <https://drive.google.com/file/d/1P4VgsHV0nQ65nu2mcx5ur8YoPeY4OGUx/view>
9. <https://onedrive.live.com/?authkey=%21ADwsyqY01OV2%5F8Y&id=AA7825D87155CC49%212180&cid=AA7825D87155CC49&parId=root&parQt=sharedby&oneup=OneUp>