Державний вищий навчальний заклад

«Національний гірничий університет»

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Маркетинговий економічний аналіз \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(шифр і назва навчальної дисципліни)

галузь знань 0305 «Економіка і підприємництво»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(шифр і назва напряму підготовки)

інститут, факультет, відділення Інститут економіки\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(назва інституту, факультету, відділення)

Дніпропетровськ – 2016 рік

Робоча програма нормативної дисципліни «Маркетинговий економічний аналіз» для студентів напряму підготовки 075 «Маркетинг»

„\_\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_ 2016 року ‑ 14 с.

Розробники:

Палєхова Людмила Львівна, доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу

Протокол від “\_\_\_\_” травня 2016 року № \_\_\_

Завідувач кафедри маркетингу \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (Решетілова Т.Б.)

(підпис) (прізвище та ініціали)

“\_\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2016 року

Схвалено методичною комісією Державного ВНЗ «НГУ» за спеціальністю

075 «Маркетинг»

Протокол від “\_\_\_\_”\_травня\_\_\_2016 р. року № \_\_\_

“\_\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2016 року Голова \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (Решетілова Т.Б.)

(підпис) (прізвище та ініціали)

©Державний ВНЗ «НГУ», 2016 рік

© Палєхова Л.Л., 2016 рік

**Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Мета** вивчення дисципліни – формування у студентів системних теоретичних знань і практичних навичок у галузі системного оцінювання економічної діяльності суб’єктів ринку для виявлення внутрішніх резервів для маркетингового розвитку.

**Завдання дисципліни:**

* вивчення методології проведення економічного аналізу для визначення маркетингових проблем та розробки стратегій ринкового розвитку;
* формування практичних навичок щодо використання інструментарію економічного аналізу, у тому числі збору фінансово-економічної інформації і обробки їх результатів дослідження;
* вивчення методів розрахунку основних показників фінансово-економічного розвитку суб’єктів ринкової діяльності, у тому числі для аналізу стану їх ліквідності, ділової активності та ефективності ведення бізнесу;
* вироблення у студентів творчого підходу до обґрунтування і прийняття маркетингових рішень на підставі проведення фінансово-економічного аналізу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:**

* основні процеси, системи, категорії, терміни та загальні правила проведення фінансово-економічного аналізу;
* основні інформаційні джерела, методи та прийоми, що складають сучасні інструменти економічного аналізу для цілей маркетингових досліджень;
* принципи узагальнення результатів аналізу, у тому числі показників використання ресурсів підприємства для маркетингових цілей;
* взаємозв’язок методів економічного аналізу з маркетинговими інструментами, способи використання результатів економічного аналізу в розробці маркетингових програм розвитку.

**вміти:**

* застосовувати сучасні методи та прийоми фінансового-економічного аналізу для розробки та впровадження маркетингових рішень;
* складати програму проведення економіко-фінансового аналізу суб’єкту ринкової діяльності та проводити комплексний економічний аналіз з точки зору завдань маркетингового управління розвитком;
* застосовувати різноманітними методиками та технічні прийоми, визначати фінансово-економічні фактори, розподіляти їх на категорії, пояснювати та прогнозувати їх зміну;
* аналізувати економічно-фінансовий стан підприємства з використанням

математичних та статистичних прийомів і методів;

* виявляти фінансово-економічні можливості як ключові компетенції або ризики підприємства, обґрунтовувати вибір маркетингових дій на конкретних ринках;
* оцінювати ефекти маркетингових заходів суб’єкту ринкової діяльності.

**Програма навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль 1. Сутність маркетингового економічного аналізу для цілей маркетингу.**

**Тема 1. Предмет, об’єкт і завдання економічного аналізу.**

Економічний аналіз як теорія та практика у контексті завдань маркетингового дослідження. Поділ аналізу на фінансовий аналіз і виробничо-управлінський, їх загальні і відмінні риси. Основні терміни в економічному аналізі. Використання результатів аналізу у маркетингу. Основні цілі, задачі та принципи економічного аналізу у маркетингу. Суб'єкти фінансово-економічного аналізу, їх спільні та відмінні інтереси. Основні етапи економічного аналізу діяльності підприємства для маркетингу.

**Тема 2. Методика фінансово-економічного аналізу для цілей маркетингу.**

Методи економічного аналізу, їх застосування для цілей маркетингу. Класифікація методів, прийомів і способів аналізу. Традиційні прийоми економічного аналізу (порівняння, угруповання, деталізація, елімінування та ін.). Принципи аналітичного читання фінансово-економічних документів. Методи проведення аналізу (горизонтального, вертикального, трендового, порівняльного, фінансових коефіцієнтів). Прийоми факторного аналізу. Зовнішній та внутрішній фінансово-економічний аналіз. Застосування різних типів моделей аналізу діяльності підприємства для цілей маркетингу. Інформаційне забезпечення фінансово-економічного аналізу. Аналіз структури активів і пасивів бухгалтерського балансу. Аналіз звіту про фінансові результати діяльності підприємства.

**Змістовий модуль 2. Аналізу фінансових результатів підприємства.**

**Тема 3. Аналіз з фінансового стану підприємства.**

Мета та основні завдання аналізу фінансового стану підприємства. Аналіз складу, структури і динаміки формування прибутку підприємства. Співвідношення доходу, фінансового результату та чистого прибутку. Аналіз витрат та собівартості продукції. Аналіз змінних та постійних витрат. Аналіз прямих та непрямих витрат. Аналіз факторів зміни собівартості продукції. Аналіз співвідношення бухгалтерських та економічних витрат. Аналіз співвідношення бухгалтерського та економічного прибутку. Поняття агрегованого порівняльного аналітичного балансу, методика його складання. Маркетингові заходи щодо поліпшення фінансового стану підприємства.

**Тема 4. Оцінка ліквідності та платоспроможності підприємства.**

Поняття ліквідності. Поняття ліквідності активів. Поняття платоспроможності. Мета та основні завдання оцінки ліквідності та платоспроможності підприємства. Основні інформаційні джерела для проведення аналізу. Основні напрямки аналізу ліквідності активів. Аналіз поточної ліквідності. Аналіз швидкої ліквідності. Аналіз загальної ліквідності. Аналіз абсолютної ліквідності. Оцінка платоспроможності підприємства по Альтману. Основні напрямки аналізу платоспроможності підприємства. Використання результатів аналізу у маркетингу.

**Тема 5. Оцінка прибутковості та рентабельності підприємства.**

Мета та основні завдання оцінки прибутковості та рентабельності підприємства. Основні інформаційні джерела для проведення аналізу. Абсолютні та відносні показники прибутковості підприємства. Аналіз прибутковості активів. Аналіз прибутковості власного капіталу. Аналіз рентабельності сукупного капіталу. Аналіз рентабельності діяльності (чистого прибутку). Аналіз рентабельності реалізованої продукції. Аналіз рентабельності операційної діяльності. Аналіз екстенсивних та інтенсивних факторів підвищення прибутковості підприємства. Використання результатів аналізу у маркетингу.

**Змістовий модуль 3. Аналіз фінансової міцності підприємства.**

**Тема 6. Оцінка фінансової незалежності підприємства.**

Мета та основні завдання оцінки фінансової незалежності підприємства. Поняття та ознаки фінансової незалежності. Основні інформаційні джерела для проведення аналізу. Аналіз фінансової автономії підприємства. Аналіз забезпеченості підприємства власними коштами. Аналіз відношення обігових та не обігових активів. Фінансовий леверидж і його розрахунок.Коефіцієнт Бівера. Основні шляхи підвищення фінансової незалежності підприємства.

**Тема 7. Аналіз фінансової сталості підприємства**

Мета та основні завдання оцінки фінансової сталості підприємства. Поняття та ознаки фінансової сталості підприємства. Основні інформаційні джерела для проведення аналізу. Аналіз власних коштів підприємства. Аналіз позикових коштів підприємства. Розрахунок фінансової сталості підприємства. Розрахунок порогу рентабельності та запасу фінансової сталості. Основні фактори підвищення фінансової сталості та їх аналіз. Використання результатів аналізу у маркетингу.

**Тема 8. Аналіз заборгованості підприємства.**

Мета та основні завдання оцінки заборгованості підприємства. Поняття та види заборгованості підприємства. Основні інформаційні джерела для проведення аналізу. Оптимальне значення коефіцієнту заборгованості підприємства. Оцінка стану дебіторської заборгованості: коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, показники тривалості обігу дебіторської заборгованості, доля дебіторської заборгованості, доля сумнівної дебіторської заборгованості. Оцінка стану кредиторської заборгованості: коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, показники тривалості обігу кредиторської заборгованості. Аналіз цільового використання позикових коштів, аналіз стану розрахунків з бюджетом. Використання результатів аналізу у маркетингу.

**Змістовий модуль 4. Аналіз ефективності використання майна підприємства.**

**Тема 9. Аналіз ефективності використання основних фондів підприємства.**

Поняття та класифікація майна підприємства. Напрямки аналізу використання майна підприємства за його видами. Основні інформаційні джерела для проведення аналізу. Поняття, класифікація та основні критерії ефективності використання основних фондів підприємства. Напрямки аналізу використання основних фондів. Основні інформаційні джерела для проведення аналізу. Основні показники стану основних фондів. Аналіз використання активної частини основних фондів. Узагальнені показники використання основних фондів. Аналіз факторів підвищення ефективності використання основних фондів.

**Тема 10. Аналіз ефективності використання обігових фондів підприємства.**

Поняття та класифікація обігових фондів підприємства. Напрямки аналізу використання обігових фондів. Основні інформаційні джерела для проведення аналізу. Аналіз потреб підприємства у обігових коштах. Основні показники ефективності використання обігових фондів за їх видами. Аналіз факторів підвищення ефективності використання обігових фондів. Поняття та структура товарно-матеріальних запасів підприємства. Напрямки аналізу товарно-матеріальних запасів підприємства. Аналіз структури товарно-матеріальних запасів за видами ліквідності. Розрахунок оборотності товарно-матеріальних запасів підприємства. Оцінка ефективності використання товарно-матеріальних запасів. Аналіз факторів підвищення оборотності товарно-матеріальних запасів підприємства.

**Теми практичних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва теми | Кількість  годин |
| 1 | Основні етапи економічного аналізу діяльності підприємства для маркетингу. | 2 |
| 2 | Методи проведення горизонтально-вертикального аналізу | 2 |
| 3 | Поняття агрегованого порівняльного аналітичного балансу, методика його складання. | 1 |
| 4 | Основні напрямки аналізу ліквідності активів. | 1 |
| 5 | Абсолютні та відносні показники прибутковості підприємства. | 2 |
| 6 | Аналіз фінансової автономії підприємства. Фінансовий леверидж і його розрахунок. | 2 |
| 7 | Розрахунок фінансової сталості підприємства. | 2 |
| 8 | Оцінка стану дебіторської заборгованості. Оцінка стану кредиторської заборгованості. | 2 |
| 9 | Напрямки аналізу використання основних фондів. | 2 |
| 10 | Напрямки аналізу товарно-матеріальних запасів підприємства. | 5 |
| **Разом** | | **21** |

**Самостійна робота**

**Метою самостійної роботи** є закріплення знань, формування умінь і навичок щодо застосування інструментів промислового маркетингу.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва теми | Кількість  годин |
| 1 | Основні цілі, задачі та принципи економічного аналізу у маркетингу. | 6 |
| 2 | Аналіз структури активів і пасивів бухгалтерського балансу та звіту про фінансові результати діяльності підприємства. | 6 |
| 3 | Аналіз співвідношення бухгалтерських та економічних витрат. Аналіз співвідношення бухгалтерського та економічного прибутку. | 8 |
| 4 | Аналіз поточної ліквідності, швидкої ліквідності, загальної ліквідності та абсолютної ліквідності. Оцінка платоспроможності підприємства по Альтману. | 8 |
| 5 | Аналіз рентабельності сукупного капіталу. Аналіз рентабельності діяльності (чистого прибутку). Аналіз рентабельності реалізованої продукції. Аналіз рентабельності операційної діяльності. | 6 |
| 6 | Аналіз забезпеченості підприємства власними коштами. Аналіз відношення обігових та не обігових активів. Фінансовий леверидж і його розрахунок.Коефіцієнт Бівера. | 10 |
| 7 | Аналіз власних коштів підприємства. Аналіз позикових коштів підприємства. | 11 |
| 8 | Аналіз оборотності дебіторської заборгованості, тривалості обігу дебіторської заборгованості, долі сумнівної дебіторської заборгованості. Оцінка оборотності кредиторської заборгованості, показників тривалості обігу кредиторської заборгованості. | 11 |
| 9 | Основні показники стану основних фондів. Аналіз використання активної частини основних фондів. Узагальнені показники використання основних фондів. | 16 |
| 10 | Аналіз структури товарно-матеріальних запасів за видами ліквідності. Розрахунок оборотності товарно-матеріальних запасів підприємства. | 20 |
| **Разом** | | 131 |

**Індивідуальне завдання**

В рамках самостійної роботи студенти поглиблюють отримані знання при виконанні індивідуального науково-дослідного завдання на тему «Маркетингові дослідження на прикладі певного промислового підприємства». Варіанти індивідуальних завдань відрізняються типом товару та індивідуальними характеристиками промислового підприємства.

Загальні вимоги, що забезпечують максимальну оцінку виконання індивідуального завдання:

* повнота виконання дослідження;
* грамотність, лаконізм і логічна послідовність викладення результатів дослідження;
* оформлення відповідно до чинних стандартів;
* наявність посилань на джерела інформації;
* самостійність виконання (діагностується під час захисту).

**Методи навчання**

Вивчення курсу передбачає використання активних методів навчання шляхом залучення студентів до самостійного оволодіння професійними уміннями і практичними навичками в процесі виконання навчальних завдань, а також розвитку творчих і комунікативних здібностей особистості.

Вивчення курсу передбачає читання лекцій, проведення практичних занять, організацію самостійної роботи студентів, проведення консультацій, керівництво підготовкою доповідей студентів на науково-практичних конференціях, а також здійснення поточного і підсумкового контролю.

На лекціях в стислому і системному вигляді викладаються основи дисципліни: даються визначення понять, які повинні знати студенти. Практичні заняття проводяться у формі дискусій, групових обговорень, презентацій.

Завдання для самостійної роботи видаються викладачем і представляються студентами у вигляді письмових звітів з мультимедійною презентацією.

Викладач проводить щотижневі консультації з дисципліни, під час яких студентам надаються відповіді на запитання, що їх цікавлять, а також здійснюється прийом заборгованостей з поточного контролю.

За матеріалами самостійної роботи і індивідуального науково-дослідного завдання під керівництвом викладача студенти готують доповіді для участі у студентських наукових конференціях, а також роботи для участі у конкурсах студентських наукових робіт.

**Методи контролю**

Для визначення рівня засвоєння студентами навчального матеріалу використовуються поточний контроль, оцінювання індивідуального науково-дослідного завдання та підсумковий контроль.

Поточний контроль передбачає опитування в ході практичних занять, виконання тестів та перевірки правильності виконання індивідуальних завдань для самостійної роботи.

Для діагностики знань використовується модульно-рейтингова система за 100-бальною шкалою оцінювання.

Оцінка знань за змістовний модуль складається з суми балів, отриманих студентом на практичних заняттях при поточному оцінюванні знань, а також при проведенні змістовного модуля.

Підсумковий контроль знань - іспит.

**Розподіл балів, які отримують студенти**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Поточне тестування та самостійна робота | | | | | | | | | | | Сума |
| Модуль 1 | | | | | | | | | | Модуль 2 |
| Змістовий модуль №1 | | Змістовий модуль № 2 | | | Змістовий модуль № 3 | | | Змістовий модуль № 4 | | ІНДЗ |
| Т1 | Т2 | Т3 | Т4 | Т5 | Т6 | Т7 | Т8 | Т9 | Т10 | 20 | 100 |
| 5 | 5 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 10 | 10 | 10 |

Т1, Т2 ... Т10 – теми змістових модулів.

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сума балів за всі види навчальної діяльності | ОцінкаECTS | Оцінка за національною шкалою | |
| для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | **А** | відмінно | зараховано |
| 82-89 | **В** | добре |
| 74-81 | **С** |
| 64-73 | **D** | задовільно |
| 60-63 | **Е** |
| 35-59 | **FX** | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |
| 0-34 | **F** | незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни |

**Методичне забезпечення**

Методичне забезпечення навчальної дисципліни «Маркетинговий економічний аналіз» включає:

* навчальна програма з дисципліни;
* опорний конспект лекцій в електронному вигляді;
* перелік питань для заліку;
* методичні вказівки щодо виконання індивідуального науково-дослідного завдання.

**Рекомендована література**

***Базова***

1. Економічний аналіз: Навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. — Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2003. – 556 с.
2. Чумаченко М.Г. Економічний аналіз [Текст]: навч. посібник / М. А. Болюх [та ін.]; ред. М. Г. Чумаченко; Київський національний економічний ун-т. - 2.вид., перероб. і доп. - К.: КНЕУ, 2003. - 555 с.

***Допоміжна***

* 1. Болюх М.А., Бурчевський В.З., Горбаток М.І.. Економічний аналіз: нівч. посібник / за ред. акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченька. – К.: КНЕУ, 2004. – 540 с.
  2. Ващенко, Л. О. Інформаційне та методичне забезпечення аналізу фінансового стану підприємств: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.04 [Текст] / Л. О. Ващенко; Державна академія статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. - К., 2005. - 20с. : іл.
  3. Гиляровская Л.Т., Лысенко Д.В., Ендовицкий Д.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. — 360 с.
  4. Кіндрацька Г.І. Економічний аналіз [Текст] : підручник / Г. І. Кіндрацька [и др.]. - 3-тє вид., перероб. і доп. - К. : Знання, 2008. - 487 с. - . ISBN 978-966-346-592-0.Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности.—2-е изд., перераб. и доп.—М.: Финансы и статистика, 2000. – 512 с.: ил.
  5. Костирко Р.О. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. - Х.: Фактор, 2007. – 748 с.
  6. Лазаришина, І. Д. Методологія та організація економічного аналізу: навчальний посібник. [Текст] / І.Д. Лазаришина. / Український держ. ун-т водного господарства та природокористування. - Рівне : УДУВГП, 2004. - 112 с.
  7. Мамаева, Т .О. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: конспект лекцій для студентів / Т.О. Мамаева, В.І. Торкатюк, Н.М. Золотова, М.П. Пан. - Харків: ХНАМГ, 2007. - 154 с.
  8. Масютин, С. А. Корпоративное управление: опыт и проблемы : монография [Текст]/ С. А. Масютин. - М. : Финстатинформ, 2003. - 280 с.
  9. Мних, СВ. Економічний аналіз діяльності підприємства : підручник / Є. В. Мних; Київський національний торговельно-економічний ун-т. - К., 2008. - ISBN 966-629-312-9.
  10. Мочаліна, 3. М. Економічний аналіз (модульний варіант). Навч. посібник. [Текст] / З.М. Мочаліна, В.Т . Плакіда, А.Є.Ачкасов. - Харків: ХНАМГ, 2007. - 408 с.
  11. Мошенський С.З., Олійник О.В. Економічний аналіз: Підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. / За ред. д.е.н., проф., Заслуженого діяча науки і техніки України Ф.Ф. Бутинця. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП “Рута”, 2007. – 704 с.
  12. Палєхова Л. Л. Фінансовий аналіз як інструмент маркетингового управління підприємством. Частина 1. Введення до фінансового аналізу: методичний посібник/Дніпропетровськ: НГУ, 2005. – 65 с.
  13. Петряєва, 3. Ф. Організація і методика економічного аналізу: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни/ 3. Ф. Петряєва, Г. Г. Хмеленко; Харківський національний економічний унт. - X. : ХНЕУ, 2009. - 236 с. - ISBN 978-966-676-304-7.
  14. Попович, П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання : підручник / П. Я. Попович. - 3-тє вид., пере-роб. і доп. - К. : Знання, 2008. -. 630 с. - (Серія "Вища освіта XXI століття"). - ISBN 978-966-346-471-8.
  15. Прокопенко, І. Ф., Методика і методологія економічного аналізу: навч. посібник / І.Ф. Прокопенко, В.І. Ганін. - К. : ПУЛ, 2008. - 430 с.
  16. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. - 5-изд. пераб. и доп. – М: Инфра-М, 2009. – 536 с.
  17. Фінансовий аналіз: Навч. посібник / М.Д. Білик, О.В. Павловська, Н.М. Притуляк, Н.Ю. Невмержицька . – К.: КНЕУ, 2005. — 592 с.
  18. Чигринська, О.С. Теорія економічного аналізу: навч. посіб. / О.С. Чигринська, Т.М. Власюк. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 232 с.
  19. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2005. – 196 с.

***Нормативно-правова***

* + 1. Методика оцінки майна: постанова Кабінету Міністрів України станом на 10. 12. 2003 р. № 1891 : офіц. вид. / Верховна Рада України . - К. : Закони та постанови, 2003. - 121 с. Разом зі змінами, що затверджені Постановою Кабінет Міністрів України «Про внесення змін до Методики оцінки майна» від 25.11.2015 № 1033.
    2. Національний стандарт № 2 «Оцінка нерухомого майна»: постанова Кабінету Міністрів України станом на 28.10.2004 № 1442 : офіц. вид. / Верховна Рада України . - К. : Закони та постанови, 2004. - 120 с. Редакція від 15.04.2015, підстава 168-2015-п.
    3. Національний стандарті № 1 «Загальні принципи оцінки майна і майнових прав» : постанова Кабінету Міністрів України станом на 10.09.2003 р. № 1440 : офіц. вид. / Верховна Рада України. – К. : Закони та постанови, 2003. - 121 с.
    4. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби" Мінфін України; Наказ, Положення від 27.04.2000 № 92. Редакція від 24.07.2015, підстава z0789-15.
    5. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до [...]Редакція від 18.03.2014, підстава z0341-14
    6. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку Мінфін України; Наказ, Положення від 18.10.1999 № 242. Редакція від 01.01.2015, підстава z0008-13.
    7. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку Мінфін України; Наказ, Положення від 20.10.1999 № 246. Редакція від 01.01.2015, підстава z0008-13.
    8. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку Мінфін України; Наказ, Положення від 08.10.1999 № 237. Редакція від 09.08.2013, підстава z1242-13.
    9. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 12 "Фінансові інвестиції" Мінфін України; Наказ, Положення від 26.04.2000 № 91. Редакція від 09.08.2013, підстава z1242-13.
    10. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку Мінфін України; Наказ, Положення від 29.11.1999 № 290. Редакція від 09.08.2013, підстава z1242-13.