

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет податкової справи, обліку та аудиту
Кафедра обліку та аудиту

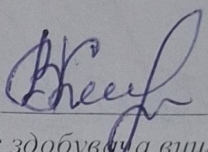
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: Організація і методика аудиту та аналізу діяльності підприємств у сфері торгівлі

Здобувача вищої освіти другого
(магістерського) рівня

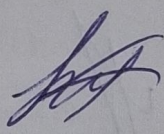
II курсу, групи ОМФЗ-23-1,
спеціальності 071 «Облік і
оподаткування»

освітня програма «Державний аудит;
судово-економічна експертиза у
фінансових розслідуваннях»


підпис здобувача вищої
освіти

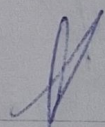
Кузьменко
Вероніка
Вадимівна

Науковий керівник


підпис

Красовська К.М.
ІІБ, науковий ступінь,
вчене звання

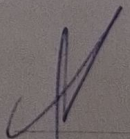
Гарант освітньо-
професійної програми


підпис

Лісовий А.В., д.е.н.,
професор

Допущено до захисту рішенням кафедри
протокол від «28» 01 2025 № 2

Завідувач кафедри


підпис

Лісовий А.В., д.е.н.,
професор

Ресстрація №

4

28.01.2025

(дата)

(підпис відповідальної особи)

[Signature]

Результати перевірки

До захисту

(до захисту, на доопрацювання)

(дата)

[Signature]

Результат захисту

40/с/4

(оцінка)

12.02.2025

(дата)

(підпис)

[Signature]

Голова комісії:

[Signature]

(підпис)

Лавренков І.М.

(ініціали, ПІБ)

Члени комісії:

[Signature]

(підпис)

Лісовий А.В.

(ініціали, ПІБ)

[Signature]

(підпис)

Савченко А.М.

(ініціали, ПІБ)

[Signature]

(підпис)

Танасюк О.В.

(ініціали, ПІБ)

І
л
у
б
А
Д
Р
З
те
и
Л
бл
30
ГА
ПЕ
лі
п
Оці

ЗМІСТ

ВСТУП	12
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА МЕТОДИКИ АУДИТУ ТА АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТОРГІВЛІ	16
1.1. Економічна сутність та значення аудиту та аналізу діяльності підприємств сфери торгівлі.....	16
1.2. Інформаційне та аналітичне забезпечення аудиту та аналізу на підприємствах торгівлі	27
1.3. Аналіз техніко-економічних показників діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2021, 2022 та 2023 роки.....	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА МЕТОДИКИ АУДИТУ ТА АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»	33
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Сільпо-Фуд»	33
2.2. Дослідження фінансово-економічного стану та виявлення проблемних аспектів аудиту та аналізу діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2021-2023 роки	40
2.3. Процедури, порядок проведення та результати проведення аудиту фінансової звітності ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2021, 2022, 2023 роки.....	50
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА МЕТОДИКИ АУДИТУ ТА АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»	55
3.1. Розробка рекомендацій щодо вдосконалення організації аналізу та аудиту ТОВ «Сільпо-Фуд».....	55
3.2. Напрями підвищення ефективності вдосконалення методики аналізу та аудиту ТОВ «Сільпо-Фуд».....	62

ВСТУП

В умовах зростаючої конкуренції та швидкої динаміки змін у ринковому середовищі підприємства торгівлі повинні ретельно відстежувати ефективність своєї діяльності, приймати обґрунтовані управлінські рішення, а також забезпечувати відповідність нормативним вимогам. Аудит дозволяє незалежно оцінити фінансові результати і ризики, а також виявити можливі порушення у фінансовій звітності, тоді як аналіз допомагає глибше зрозуміти процеси, що впливають на рентабельність і конкурентоспроможність підприємства.

Впровадження чітко структурованих методик аудиту і аналізу сприяє досягненню високої якості проведення аудиторських процедур, оперативності у виявленні проблемних зон та формуванні обґрунтованих рекомендацій для подальшого розвитку. У цій темі розглядаються принципи та підходи до аудиту і аналізу діяльності підприємств торгівлі, особливості організації аудиту, методичні аспекти та актуальні інструменти, що використовуються для вдосконалення контролю і підвищення ефективності управління.

Актуальність проблеми Забезпечення ефективного функціонування підприємств торгівлі є надзвичайно важливим для економічної стабільності країни, особливо в умовах постійних змін ринкового середовища та зростаючої конкуренції. Аудит і аналіз діяльності торговельних підприємств сприяють поліпшенню управління, підвищенню фінансової прозорості, зниженню ризиків та виявленню резервів для оптимізації витрат. Актуальність теми підсилюється сучасними вимогами до надійності фінансової звітності та необхідністю відповідності підприємств законодавчим і нормативним стандартам. Це особливо важливо для великих мережеских компаній, таких як ТОВ «Сільпо-Фуд», діяльність яких охоплює значний обсяг операцій і має великий вплив на економіку галузі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання аудиту і аналізу діяльності підприємств торгівлі широко висвітлюються в наукових працях як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Зокрема, досліджуються принципи організації аудиторської діяльності, методи аудиту фінансової звітності та управлінського обліку, аспекти контролю ефективності використання активів і ресурсів підприємств торгівлі. Значний внесок у розвиток цієї тематики внесли праці таких науковців, як І. Бутинця, М. Білухи, Г. Кірейцева, які детально розглянули питання організації та методики аудиту. У зарубіжних дослідженнях, таких як праці Дж. Робертсона і В. Мессі, акцентується увага на використанні сучасних інформаційних технологій в аудиті, що забезпечують підвищення точності і швидкості обробки даних. Проте, з огляду на нові виклики ринку, недостатньо дослідженими залишаються питання адаптації аудиту до специфіки торговельних підприємств в умовах кризових ситуацій.

Метою даного дослідження є розробка науково обґрунтованих підходів до організації і методики аудиту та аналізу діяльності підприємств торгівлі на прикладі ТОВ «Сільпо-Фуд» для підвищення якості управління і забезпечення фінансової стабільності.

Для досягнення цієї мети передбачається реалізація наступних завдань:

1. Проаналізувати існуючі підходи до організації аудиту і аналізу діяльності підприємств торгівлі.
2. Дослідити специфіку фінансової і господарської діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд».
3. Розробити методику автоматизації аудиту для підприємств роздрібно торгівлі.
4. Визначити основні фактори, що впливають на ефективність аудиту і аналізу діяльності підприємства.
5. Оцінити ефективність впровадження запропонованих методичних рекомендацій в діяльність ТОВ «Сільпо-Фуд».

Об'єктом дослідження є фінансово-господарська діяльність торговельних підприємств, зокрема, на прикладі ТОВ «Сільпо-Фуд».

Предметом дослідження є організація і методика аудиту та аналізу діяльності підприємств сфери торгівлі.

Базою дослідження є господарська діяльність ТОВ «Сільпо-Фуд».

Методи дослідження. У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи: метод порівняння для визначення відмінностей в організації аудиту на підприємствах різного типу; метод економічного аналізу для оцінки фінансових показників підприємства; системний підхід для розробки методики аудиту; метод моделювання для побудови оптимальних схем обліку та аудиту; а також методи статистичного аналізу для узагальнення отриманих результатів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в розробці удосконаленої методики аудиту і аналізу діяльності підприємств торгівлі, зокрема, шляхом адаптації існуючих методів до умов і потреб ТОВ «Сільпо-Фуд». Це дозволяє підвищити ефективність процесів контролю і моніторингу на підприємствах роздрібної торгівлі, а також забезпечує оперативне виявлення проблемних зон і оптимізацію діяльності.

Практичне значення одержаних результатів полягає в науковому обґрунтуванні і впровадженні розроблених підходів та методик аудиту і аналізу, що можуть бути використані для підвищення ефективності управління ТОВ «Сільпо-Фуд». Запропоновані рекомендації мають універсальний характер і можуть застосовуватися для удосконалення діяльності інших підприємств роздрібної торгівлі.

Інформаційною базою дослідження є статті, тези, словник, лекційні матеріали, збірники, накази, науково-практичні конференції, фінансово-господарська звітність підприємства.

Структура і обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Роботу

викладено на сторінках друкованого тексту, містить 13 таблиць, 24 рисунків, 5 формул. Список джерел нараховує 32 найменування.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА МЕТОДИКИ АУДИТУ ТА АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТОРГІВЛІ

1.1. Економічна сутність та значення аудиту та аналізу діяльності підприємств сфери торгівлі.

Аудит - це процедура, яка виконується незалежною аудиторською фірмою або особою, яка має відповідний професійний статус, для перевірки фінансової інформації підприємства на достовірність і відповідність правилам та стандартам. Головна мета аудиту - забезпечити об'єктивну думку про фінансову звітність підприємства і підтвердити її вірогідність для стейкхолдерів. Аудитори оцінюють якість і достовірність фінансової звітності та дотримання законодавства та внутрішніх політик компанії.

Аналіз - це дослідження фінансової інформації для виявлення трендів, проблем та можливостей, а також для розробки стратегій та рекомендацій для покращення. Аналіз фінансових показників дозволяє виявити тренди, проблеми та можливості, що допомагає керівникам індивідуально оцінювати ситуацію та приймати на її основі рішення. Наприклад, аналіз рентабельності дозволяє виявити ефективність використання ресурсів, а аналіз ліквідності - оцінити здатність підприємства розраховуватися зі зобов'язаннями вчасно.

Роль аудиту та аналізу полягає в забезпеченні ефективності управління, виявленні фінансових ризиків та недоліків, підтримці довіри від стейкхолдерів і забезпеченні достовірності фінансової звітності.

Міжнародні стандарти аудиту визначають «аудит» як процес перевірки фінансової звітності або пов'язаної з ними перевірки фінансової інформації об'єкта, незалежного від його прибутковості, розмірів чи організаційної форми, з наданням незалежного висновку. Тому розглянемо думки наукових діячів щодо індивідуального тлумачення поняття «аудит» у своїх роботах (табл. 1.1) [30].

Таблиця 1.1

Висловлювання науковців щодо поняття «аудиту»

Автор	Суть
А. Аренса і Дж. К. Лоббека	«це процес, за допомогою якого компетентний незалежний працівник нагромаджує і оцінює свідчення про інформацію, яка підлягає кількісній оцінці і належать до специфічної господарської діяльності, з метою визначення і вираження у своєму висновку ступінь відповідності цієї інформації встановленим критеріям».
Р. Адамс	аудит (auditing) - це процес, за допомогою якого компетентний незалежний працівник нагромаджує й оцінює свідчення про інформацію, яка піддається кількісній оцінці і стосується специфічної господарської системи, з тим щоб визначити і виразити у своєму висновку ступінь відповідності цієї інформації установленим стандартам. Отже Р. Адамс вказує, що аудит суто практична діяльність.
Д. Робертсон	Аудит – це процес зменшення до прийнятного рівня інформаційного ризику для користувачів фінансових звітів».
Б. Усач	аудит є незалежною експертизою фінансової звітності комерційних підприємств уповноваженими на те особами (аудиторами) з метою підтвердження її достовірності для державних податкових органів і власників. Іншими словами, аудит – це надання практичної допомоги керівництву й економічним службам підприємства щодо ведення справ і управління його фінансами, а також щодо налагодження бухгалтерського фінансового й управлінського обліку, надання різних консультацій.
М. Єржанов	аудит як «перевірку законності фінансовогосподарської операції, достовірності бухгалтерського обліку та звітності підприємства незалежно від форм власності шляхом надання контрольних, консультаційних та експертних послуг на платній основі».
А. Ялбуганов	ліцензовану підприємницьку діяльність атестованих незалежних юридичних і фізичних осіб (аудиторських організацій та аудиторів) – законних учасників економічної діяльності, спрямовану на підтвердження достовірності фінансової, бухгалтерської та податкової звітності, для зменшення до прийнятного рівня інформаційного ризику для зацікавлених користувачів фінансової (бухгалтерської) звітності, що подається підприємством (організацією) власникам, а також іншим юридичним і фізичним особами.
В. Сопко, В. Шило, Н. Верхоглядова, С. Ільїна, О. Брадул	Аудит – це необхідна своєрідна експертиза бізнесу, фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання, за допомогою якої визначаються критерії достовірності показників фінансової діяльності, ведення обліку та аналізу.

Джерело: створено автором на основі [30].

Отже, аудит і аналіз є основними інструментами забезпечення ефективного управління підприємством. Аудит спрямований на об'єктивну перевірку достовірності фінансової звітності та її відповідності встановленим

стандартам, що забезпечує впевненість у її надійності для зацікавлених сторін. Аналіз, у свою чергу, дозволяє виявити тенденції, проблеми та можливості, що сприяє обґрунтованості управлінських рішень. У комплексі ці процеси сприяють мінімізації фінансових ризиків, зміцненню довіри стейкхолдерів та покращенню фінансового стану підприємства..

Відповідно до ст. 62 Господарського кодексу України (далі – Кодекс) підприємство - це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами [7].

Підприємство може вважатись підприємством торгівлі якщо статутом підприємства визначено основним видом діяльності торгівля або громадське харчування та проведення діяльності відповідає вимогам постанови Кабінету Міністрів України від 15 червня 2006 року № 833 «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення», то дане підприємство відноситься до підприємств торгівлі або громадського харчування [8].

Торгівля зародилася в процесі розвитку людства, коли виробники почали створювати надлишки продукції, які перевищували свої власні потреби. До появи самого поняття «торгівля» існував природний обмін об'єктами праці, який мав місце ще в античні часи.

Розвиток великих міст сприяв розширенню ринкових відносин, однак справжнім поштовхом до становлення торгівлі та регулярного обміну товарами стала поява приватної власності на знаряддя праці, які використовувалися як засоби виробництва.

Основна мета торгівлі здійснюється у забезпеченні споживачів товарами та послугами, здійснюючи їх передачу від виробника до кінцевого споживача через процес купівлі-продажу.

Конституція України гарантує громадянам право займатися підприємницькою діяльністю, одним із різновидів якої є торгівля. Відповідно до статті 42 Конституції України кожна особа має право здійснювати підприємницьку діяльність, якщо вона не заборонена законом [16].

Термін «торгівля» може трактуватися як у широкому, так і у вузькому сенсі. У широкому значенні торгівля розглядається як торгова діяльність, яка є одним із найпоширеніших видів господарської діяльності.

У вищому сенсі торгівля утотожнюється з господарсько-торговельною діяльністю, який, згідно зі статтею 263 Господарського кодексу України, починає діяти як діяльність, що реалізується комерційними суб'єктами у сфері торгівлі. Вона включає продаж промислової, технологічної продукції та споживчих товарів, а також надання супутніх послуг із забезпечення цих процесів [7].

Відповідно до національного стандарту ДСТУ 4303-2004 «Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять» (наказ Держспоживстандарту від 05.07.2004 № 130) торгівля - це вид економічної діяльності у сфері обігу товарів та їх просування від виробника до споживача у формі купівлі-продажу та надання побічних послуг; торговельна діяльність - є життєдіальною, регулярною, що здійснюється самостійно, якій притаманний ризик отримання прибутку для юридичних та фізичних осіб з метою придбання та продажу товарів кінцевим споживачам або операцій середньої лани, або з метою надання представницьких, комісійних та інших послуг з просування товарів від виробника до споживачів [6].

Особливості визначення понять «торгівля» та «торговельна діяльність» зазначені як види економічної діяльності також у Податковому кодексі України. У ньому йдеться про види господарської діяльності, такі як роздрібна та оптова торгівля, торговельна і виробнича діяльність (зокрема, у сфері ресторанного господарства), які містяться за готівковий чи безготівковий розрахунок, включаючи використання платіжних карток.

Таким чином, у процесі аналізу поняття «торговельна діяльність» у нормативно-правових актах стає очевидним, що цей термін розглядається у взаємозв'язку з поняттям «торгівля». Водночас варто звернути увагу на те, що «торгівля» та «торговельна діяльність» мають різний зміст: «торговельна діяльність» є більш широким поняттям, яке охоплює владні її риси, зокрема оптову та роздрібну торгівлю.

Досліджуючи поняття торгівлі, доцільно провести аналіз форм її здійснення, передбачених законодавством. Відповідно до частини 3 статті 263 Господарського кодексу України «господарсько-торговельна діяльність може здійснюватися суб'єктами господарювання у формах: матеріально-технічне постачання і збут; енергопостачання; заготівля; оптова торгівля; роздрібна торгівля і громадське харчування; продаж і передача в оренду засобів виробництва; комерційне посередництво у здійсненні торговельної діяльності та інша допоміжна діяльність по забезпеченню реалізації товарів (послуг) у сфері обігу»[7].

Відповідно до методів організації торгівлі та кінцевих цілей придбання товару покупцем розрізняють два основних види торгівлі: оптову та роздрібну. ДСТУ 4303-2004 «Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення» - це стандарт процедур ведення підприємницької діяльності та правил надання ділових послуг на ринку споживчих товарів, затверджених постановою Кабінету Міністрів України [26].

Аудит та аналіз діяльності підприємств сфери торгівлі є важливим процесом для ефективного управління цими підприємствами. Вони дозволяють визначити сильні та слабкі сторони підприємства, виявити можливості для покращення його роботи, допомагають підприємствам сфери торгівлі зробити обґрунтовані управлінські рішення та досягти більшої ефективності та конкурентоспроможності.

Аудит та аналіз спрямовані на оцінку фінансової спроможності та діяльності підприємств у сфері торгівлі. Аналіз торговельних підприємств охоплює вивчення їх фінансового стану, дослідження фінансових

результатів, оцінку ефективності використання активів, а також інших чинників, що впливають на функціонування підприємства.

Відповідно до Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» [11] та Міжнародних стандартів аудиту [18] виконується аудиторський контроль діяльності торговельного підприємства, що залежить від особливостей його діяльності (рис. 1.1.1) [4].



Рис. 1.1. Особливості діяльності торговельних підприємств

Джерело: створено автором на основі [4].

Ефективне аналітичне забезпечення внутрішнього аудиту на торговельних підприємствах має вирішальне значення для забезпечення прозорості облікових процесів та підвищення рентабельності бізнесу.

Ключові операції з руху товарів у підприємстві роздрібної торгівлі включають закупівлю, нарахування торгової націнки, зберігання товарів на складі та в торговому залі, а також їх реалізацію. Для забезпечення безперебійного функціонування підприємства роздрібної торгівлі необхідно створити певний рівень товарних запасів. Контроль за діяльністю роздрібних підприємств включає як зовнішній контроль (незалежний аудит, проведений сторонньою організацією), так і внутрішній контроль (який здійснюється самим підприємством для забезпечення ефективного прийняття управлінських рішень).

Метою аудиту товарів у роздрібних торговельних підприємствах є формування аудиторського висновку щодо:

- достовірності інформації про постачання товарів в обліку;
- правильності відображення товарів у зведених регістрах;

- дотримання нормативних вимог щодо обліку товарів на підприємстві;
- точності відображення залишків товарів в обліку;
- достовірності відображення витрат на закупівлю, зберігання та реалізацію товарів [13].

Особливості діяльності торговельних підприємств вважаються завданнями аудиту, тому на основі цього створено рис. 1.2.

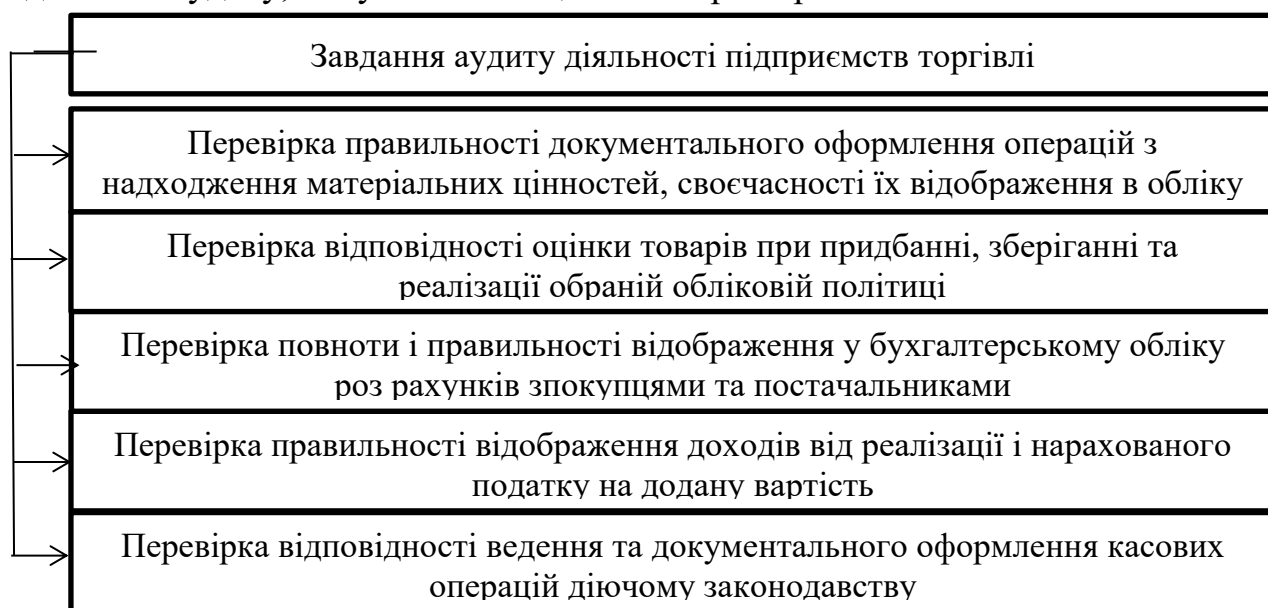


Рис. 1.2. Завдання аудиту діяльності торговельних підприємств

Джерело: складено автором на основі [4].

Джерелами, з яких аудитор отримує докази при перевірці торговельних підприємств, виступають первинні документи, облікові регістри та звітність. Первинні документи потрібно перевіряти ретельно. До таких документів належать накладні, товарно-транспортні накладні, рахунки-фактури, прибуткові ордери, акти приймання товарів, картки складського обліку, реєстри карток, інвентаризаційні описи товарів, а також договори з матеріально відповідальними особами.

Аудиторська перевірка діяльності торговельних підприємств здійснюється за наступними етапами:

- I – підготовчий етап (підготовка і планування аудиторської перевірки);
- II – основний етап (проведення аудиту: збір та обробка інформації);
- III – заключний етап (підготовка звіту за результатами проведеного

аудиту) [4].

На першому етапі проводиться оцінка обсягу та тривалості аудиторської перевірки. Аудитор перевіряє наявність засновницьких документів підприємства, їх відповідність законодавчим вимогам, а також проводить огляд фінансово-господарської діяльності, визначає умови роботи та підбирає персонал для проведення перевірки.

На цьому ж етапі необхідно отримати відомості про специфіку діяльності торговельного підприємства, його масштаби, організаційно-правову форму, організаційну структуру, а також про економічне та правове середовище, у якому функціонує підприємство. Аудитор обов'язково аналізує чинні дозволи на здійснення торговельної діяльності, сертифікати та інші документи дозвільного характеру.

Важливим аспектом цього етапу є оцінка системи внутрішнього контролю, яка має вирішальне значення для формування аудиторського висновку про діяльність торговельного підприємства. На цьому етапі необхідно виконати наступні процедури:

- оцінка оптимальності організаційної структури для цілей організації обліку;
- перевірка наявності організованої і функціональної системи бухгалтерського обліку і збереження документів;
- перевірка наявності і застосування процедур, необхідних для здійснення господарських операцій та контролю за їх здійсненням;
- перевірка відповідності системи внутрішнього контролю масштабам і характеру діяльності підприємства [4].

Для оцінки системи внутрішнього контролю аудитор досліджує такі документи: накази про призначення осіб, відповідальних за збереження товарно-матеріальних цінностей, договори про матеріальну відповідальність та графік документообігу. Саме ці документи дозволяють аудитору сформулювати висновок щодо якості системи внутрішнього контролю.

Також на етапі підготовки розробляється загальний план аудиту. Обсяг

аудиторської перевірки визначається при його складанні і залежить від розмірів підприємства, специфіки його діяльності, прийнятного рівня суттєвості та допустимого ризику. Планування аудиту передбачає створення аудиторської програми, яка має враховувати всі фактори, що можуть вплинути на перевірку.

До таких ключових факторів належать:

- 1) організаційна структура і система бухгалтерського обліку;
- 2) вид діяльності (оптова торгівля, роздрібна торгівля, оптова і роздрібна торгівля одночасно, наявність зовнішньоекономічної діяльності);
- 3) застосовувана система оподаткування;
- 4) інші фактори (середня кількість документів, які обробляються за місяць, кількість облікового персоналу, ступінь комп'ютеризації обліку, наявність контрольних процедур з отримання і створення документів) [4].

Основний етап є найбільш трудомістким під час проведення аудиту. На цьому етапі важливо перед безпосередньою перевіркою проаналізувати положення облікової політики та перевірити, чи дотримується бухгалтерія при веденні бухгалтерського обліку даних положень.

Аудитор здійснює перевірку діяльності за такими напрямками (табл. 1.4)

Таблиця 1.4

Аудит діяльності торговельного підприємства

Ділянка аудиту	Характеристика ділянки
Аудит основних засобів	Перевірка правильності формування первісної вартості основних засобів; перевірка відповідності оформлення первинних документів вимогам нормативно-правової бази
Аудит товарних запасів	Перевірка формування фактичної собівартості товарів та документального оформлення їх оприбуткування та реалізації
Аудит витрат	Перевірка формування витрат з урахуванням галузевих особливостей; перевірка витрат у розрізі елементів та статей
Аудит розрахунків з контрагентами	Перевірка розрахунків з покупцями та постачальниками (здійснюється аналіз договорів, документальне забезпечення господарських операцій з відвантаження та придбання товарів, перевірка

	правильності та обґрунтованості обліку доходів від реалізації); перевірка організації роботи з готівкою, своєчасності відображення виручки в обліку
Аудит формування прибутку та його оподаткування	Перевірка формування прибутку та напрямів його розподілу, правильності нарахування податку на прибуток
Аудит розрахунків з бюджетом	Перевірка правильності формування бази оподаткування за податками, своєчасності сплати податкових зобов'язань

Джерело: складено автором на основі джерела [4].

У ході аудиторської перевірки діяльності торговельного підприємства можуть виявлятися такі недоліки:

- відсутність належно оформлених результатів інвентаризації, відповідно до вимог законодавства;
- неякісна організація аналітичного обліку товарів у бухгалтерії;
- неправильне визначення фактичної собівартості товарів;
- помилки при оформленні первинних документів;
- помилки у веденні синтетичного обліку товарних операцій [4].

На завершальному етапі відбувається узагальнення аудиторських доказів порушень і помилок, їхній вплив на податкові зобов'язання підприємства та достовірність фінансової звітності. За підсумками аудиту складається аудиторський звіт, в якому детально розкриваються виявлені помилки, їхній аналіз та рекомендації щодо їх виправлення.

Аудит та аналіз діяльності торговельних підприємств мають свої відмінності від інших галузей. Однією з ключових особливостей є велика кількість торговельних операцій, що потребують контролю та аналізу. Крім того, різноманітність товарів, організація постачання і збуту вимагають ретельного дослідження. Для аудиту і аналізу важливо також оцінити систему управління підприємством, виявити фактори, що впливають на рентабельність і прибутковість, а також врахувати великий обсяг фінансових документів, необхідних для проведення повної оцінки.

Організація та планування аудиту та аналізу у діяльності торговельних

підприємств є суттєвими компонентами ефективного управління цими організаціями. Головна мета аудиту та аналізу полягає у визначенні фінансової та операційної ефективності підприємств у сфері торгівлі.

Важливим аспектом аудиту є оцінка фінансової стійкості та здатності підприємств до виконання своїх фінансових зобов'язань. Аналіз ефективності управління запасами, оборотним капіталом та прибутковістю є ключовими складовими процесу аудиту та аналізу в сфері торгівлі. Застосування аналітичних методів та моделей є необхідним для виявлення тенденцій розвитку ринку та змін у споживчому попиті, що впливають на діяльність торговельних підприємств. Така організація та методика аудиту та аналізу є ключовими для підвищення конкурентоспроможності та стійкості торговельних підприємств у сучасних умовах ринкової економіки.

Серед видатних вчених, які проводили дослідження та суттєво вплинули на розвиток з питань організації і методики аудиту та аналізу діяльності підприємств сфери торгівлі, можна вказати таких як: Пітер Друкер - видатний економіст і теоретик менеджменту, який вніс значний внесок у розвиток концепцій організації та стратегічного аналізу. Майкл Портер - відомий своєю роботою в галузі конкурентної стратегії та аналізу галузей, що допомагає у зрозумінні структури та конкурентної динаміки сфери торгівлі. Філіп Котлер - відомий як «батько маркетингу», його дослідження та публікації стосуються стратегічного маркетингу та аналізу ринку, що має важливе значення для підприємств у сфері торгівлі. Девід Окслі - спеціалізується на аудиті та контролі в економічних суб'єктах, його дослідження важливі для розуміння ефективності діяльності підприємств, включаючи сферу торгівлі.

Отже, аудиторська перевірка торговельного підприємства дозволяє виявити помилки і недоліки в бухгалтерському обліку та сприяє пошуку шляхів для його поліпшення. Застосування розробленої методики аудиту для торговельних підприємств враховує специфіку їх діяльності та господарських операцій. Це забезпечує проведення якісної перевірки та створення

об'єктивного аудиторського звіту, що надає користувачам надійну інформаційну основу для прийняття ефективних управлінських рішень.

1.2. Інформаційне та аналітичне забезпечення аудиту та аналізу на підприємствах торгівлі

Аналітичне забезпечення внутрішнього аудиту в торговельних підприємствах є ключовою складовою для ефективного управління, контролю та стратегічного планування. Наразі аналітичне забезпечення зазнає впливу змін у цифрових технологіях, що допомагає покращити збір і обробку даних. Водночас залишаються ряд викликів, зокрема питання автоматизації, якості даних, управління ризиками та адаптації до мінливого ринкового середовища.

Проблематика формування, розвитку, організації та методології внутрішнього аудиту, а також його аналітичного забезпечення висвітлюється в наукових роботах таких дослідників, як В. Д. Андрєєв, А. Арєнс, М. Т. Білуха, А. М. Богомолєв, В. В. Бурцев, Ж. Ришар, М. Д. Корінько, В. С. Рудницький, В. В. Демченко, В. П. Хомутєнко, А. В. Хомутєнко, О. Ю. Рєдько, Ф. Б. Риполь-Сарагоси, А. М. Сонін, Л.В. Сотникова, М. Стрєльніков, В. П. Пантелєєв та інші [19].

На підставі статті 3 Закону України аудит являє собою процес перевірки бухгалтерських даних та фінансової звітності підприємства з метою надання незалежної думки аудитора щодо їх достовірності у всіх суттєвих аспектах та відповідності вимогам українських законів, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил (внутрішніх положень підприємств) відповідно до вимог користувачів. Згідно з чинним законодавством, аудиторські види (включаючи внутрішній аудит) визначаються лише для обов'язкового аудиту та внутрішнього аудиту в комерційних банках. Аудит може проводитися як за ініціативою суб'єктів господарювання, так і у випадках, передбачених законом (обов'язковий

аудит) [5].

Аудит та аналіз діяльності підприємств торгівлі здійснюється відповідно до чинного законодавства України, міжнародних стандартів та внутрішніх регламентів підприємства. Основними нормативно-правовими документами аудиту та аналізу на підприємствах торгівлі є:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (від 16.07.1999 р. №996-XIV, зі змінами 03.09.2024 р.), який визначає основні принципи обліку та фінансової звітності, обов'язкові вимоги до ведення обліку на підприємствах.
2. Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» (від 21.12.2017 р. №2258-VIII, зі змінами 20.06.2024 р.), що регулює порядок проведення аудиту, вимоги до аудиторів та аудиторських фірм.
3. Податковий кодекс України (від 02.12.2010 р. 2755-VI, зі змінами 24.02.2024 р.). Здійснює порядок оподаткування операцій підприємств торгівлі, облік доходів і витрат.
4. Цивільний та Господарський кодекси України регулюють правові відносини у торговельній діяльності.
5. Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) застосовуються для складання фінансової звітності підприємств, що працюють на міжнародному ринку.
6. Міжнародні стандарти аудиту (МСА). Регулюють порядок проведення аудиторських перевірок, обґрунтованість висновків аудиторів.
7. Накази Міністерства фінансів України щодо методичних рекомендацій з товарних облікових операцій.
8. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку (НП(С)БО).

Внутрішній аудит у комерційних банках став звичним явищем ще з ранніх років незалежності України. Він постійно вдосконалюється, законодавчо регулюється та контролюється державою. У інших галузях

національної економіки (зокрема, торгівлі) переважно функціонує система внутрішнього контролю. Водночас для широкого кола користувачів інформації (власників, керівників, держави, контрагентів, інвесторів тощо) зростає потреба не лише у результатах внутрішнього контролю, але й в незалежній оцінці фінансово-господарської діяльності торговельного підприємства. Особливо це актуально для великих торговельних підприємств і мереж, де структури внутрішнього аудиту тільки починають формуватися [19].

Важливим є формування внутрішньої структури аудиту на великих торговельних підприємствах, що сприяє незалежній оцінці фінансово-господарської діяльності. Для подальшого вдосконалення аналітичного забезпечення внутрішнього аудиту необхідно зосередитися на автоматизації, підвищенні якості даних та інтеграції сучасних технологій у процеси аудиту.

1.3. Аналіз техніко-економічних показників діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2021, 2022 та 2023 роки

Основним видом діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» є 47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами. Торгова мережа «Сільпо» є провідним гравцем у сфері роздрібної торгівлі України, маючи багаторічний досвід у ритейлі.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Сільпо-ФУД» (Далі-ТОВ «Сільпо-ФУД») є одним із провідних ритейлерів в Україні, що входить до складу корпорації Fozzy Group. Fozzy Group є однією з найбільших торгово-промислових груп України, має більше 600 торговельних точок на всій території країни та понад 35 000 найменувань товарів.

Розмір статутного капіталу юридичної особи складає 15 188 703 135,05. На момент останнього оновлення даних 25.09.2024 статус юридичної особи – Зареєстровано [14]. Щодо матеріально-технічної бази ТОВ «Сільпо-Фуд», то

присутні 316 об'єктів нерухомості, 7 земельних ділянок, 690 ліцензій, СТО площею 2500 кв.м , 6 розподільчих центра, розподільчий центр класу 'А' загальною площею 142 340 кв.м , автотранспорт (вантажні автомобілі, напівпричеми, транспортні засоби) в кількості 491 шт [12].

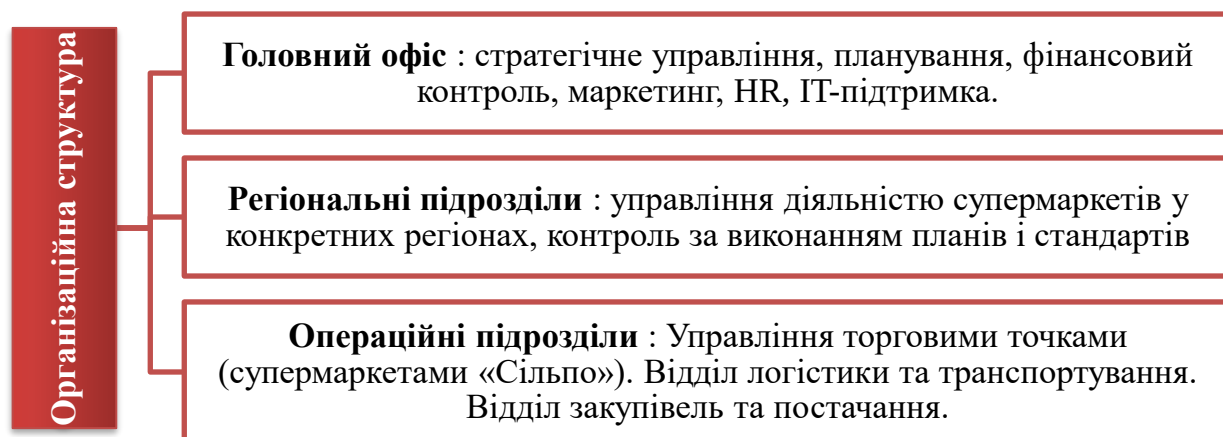


Рис. 1.3.1. Організаційна структура ТОВ «Сільпо-Фуд»

Джерело: складено автором..

Структура підприємства включає в себе елементи, які забезпечують її ефективну роботу у сфері роздрібної торгівлі. Виділимо основні складові структури ТОВ «Сільпо-Фуд» (рис. 1.3.1).

Компанія спеціалізується на управлінні мережею супермаркетів «Сільпо» – 236 супермаркетів у 57 містах України, яка є однією з найбільших та найпопулярніших мереж продуктових магазинів у країні. Загалом мережа супермаркетів має три формати магазинів: стандартні супермаркети «Сільпо», що розташовані у великих і середніх містах, магазини преміум-сегменту (наприклад, «Le Silpo») та спеціалізовані торгові точки у форматі «експрес». До складу ТОВ «Сільпо-Фуд» належать 4 делікатес-маркети, автопарк, СТО, склади розподільчих центрів класу А, фудкорти у торговельних мережах «Сільпо Resto», заклад громадського харчування POSITANO та виробництво продуктів харчування. Компанія має власні торгові марки «Премія», Premiya Select, «Повна Чаша» та EXTRA!.

У 2023 році мережа «Сільпо» створили 12 нових супермаркетів на територіях Київської, Дніпропетровської, Одеської, Львівської областях, Луцьку, Рівному та інших містах які відрізнялись унікальністю та дизайнерськими рішеннями, доприкладу було створено зала «Забуті музичні інструменти», «Гелікоптери у ретрофутуризмі», «Мавка», зали присвячені емоціям, географічним міфам та інші. Однією з головної частини структури бізнесу є логістика підприємства. Її система поділяється на три робочі частини (рис. 1.3.2)

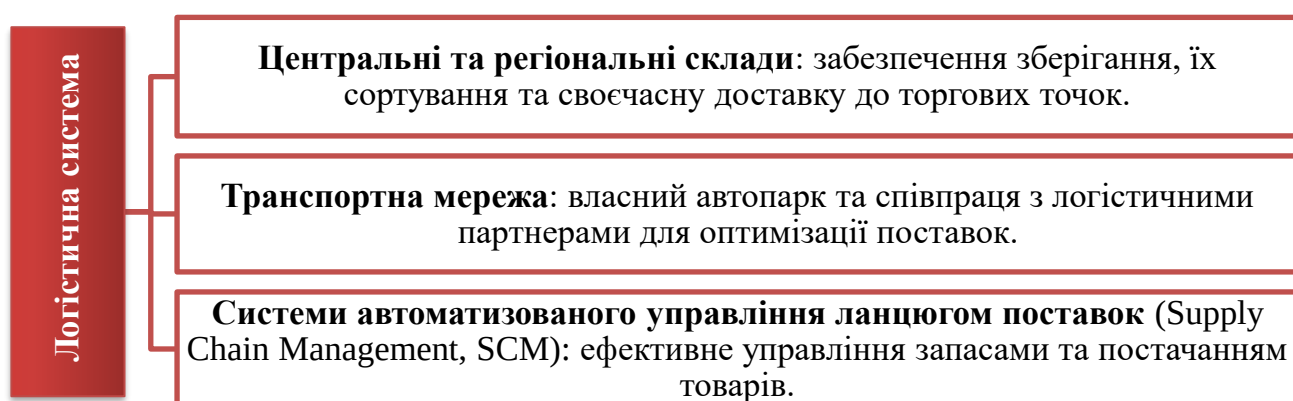


Рис. 1.3.2. Логістична система ТОВ «Сільпо-Фуд»

Джерело: складено автором.

Логістика підприємства має 6 розподільчих центрів (РЦ): Квітневе, Перемога, Запоріжжя, Львів, Одеса, Немирів, загальна площа яких 142 340 кв.м. За 2023 рік загалом було оброблено 2 259 342 куб. м. вантажів по всіх РЦ.

В табл. 1.3.1 представимо основні техніко-економічні показники підприємства у 2021–2023 рр. Аналіз даних здійснений на основі звітності, наведеної у Аудиторських перевірках консолідованої фінансової звітності ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2022-2023 рр. [22, 23].

Таблиця 1.3.1

Основні техніко-економічні показники підприємства ТОВ «Сільпо-Фуд» у
2021 –2023 рр.

№	Показник	2021	2022	2023
1	2	3	4	5
1	Чистий дохід від реалізації товарів, тис. грн	72 784 231	69 990 601	84 727 987
2	Собівартість товарів, тис. грн	52 182 935	50 815 360	60 419 457
3	Валовий прибуток, тис. грн	20 601 296	19 175 241	24 308 530
4	Інші операційні доходи, тис. грн	412 331	725 090	906 959
5	Адміністративні витрати, тис. грн	2 775 764	3 379 934	4 342 286
6	Витрати на збут, тис. грн	18 533 954	17 517 107	19 669 097
7	Інші операційні витрати, тис. грн	121 299	160 302	63 819
8	Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	-417 390		
9	Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн	-1 926 148	-7 436 039	-1 850 930
10	Податок на прибуток, тис. грн	-79 969	-196 279	-
11	Чистий прибуток, тис. грн.	-1 846 179	-7 632 318	-1 850 930
12	Активи, тис. грн	38 660 465	33 669 438	33 358 509
13	Оборотні активи, тис. грн	15 007 970	11 454 683	12 971 767
14	Необоротні активи, тис. грн	23 652 373	22 214 755	20 386 742
15	Власний капітал, тис. грн	-3 057 324	-10 724 736	-10 434 623
16	Середньоспискова чисельність персоналу, осіб	42 935	33 390	29 514
17	Продуктивність праці, тис. грн/1 ос.	1 695,22	2 096,70	2 870,00

Джерело: складено та розраховано автором на основі [22, 23].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА МЕТОДИКИ АУДИТУ ТА АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Сільпо-Фуд»

Організаційно-економічний аналіз є ключовим інструментом для оцінки ефективності діяльності підприємства. Він дозволяє виявити сильні та слабкі сторони функціонування компанії, визначити напрями покращення та оцінити вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на результати роботи.

Різке збільшення кількості торгових об'єктів у мережі в 2021 році стало наслідком придбання підприємством супермаркетів «Фуршет», що дозволило відкрити нові супермаркети «Сільпо» на їхньому місці. Цей стратегічний крок спрямований на розширення географічного охоплення мережі «Сільпо» та зміцнення її позицій на ринку, використовуючи потенціал та ресурси придбаної мережі. У 2024 році зростання супермаркетів зумовлено відкриттям нових «Сільпо» у Запоріжжі та у Кривому Розі на місцях колишніх територій «Ашан» [6].

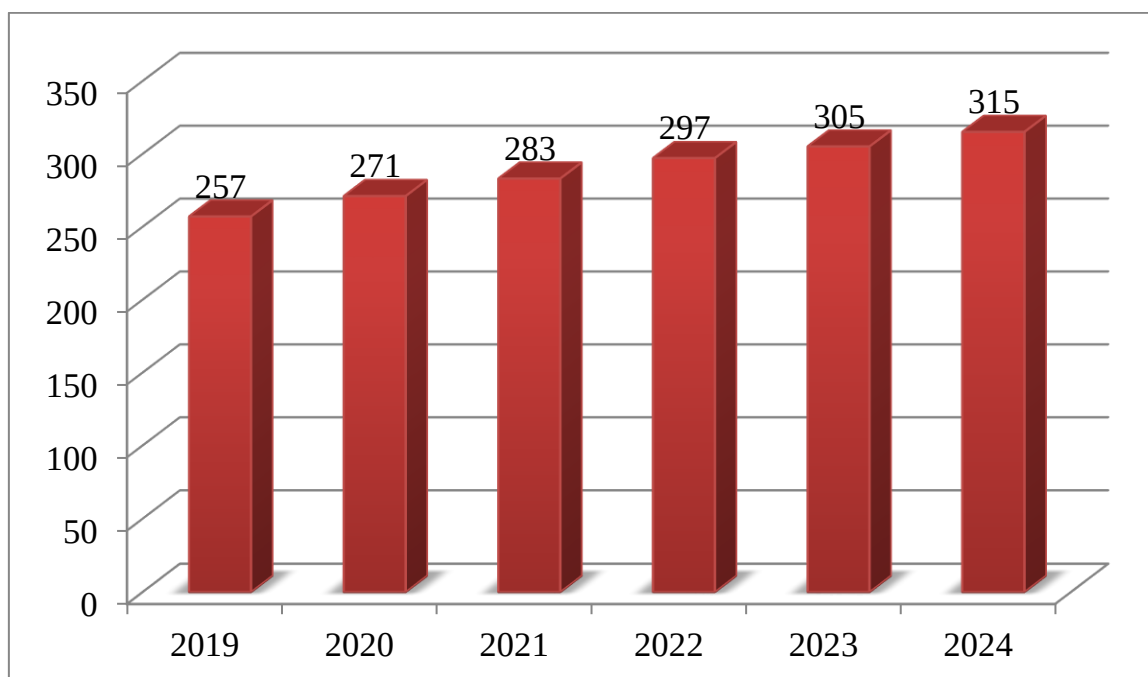


Рис. 2.1.1. Динаміка кількості об'єктів «Сільпо», Le Silpo

Джерело: складено автором на основі даних [12, 3].

З роками компанія ТОВ «Сільпо-Фуд» входить до групи Fozzy Group і

розвиває мережу супермаркетів «Сільпо». Станом на 2018 рік було зафіксовано 240 супермаркетів по всій Україні. Станом на кінець 2022-го мережа супермаркетів «Сільпо» разом з делікатес-маркетами Le Silpo нараховувала 305 магазинів. Їхня загальна площа становила 428 тисяч кв. м, а розташовувались точки у 71 місті України.

Усього протягом минулого року було відкрито 10 нових супермаркетів, але 18 магазинів на тимчасово окупованих територіях призупинили роботу. Відновити ритейлеру вдалося 48 об'єктів після деокупації чи пошкоджень, а до 2025 року компанія збільшить їх кількість до 365 (без урахування потенційно деокупованих або розконсервованих об'єктів) [21].

Магазини «Сільпо» користуються великою популярністю серед покупців завдяки своїй унікальності порівняно з конкурентами. «Сільпо» пропонує понад 30 000 найменувань товарів, причому деякі з них закупаються за кордоном напряму. Це дозволяє супермаркету пропонувати оптові та роздрібні ціни, які є нижчими, ніж у конкурентів.

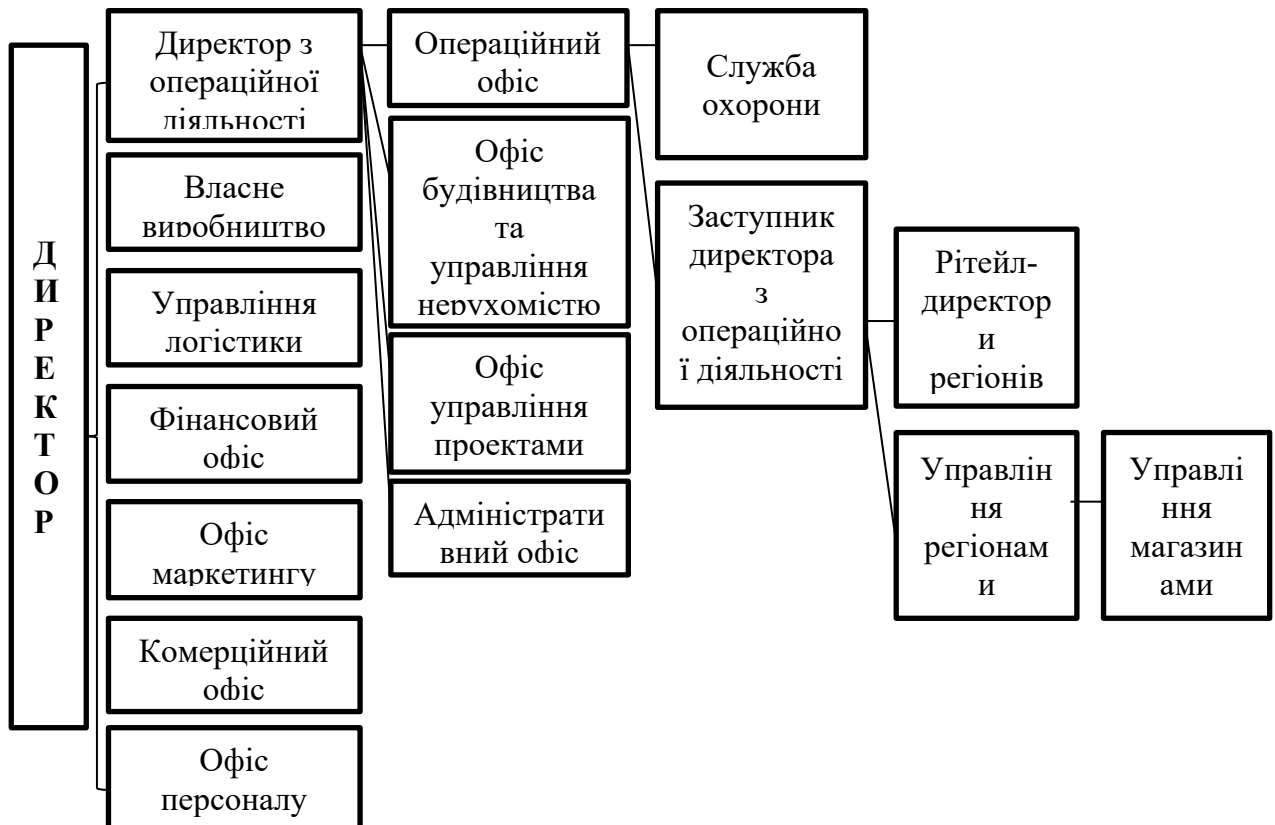


Рис. 2.1.2. Організаційна структура ТОВ «Сільпо-Фуд»

Джерело: складено автором на основі даних [24].

На підприємстві застосовується лінійно-функціональна структура управління, оскільки спирається на розподіл повноважень та відповідальність за функціями по вертикалі. Вона базується на так званому «шахтному» принципі побудови та спеціалізації управлінського процесу за функціональними підсистемами організації (маркетинг, виробництво, фінанси, персонал, розробки і дослідження). Для кожної з них створюється ієрархія служби, результати роботи якої можна оцінити відповідними показниками рис. 2.1.2.

Для ТОВ «Сільпо-Фуд» імпортна діяльність є основним інструментом забезпечення конкурентоспроможності. Починаючи з 2005 року, підприємство імпортує товари різних категорій: харчові продукти та непродовольчі товари. В управлінні імпортною діяльністю ТОВ «Сільпо-Фуд» виділяються такі ключові напрямки:

- управління відносинами зі споживачами;
- управління персоналом Департаменту імпорту та торгових мереж;
- управління торговими мережами;
- управління відносинами з партнерами: виробниками, постачальниками, митними брокерами, страховиками та іншими;
- управління асортиментом імпорту.



Рис. 2.1.4. Управління імпортною діяльністю ТОВ «Сільпо-Фуд»

Джерело сформоване автором.

Географічна структура імпорту ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2021-2022 роки показує, що основними країнами-постачальниками продукції є Італія,

Франція та Іспанія, які разом становлять більше третини всього обсягу імпорту продукції. Стабільність таких відносин дозволяє компанії підтримувати високу якість товарів та своєчасність їх поставок, що є критично важливим для задоволення потреб клієнтів і підтримання високих стандартів обслуговування.

Таблиця 2.1.1

Географія імпорту ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» у 2022 році

Країна	Частка в імпорті, %
Італія	16,6
Франція	15,7
Іспанія	6,3
Туреччина	6,1
Еквадор	4,2
Бельгія	3,8
Нідерланди	2,8
Аргентина	2,6
Польща	2,5

Джерело сформоване автором.

Для визначення етапу життєвого циклу ТОВ «Сільпо-Фуд» проведемо аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на діяльність підприємства. Після початку повномасштабного вторгнення в Україну Асоціація ритейлерів України (РАУ) та Українська рада торгових центрів (УРТЦ) підрахували, що загальні збитки торговельних мереж досягли 50,7 млрд грн, а товарообіг у перші місяці війни скоротився на 75% від довоєнного рівня. Основні виклики, з якими зіткнувся ринок ритейлу, відображені на рис. 2.1.4.

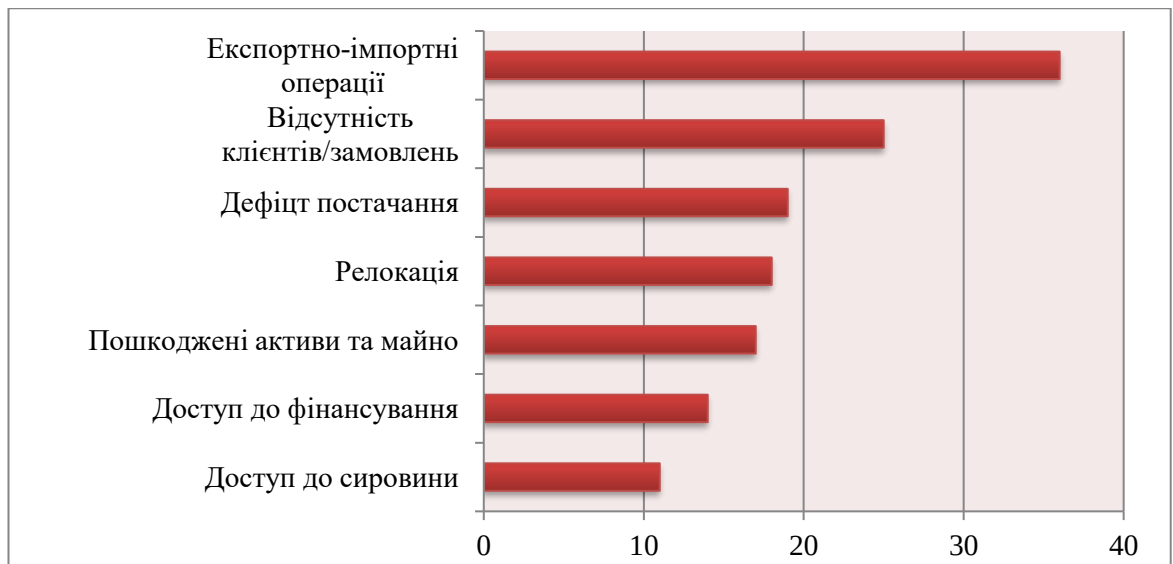


Рис. 2.1.4. Найбільші виклики для компаній ринку FMCG в 2022 році, %.

Джерело: дані Асоціації ритейлів України

За даними досліджень РАУ, сума прямих збитків від військових дій ринку ритейлу продуктами харчування зазнав 30.2 млрд. грн. (рис. 2.1.5.). Загальна сума збитку ринку ритейлу склала 50,7 млрд. грн.

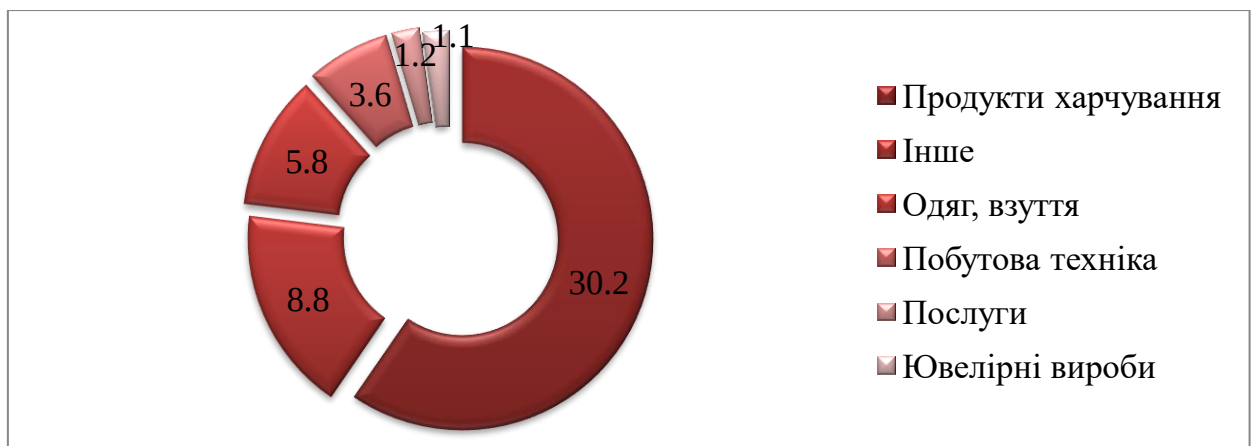


Рис. 2.1.5. Сума прямих збитків ринку ритейлу в Україні від військового вторгнення, млрд. грн.

Джерело: дані Асоціації ритейлів України

Нижче перелічені основні фактори, які впливають на діяльність ТОВ «Сільпо-Фуд» під час повномасштабного воєнного вторгнення в Україну та негативно впливають на всі показники в 2023 році:

- Скорочення кількості клієнтів / споживачів через масовий відтік

населення в інші країни світу через небезпеку перебування в рідній країні;

- Пошкодження об'єктів торгівлі. В результаті бойових дій 31 супермаркет «Сільпо» зазнав повних або часткових руйнувань, втрачено контроль над 18 магазинами що розташовані на окупованих територіях та доступу до них нема[12, с.18].

- Контроль над активами. ТОВ «Сільпо-Фуд» визнала збиток від знецінення об'єктів основних засобів у сумі 2 мільйонів гривень, а також збиток від знецінення товарів у сумі 539 мільйони гривень. Але робота по оцінці понесених збитків ще не закінчена.

- Невідповідність факторів попиту та пропозиції брендів через міграцію більш забезпечених споживачів із Харкова та Дніпра до більш безпечних регіонів (Західна Україна);

- Скорочення купівельної спроможності населення, яке намагається купувати лише життєво необхідні речі та продукти, і відмовляється від дорогих товарів;

- Вплив на виручку. Магазины компанії розташовані по всій території України. Значна частка магазинів розташована в Києві та центральному регіоні України. Нормалізація ситуації в цих районах позитивно впливає на динаміку продажів. Магазины в західному регіоні працювали без зупинок. Водночас компанія припинила діяльність магазинів на окупованих територіях східного регіону, в зонах інтенсивних бойових дій, а також обмежила діяльність магазинів у районах, наближених до зон бойових дій, де це було необхідно[18].

За аналізом таблиці 2.1.1 можемо розглянути перспективи розвитку роздрібної торгівлі та провести аналіз-SWQT основного конкурента на 2024 рік, торгової мережі АТБ (рис. 2.1.6) та SWQT- аналіз ТОВ «Сільпо-Фуд» на 2024 рік (рис. 2.1.7) і порівняти їх.

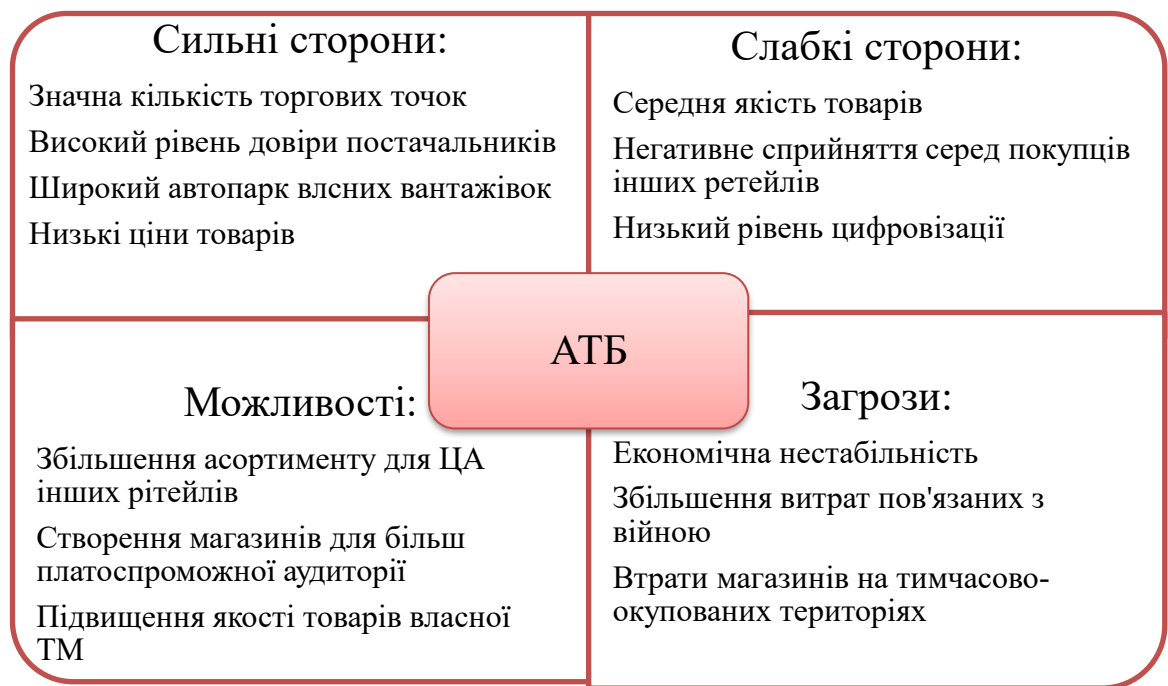


Рис. 2.6. SWOT-аналіз роздрібно́ї мережі АТБ

Джерело: побудовано автором [10].

SWOT-аналіз одного з найбільших гравців ринку роздрібно́ї торгівлі, АТБ, показав, що він є вагомим конкурентом для ТОВ «Сільпо-Фуд». Це може ускладнити розвиток компанії, особливо в умовах зниження доходів населення через війну росії проти України, адже АТБ пропонує товари першої необхідності за нижчими цінами, що спонукає споживачів обирати цей магазин, для більшої економії бюджету.



Рис. 2.1.7. SWOT-аналіз роздрібної мережі Сільпо

Джерело: побудовано автором [10].

Попри те, що «Сільпо» є одним із лідерів роздрібної торгівлі, SWOT-аналіз показав, що мережа стикається з найбільшими загрозами. Це зумовлено прагненням компанії одночасно завойовувати більшу частку ринку, конкуруючи з АТБ, пропонуючи низькі ціни, та, залучаючи гуртових покупців. Однак така стратегія наразі є ефективною, і компанія успішно працює на вітчизняному ринку, маючи плани виходу на міжнародні ринки.

За прогнозами, ринок роздрібної торгівлі зазнає значних змін, включаючи оптимізацію роботи торгових мереж і скорочення кількості точок. Це передбачає фокусування операторів на прибуткових об'єктах і закриття збиткових проєктів. Умови обмеженого фінансування розвитку ринку сприятимуть уповільненню експансії мереж і перекладанню ризиків на девелоперські компанії.

2.2. Дослідження фінансово-економічного стану та виявлення проблемних аспектів аудиту та аналізу діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2021-2023 роки

Результати діяльності торговельного підприємства постійно цікавлять як зовнішніх користувачів (інвесторів, кредиторів, акціонерів, споживачів, виробників), так і внутрішніх (керівників, працівників адміністративних і управлінських підрозділів). Положення підприємств на ринку вважається важливим, і для цього необхідне дослідження фінансово-економічного стану підприємства. Основними компонентами аналізу діяльності торговельного підприємства є аналіз звітності з розрахунками фінансових показників. Загалом аналітична діяльність є однією з важливих умов процвітання підприємств. Тому розглянемо основні фінансові показники ТОВ «Сільпо-Фуд» за період 2019-2023 рр. у табл. 2.2.1.

Таблиця 2.2.1

Основні фінансові показники ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2019-2023 рр.

Показники	Роки					Абсолютні відхилення				Відносні відхилення %			
	2019	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Дохід без ПДВ	62,45	64,4	72,78	69,9	84,7	1,95	8,38	-2,8	14,8	3,12	13,01	-3,85	21,2
Собівартість реалізації	47,34	47,25	52,18	50,8	60,4	-0,09	4,93	-1,37	9,61	-0,19	10,43	-2,63	18,9
Валовий прибуток	15,11	17,15	20,6	19,2	24,3	2,04	3,45	-1,43	5,14	13,5	20,12	-6,94	26,8
Прибуток від операційної діяльності	1,35	-0,17	-0,83	-2,01	-1,18	-1,52	-1,66	-1,18	0,83	-112,6	976,5	142,2	41,3
Чистий прибуток(збиток)	0,289	-3,14	-1,84	-7,6	-1,85	-3,43	1,3	-5,56	5,75	-1186,8	-41,33	302,2	-75,7
Кількість співробітників, осіб	34192	39431	42935	-	-	5239	3504	-	-	15,3	8,89	-	-
Кредиторська заборгованість	13,35	15,6	18,2	29,7	41,2	2,25	2,6	11,5	11,5	16,9	16,67	63,18	38,7

Джерело: Розраховано автором на основі даних ТОВ «Сільпо-Фуд»

На основі даних таблиці видно, що динаміка доходів, валового прибутку та собівартості здебільшого позитивна, однак негативний тренд операційного та чистого прибутку свідчить про проблеми у структурі витрат та управлінні операційною діяльністю.

Статутний капітал відповідно до проведеного аналізу даних таблиці, основні показники свідчать про неоднозначну ситуацію. Можемо стверджувати, що Дохід підприємства має зростаючу тенденцію з 2019 до 2021 року, де спостерігається значний ріст на 13,01% у 2021 році порівняно з попереднім роком. Однак у 2022 році він зменшується на 3,85%. В цілому спостерігається зростання доходу на 35,6%, а найбільший приріст було зафіксовано у 2023 році, а саме 14,8 млн грн, що свідчить про відновлення активності компанії.

Зміни в собівартості мають менш виражений характер, але загалом

відображають схожу тенденцію з доходами. У 2021 році собівартість зросла на 10,43%, що могло бути спричинене підвищенням витрат на виробництво, однак 2022 року вона зменшилась на 2,63%. Темп зростання собівартості 27,6% залишився нижчим, від приросту доходу, що сприяло збільшенню валового прибутку на 60,8%.

З 2019 року спостерігається поступове погіршення показника прибутку від операційної діяльності, який у 2022 році стає ще негативнішим (-2,01). Це свідчить про те, що підприємство мало труднощі в управлінні операційними витратами або зниження прибутковості від основної діяльності, але у 2023 році збитки зменшились, що свідчить про покращення операційної ефективності.

Чистий прибуток є від'ємним протягом трьох років (2020–2022), що вказує на загальні фінансові проблеми. Особливо тривожним є значне зростання збитків у 2022 році на 302,17%. Станом на 2023 рік спостерігається загальне зменшення збитковості компанії, але так як компанія до сьогодні залишається збитковою є необхідність подальшого аналізу ТОВ «Сільпо-Фуд».

Кредиторська заборгованість значно зростає, особливо в 2022 році на 208,6%, що є ознакою збільшення боргів. Це може бути показником того, що підприємство має труднощі з ліквідністю і покриває свої витрати за рахунок позикових коштів.

За офіційними даними, Асоціацією ритейлерів України (RAU) «Сільпо» було визнано найзбитковішим ритейлером 2022 року [17].

Загально можна зробити висновок за даними, що підприємство, схоже, стикається з труднощами в управлінні витратами та ефективності операційної діяльності. Це може вказувати на необхідність вдосконалення управління витратами, оптимізації процесів та, можливо, перегляду стратегії розвитку, щоб зменшити борги та покращити прибутковість.

Результати аналізу дозволяють виявити такі ключові проблеми, зазначені у рис. 2.2.1, підкреслюють необхідність вжиття ефективних заходів

для покращення фінансово-економічного стану компанії.

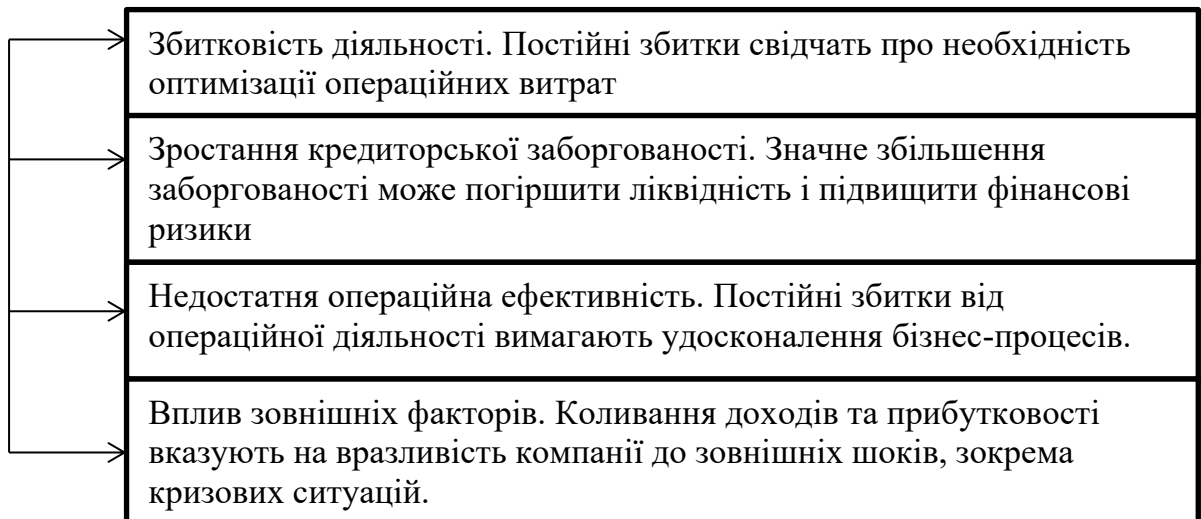


Рис. 2.2.1. Проблемні аспекти аудиту та аналізу ТОВ«Сільпо-Фуд»

Джерело: складено автором.

З огляду на виявлені проблеми, на рис. 2.2.2 пропонуються конкретні рекомендації, що включають оптимізацію витрат, зниження кредиторської заборгованості, підвищення операційної ефективності, диверсифікацію доходів та посилення аудиту.

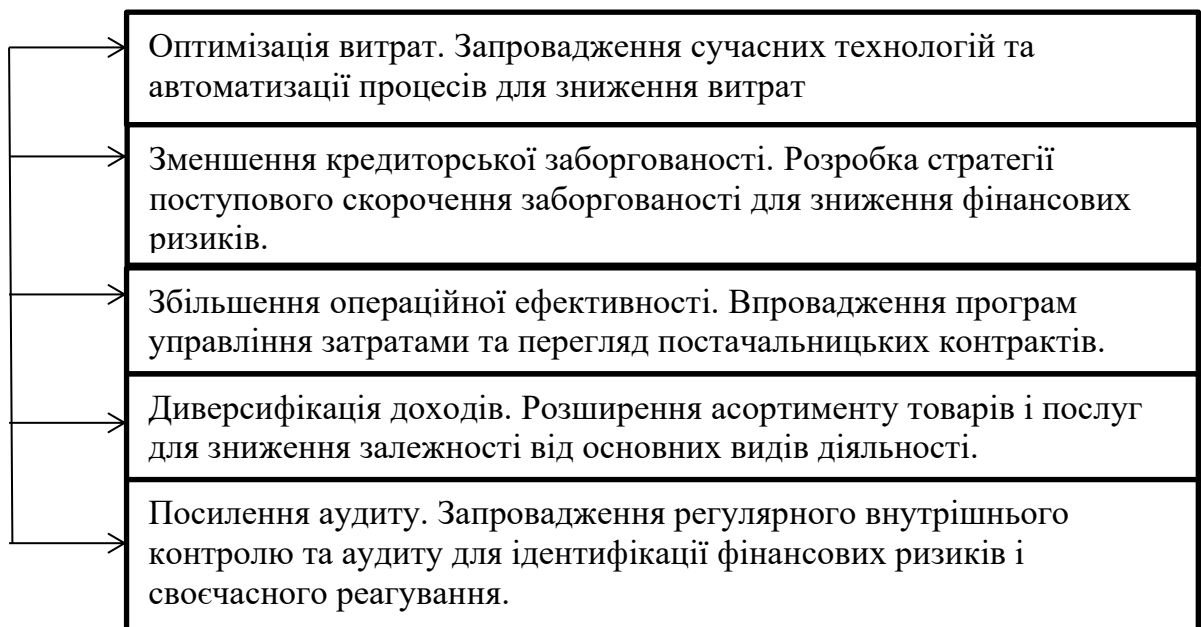


Рис. 2.2.2. Запропоновані вирішення проблемних аспектів аудиту та аналізу ТОВ «Сільпо-Фуд»

Джерело: складено автором.

Виконання цих заходів сприятиме зміцненню фінансової стійкості підприємства та його адаптації до зовнішніх викликів. Зменшення збитковості, підвищення валового прибутку та зростання ефективності операцій є ключовими цілями для подальшого розвитку ТОВ «Сільпо-Фуд».

Проаналізуємо дані таблиці 1.3.1, та удосконалимо її, провівши обчислення та встановивши темп приросту та абсолютного приросту показників техніко-економічних показників ТОВ «Сільпо-Фуд» (табл. 2.2.2).

Таблиця 2.2.2

Аналіз техніко-економічних показників підприємства ТОВ «Сільпо-Фуд» у
2021 – 2023 рр.

№	Показник	2021	2022	2023	Темп приросту 2023/2021, %	Абсолютний приріст 2023/2021
1	2	3	4	5	6	7
1	Чистий дохід від реалізації товарів, тис. грн	72 784 231	69 990 601	84 727 987	+16%	+11 943 756
2	Собівартість товарів, тис. грн	52 182 935	50 815 360	60 419 457	+16%	+8 236 522
3	Валовий прибуток, тис. грн	20 601 296	19 175 241	24 308 530	+18%	+3 707 234
4	Інші операційні доходи, тис. грн	412 331	725 090	906 959	+120%	+494 628
5	Адміністративні витрати, тис. грн	2 775 764	3 379 934	4 342 286	+56%	+1 566 522
6	Витрати на збут, тис. грн	18 533 954	17 517 107	19 669 097	+6%	+1 135 143
7	Інші операційні витрати, тис. грн	121 299	160 302	63 819	-47%	-57 480
8	Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн	-417 390			+52%	+216 094
9	Фінансовий результат до оподаткування, тис. грн	-1 926 148	-7 436 039	-1 850 930	+4%	+75 218
10	Податок на прибуток, тис. грн	-79 969	-196 279	-	-	-
11	Чистий прибуток, тис. грн.	-1 846 179	-7 632 318	-1 850 930	-0,2%	-4 751
12	Активи, тис. грн	38 660 465	33 669 438	33 358 509	-14%	-5 301 956

13	Оборотні активи, тис. грн	15 007 970	11 454 683	12 971 767	-14%	-2 036 203
14	Необоротні активи, тис. грн	23 652 373	22 214 755	20 386 742	-14%	-3 265 631
15	Власний капітал, тис. грн	-3 057 324	-10 724 736	-10 434 623	-241%	-7 377 299
16	Середньоспискова чисельність персоналу, осіб	42 935	33 390	29 514	-31%	-13 421
17	Продуктивність праці, тис. грн/1 ос.	1 695,22	2 096,70	2 870,00	+69%	+1 174,78

Джерело: складено та розраховано автором на основі [22, 23].

Для розрахунку відносного приросту операційних витрат на підприємстві скористаємось формулами, де показники взяті відповідно до таблиці:

1. Темп приросту (у відсотках) = $\frac{\text{Показник (2023)} - \text{Показник (2021)}}{\text{Показник (2021)}} * 100$
2. Абсолютний приріст = Показник (2023) – Показник (2021).

Для більш детального розуміння діяльності компанії було проведено аналіз рентабельності по різних показникам. Даний аналіз допоможе краще зрозуміти фінансовий стан компанії, його прибутковість або збитковість. Аналіз рентабельності наведено в табл. 2.2.3.

Таблиця 2.2.3

Аналіз рентабельності ТОВ «Сільпо-ФУД» за 2021-2023 рр.

Показники	Роки			Абсолютні відхилення	
	2021	2022	2023	2023/2022	2022/2021
1	2	3	4	5	6
Рентабельність продукції, %	39,48	38,23	39,86	1,63	-1,25
Рентабельність власного капіталу, %	61,65	25,83	17,73	-8,1	-35,82
Рентабельність активів, %	-4,78	-22,62	-5,54	17,08	-17,84

Джерело: розраховано автором на основі даних таблиці 1.3.1.

Рентабельність продукції показує, яка частка виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) залишається підприємству після покриття всіх витрат. Та розраховується за формулою:

(Валовий прибуток / Чистий дохід від реалізації продукції) * 100.

- Рентабельність продукції (2021) = $\frac{20\,601\,296}{72\,784\,231} \times 100 \approx 39,48\%$
- Рентабельність продукції (2022) = $\frac{19\,175\,241}{69\,990\,601} \times 100 \approx 38,23\%$
- Рентабельність продукції (2023) = $\frac{24\,308\,530}{84\,727\,987} \times 100 \approx 39,86\%$

Рентабельність власного капіталу є ключовим фінансовим показником, який вимірює ефективність використання власного капіталу компанією для заробітку прибутку. Цей показник вказує на те, як ефективно підприємство генерує прибуток для своїх власників чи акціонерів. Розраховується за формулою: (Прибуток (рядок 2355) / Власний капітал (рядок 1495)) * 100

- Рентабельність власного капіталу (2021) = $\frac{-1\,846\,179}{-3\,057\,324} \times 100 \approx 61,65\%$
- Рентабельність власного капіталу (2022) = $\frac{-7\,632\,318}{-10\,724\,736} \times 100 \approx 25,83\%$
- Рентабельність власного капіталу (2023) = $\frac{-1\,850\,930}{-10\,434\,623} \times 100 \approx 17,73\%$

Рентабельність активів - фінансовий показник, який визначає ефективність використання активів компанією для генерації прибутку. Цей показник вимірює, скільки кожен одиниця активу приносить доходу підприємству. Розраховується за формулою:

(Прибуток (рядок 2355) / Загальні активи (рядок 1195 (Баланс))) * 100.

- Рентабельність активів (2021) = $\frac{-1\,846\,179}{38\,660\,465} \times 100 \approx -4,78\%$
- Рентабельність активів (2022) = $\frac{-7\,632\,318}{33\,669\,438} \times 100 \approx -22,62\%$
- Рентабельність активів (2023) = $\frac{-1\,850\,930}{33\,358\,509} \times 100 \approx -5,54\%$

На основі проведеного аналізу рентабельності ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2021-2023 роки можна виокремити, що від'ємні показники рентабельності

активів і власного капіталу за 2023 відносно 2021-2022 років вказують на збитковість діяльності підприємства, що свідчить про недостатність генерованого прибутку для ефективного використання ресурсів та забезпечення фінансової стабільності, хоча рентабельність активів і залишається від'ємною протягом періоду з 2021 р. по 2023р, але демонструє покращення у 2023 році відносно 2022 року на 17,08од., що свідчить про зменшення збитків.

Незначне зростання рентабельності продукції у проміжку 2022-2023 р. на 1,63 од. свідчить про покращення ефективності виробничої діяльності, однак цього недостатньо для покриття збитків у загальній діяльності. Значне скорочення власного капіталу підприємства підвищує фінансові ризики, зокрема ризик залежності від зовнішніх джерел фінансування.

Позитивна динаміка доходів, що перевищила темпи зростання витрат, забезпечила збільшення валового прибутку на 36% у 2023 році порівняно з 2021 роком (див. рис. 2.2.3).

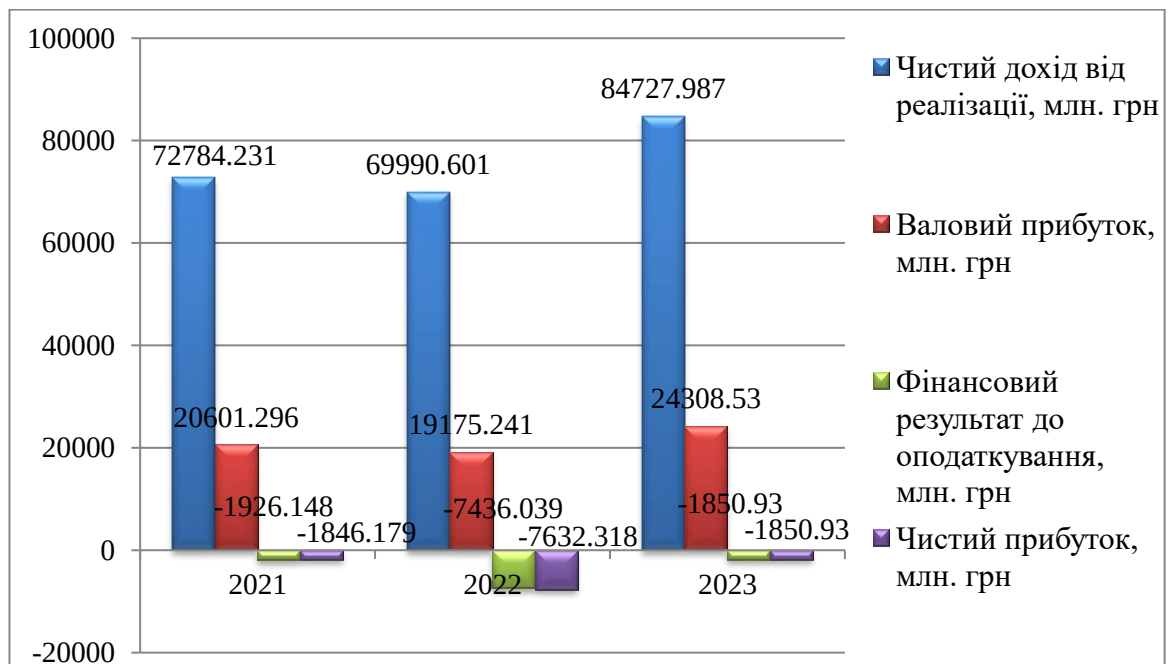


Рис. 2.2.3. Динаміка фінансових результатів ТОВ «Сільпо-Фуд» у 2021 – 2023 рр., млн..грн.

Джерело: складено автором на основі [10].

Отже, чистий дохід у 2021 році склав 72 784,23 млн грн., що більше ніж у 2022 році на 3,8% та менше за 2023 рік на 21%. Загальний приріст чистих доходів від реалізації за 2021–2023 роки склав 16%, що свідчить про відновлення обсягів реалізації товарів після спаду у 2022 році, викликаного військовими діями. Розглянувши показники валового прибутку, який у 2021 році становив 20 601,30 млн грн. що на 6,9% більше за 2022 рік та менше на 26,8% за 2023 рік можемо стверджувати, що загальний приріст за період 2021–2023 років складає +18%, що свідчить про покращення ефективності торговельної діяльності. У фінансових результатах підприємства видно негативні показники ще до початку війни це відображає загальну нестабільність підприємства та адаптацію до нових умов, при умовах поліпшення показників, хоча і негативних у 2023 році.

Позитивним є зростання вартості активів підприємства, що доводить розширення обсягів діяльності.

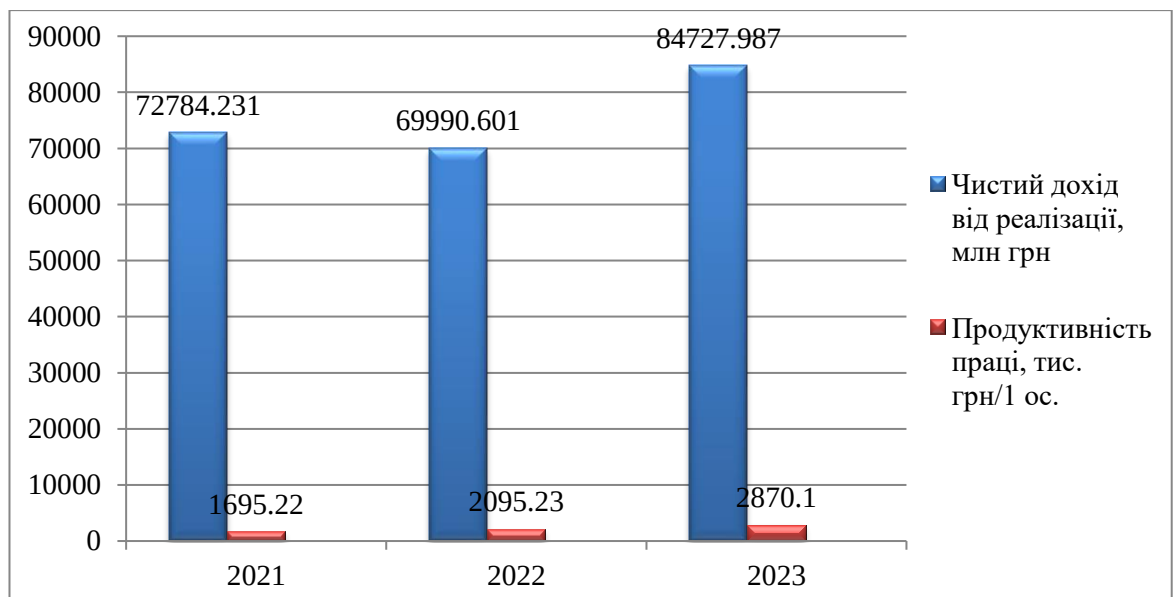


Рис. 2.2.4. Динаміка показника продуктивності праці ТОВ «Сільпо-Фуд» у 2021 – 2023 рр.

Джерело: складено автором на основі [10].

Продуктивність праці персоналу в 2023 році виросла на 69%, що пояснюється уповільненням темпів зростання чистого доходу від реалізації товарів (+16%) над темпами зниження чисельності персоналу (-31%).

Отже, підсумовуючи дані таблиці 2.2.3 та 2.2.4 можемо зробити висновок щодо динаміки техніко-економічних показників підприємства ТОВ «Сільпо-Фуд» у 2021-2023 рр.

У 2023 році чистий дохід від реалізації товарів зріс на 16% порівняно з 2021 роком. Попри кризові умови 2022 року, підприємство зуміло адаптуватися, що свідчить про його гнучкість та здатність забезпечувати попит навіть у складних умовах, таких як перебої з постачанням, евакуація персоналу та обмеження роботи магазинів.

Собівартість товарів зросла на 16%, що, ймовірно, пов'язано з інфляцією, подорожчанням логістики та перебоями у ланцюгах постачання, які були значними у 2022 році. Валовий прибуток зріс на 18%, демонструючи здатність підприємства компенсувати витрати та зберегти частку доходу навіть у кризові періоди.

Значне зростання інших операційних доходів (+120%) може бути результатом активного залучення сторонніх джерел доходу, зокрема від оренди чи продажу активів, що стало необхідністю в умовах виживання. Адміністративні витрати збільшилися на 56%, що може бути пов'язано з витратами на забезпечення безпеки, релокацію персоналу та нові витрати, викликані війною, такі як обладнання для роботи в умовах відключень електроенергії.

Зменшення середньоспискової чисельності персоналу на 31% пояснюється як економічною оптимізацією, так і вимушеним скороченням через міграцію співробітників або неможливість роботи в небезпечних регіонах. Однак продуктивність праці значно зросла (+69%), що свідчить про успішну адаптацію персоналу та концентрацію зусиль на ключових напрямках діяльності в умовах скороченого штату.

Фінансовий результат до оподаткування та чистий фінансовий результат залишаються збитковими. Незначне покращення результатів у 2023 році може свідчити про поступове відновлення після шоку 2022 року. Зменшення активів та суттєве скорочення власного капіталу на 241% є свідченням втрати

частини ресурсної бази підприємства, викликаній війною, зокрема можливими руйнуваннями, зменшенням інвестицій та скороченням оборотних коштів.

2.3. Процедури, порядок проведення та результати проведення аудиту фінансової звітності ТОВ «Сільпо-Фуд» за 2021, 2022, 2023 роки

Аудит фінансової звітності є незалежною перевіркою фінансової інформації, що надається підприємством, з метою висловлення висновку про те, чи відображає ця інформація достовірно фінансовий стан підприємства відповідно до прийнятих принципів бухгалтерського обліку. Аудит є важливим інструментом забезпечення прозорості та довіри до фінансової інформації, що використовується інвесторами, кредиторами та іншими зацікавленими сторонами.

Відповідно до Звіта незалежного аудитора підтверджено, що звітність компанії в цілому відповідає стандартам, але звернули увагу на ризики суттєвих викривлень. Було використано аудиторські процедури для ідентифікації потенційних ризиків.

Проаналізувавши Звіт незалежного аудитора щодо фінансової звітності за період 2021 - 2023 роки [22, 23] ТОВ «Сільпо-Фуд» хочу звернути увагу на деякі проблемні питання, що піднімає аудитор.

Розглянемо деякі основні тези із застереженнями з аудиторського звіту:

- У 2021 році Товариство придбала торгову марку «Власний рахунок», але аудитор не отримав достатніх доказів, що це було зроблено на ринкових умовах. Тому не можна було оцінити потребу в коригуванні балансової вартості цього нематеріального активу у звітах 2021 р. станом на 31 грудня, 2022 р. та 31 грудня 2023 року.

- За період 2021 - 2023 рр. Товариство не розраховувало очікувані кредитні збитки за фінансовими активами від операцій з пов'язаними сторонами, як того вимагає МСФЗ 9, а саме: торгової та іншої поточної дебіторської

заборгованості у 2022 році в сумі 1 534 905 тис. грн. та 3 673 840 тис. грн., відповідно, та векселів пов'язаних сторін в сумі 1 546 379 тис. грн. та 1 711 169 тис. грн., відповідно; та в 2023 році в сумі 5 580 460 тис. грн. та 1 534 905 тис. грн., відповідно, та векселів пов'язаних сторін в сумі 92 555 тис. грн. та 1 546 379 тис. грн., відповідно. Відповідно, аудитори не можуть оцінити, наскільки це впливає на вартість активів і фінансовий результат.

- Відсутні достатні дані щодо термінів повернення деяких фінансових активів у періоді 2021 – 2022 рр.- це: інша поточна дебіторська заборгованість та векселя пов'язаних сторін на загальну суму 4 836 130 тис. грн. та у період 2022-2023 рр.- це: інша поточна дебіторська заборгованість, дебіторська заборгованість за договорами відступлення права вимоги, жебиторська заборгованість за реалізованими векселями, дебіторська заборгованість за основні засоби, безвідсотковими фінансовими допомогами, іншої дебіторської заборгованості та векселями пов'язаних сторін на загальну суму 4 526 961 тис. грн. Це не дає змоги переконатися в їхній класифікації як поточних активів та визначити, чи потрібні коригування їхньої вартості у звітах за 2021 -2023 роки.

- Асоційована компанія Товариства не здійснила оцінки справедливої вартості своїх інвестицій у періоді 2021-2023 рр., як того вимагає МСФЗ 9. Через це аудитори не можуть оцінити вплив на вартість інвестицій та результати участі у капіталі.

- У 2021 році Товариства не оцінила відшкодування вартості основних і нематеріальних активів, хоча були ознаки можливого знецінення. Це суперечить МСБО 36 і може вплинути на фінансові результати 2022 року.

Також, варто зазначити що значним впливом на діяльність підприємства стало військове вторгнення в Україну, та що масштаби подальшого розвитку подій чи терміни припинення цих дій є невизначеними, що в майбутньому може поставити під значний сумнів здатність Товариства продовжувати діяльність на безперервній основі.

Отже, компанія демонструє значний потенціал, але існують серйозні

прогалини у фінансовому менеджменті та дотриманні стандартів обліку. Для стабілізації ситуації варто посилити внутрішній контроль, вдосконалити процедури оцінки активів і забезпечити прозорість у співпраці з пов'язаними сторонами. Ці кроки дозволять зміцнити фінансову стійкість і підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Сформована програма аудиту для роздрібних підприємств передбачає виконання низки завдань, які дозволяють покращити та прискорити процес аудиту (табл. 2.3.1).

Таблиця 2.3.1

Приклад програми аудиту для підприємства роздрібної торгівлі

№	Перелік аудиторських процедур	Виконавець	Вид перевірки
1	Перевірка правомірності складання первинних документів, які відображають відвантаження продукції на склад, її внутрішній рух та безпосередньо реалізацію	Аудитор 1	Вибіркова
2	Перевірка визнання доходу і результатів діяльності	Аудитор 1	Суцільна
3	Перевірка правильності визначення торгової націнки на товари	Аудитор 1	Вибіркова
4	Перевірка дотримання касової дисципліни підприємством	Аудитор 2	Суцільна
5	Перевірка правильності оприбуткування і списання товарів	Аудитор 2	Вибіркова
6	Зіставлення фактичних залишків товарів на складі й у торговому залі та в бухгалтерії	Аудитор 2	Вибіркова
7	Визначення правомірності здійснення господарської діяльності	Аудитор 3	Суцільна

Джерело: складено автором на основі джерела [13].

Ключовими джерелами інформації для аудиту підприємств роздрібної торгівлі є первинні документи, на основі яких проводиться аудит товарних запасів (рис. 2.3.1).

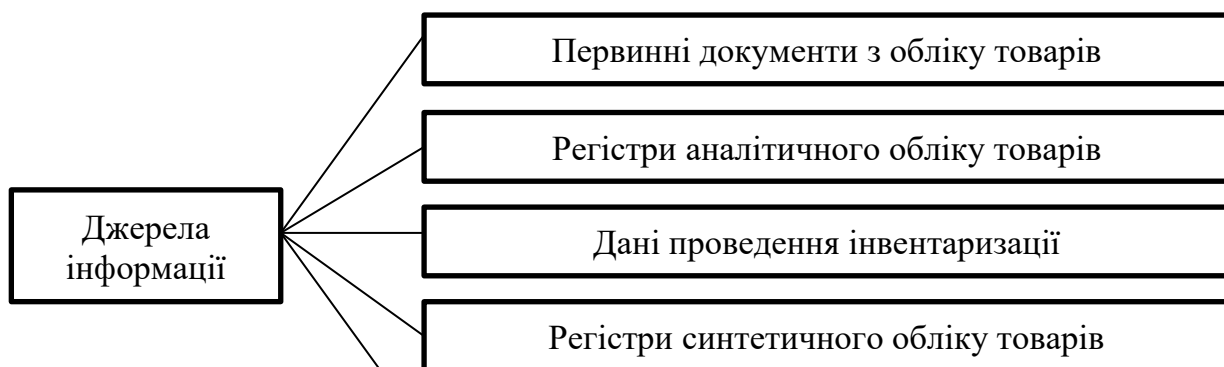


Рис. 1.1.3. Джерела інформації для аудиту товарів.

Джерело: складено автором на основі [13].

Проаналізувавши рис. 2.3.1, можна зробити висновок, що для відвантаження та видачі зі складу продукції і цінностей використовують рахунки-фактури, товарно-транспортні накладні, вимоги, податкові накладні, акти прийому-здачі. Також для аудиту запасів використовують реєстри документів з реалізації продукції і послуг, облікові регістри по рахунках 26 «Готова продукція», 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва», 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками», 70 «Доходи від реалізації», 71 «Інший операційний дохід», 74 «Інші доходи», 94 «Інші операційні витрати», 90 «Собівартість реалізованої продукції», 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут», 79 «Фінансові результати», журнали № 3, № 5, № 6, Головна книга, книга обліку придбання товарів та книга обліку продажу товарів [13].

З урахуванням специфіки торговельної діяльності та узагальненням характерних операцій, які притаманні роздрібній торгівлі, було розроблено методику аудиту товарів, що відображена у таблиці 2.3.2.

Таблиця 2.3.2

Методика аудиту товарних запасів у роздрібній торгівлі

№	Етап аудиту	Процедури
1	Аудит надходження товарів	Перевірка доцільності обраного методу обліку товарів на підприємстві
		Порівняння даних первинного, аналітичного та синтетичного обліку
		Перевірка правильності оформлення та наявності первинних документів про надходження товару від постачальників

		Встановлення порядку розрахунку з постачальниками за отриманий товар
		Підтвердження достовірності даних податкового обліку та витрат у частині витрат, пов'язаних з придбанням товарів
		Перевірка своєчасності, повноти та порядку відображення у бухгалтерському обліку записів щодо надходження товарів та нарахування торговельної націнки
2	Аудит реалізації товарів	Визначення повноти, своєчасності відображення в обліку виручки від реалізації та її відповідності даним звітів
		З'ясування належності оформлення документів на відвантаження товарів покупцям
		Перевірка даних податкового обліку, а саме формування доходів від реалізації на підприємствах роздрібно́ї торгівлі
		Підтвердження даних розрахунку на підприємствах роздрібно́ї торгівлі торговельної націнки
		З'ясування правильності та повноти бухгалтерських записів при відображенні в обліку товарів
3	Аудит витрат обігу	Встановлення правильності формування та зарахування до складу витрат обігу певного податкового періоду, відповідності даних первинного, аналітичного та синтетичного обліку
		Перевірка наявності та правильності оформлення підтверджувальних документів щодо витрат обігу на підприємстві

Джерело: складено автором на основі джерела [13].

Планування є важливою частиною стратегії та тактики аудиторської перевірки. Міжнародні стандарти аудиту (МСА), які використовуються також як національні, вимагають складання загального плану аудиту. Цей план передбачає визначення етапів аудиторської перевірки, які розподіляються відповідно до строків, вказаних у договорі для зовнішнього аудиту, або у наказі керівника для внутрішнього аудиту. Враховуючи практику українських аудиторських компаній, була розроблена форма загального плану та виділені ключові етапи аудиторської перевірки [13].

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА МЕТОДИКИ АУДИТУ ТА АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

3.1. Розробка рекомендацій щодо вдосконалення організації аналізу та аудиту ТОВ «Сільпо-Фуд»

Внутрішній аудит є інструментом для підприємств, що сприяє оптимізації наявних ресурсів. Проте, не всі керівники та власники усвідомлюють його значення і звертають увагу на цю можливість. У ході аналізу торговельної галузі України, а саме на прикладі ТОВ «Сільпо-Фуд», виявлено істотні недоліки в практиці внутрішнього аудиту на підприємствах цієї сфери.

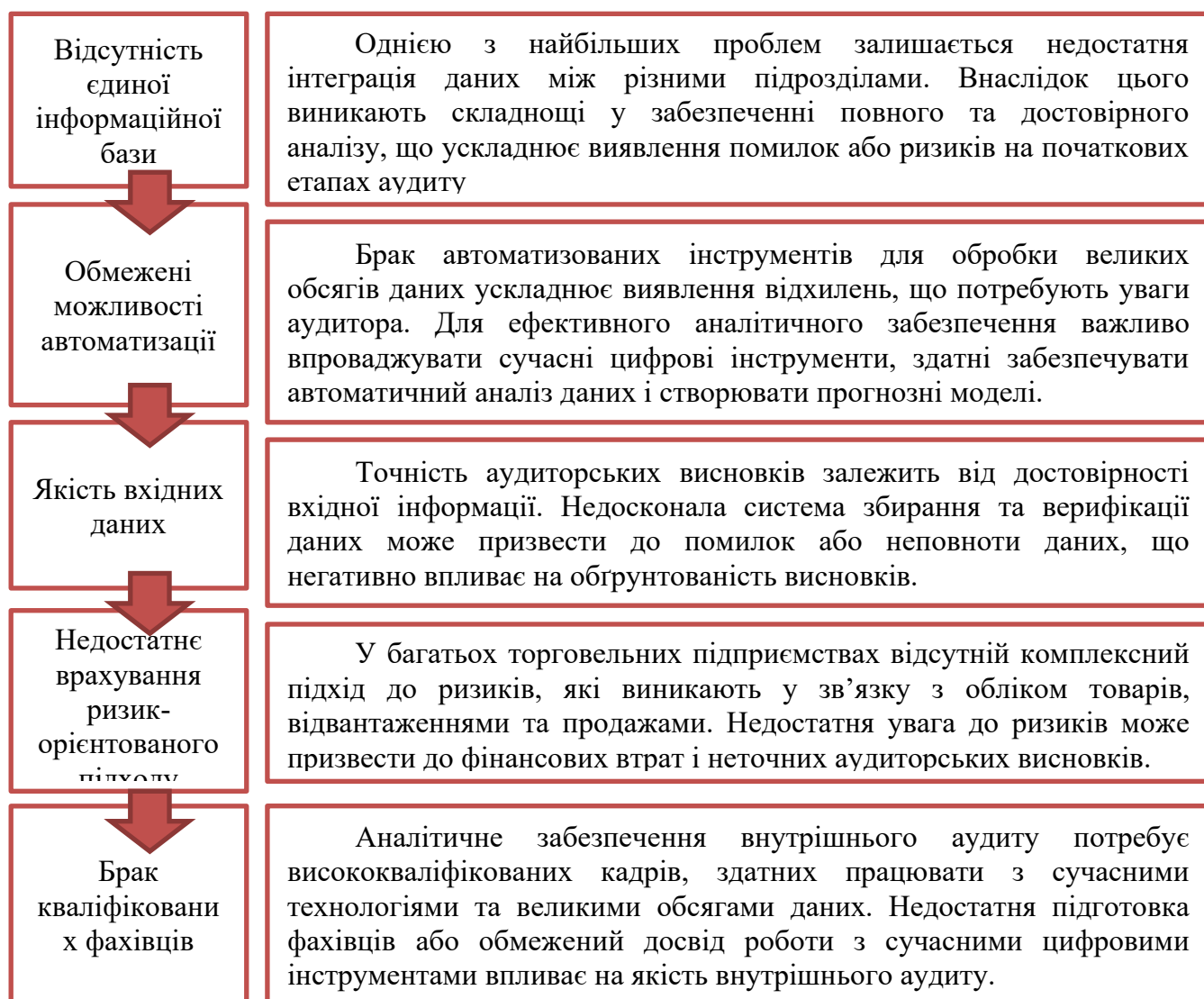


Рис.3.1.1. Основні проблеми аналітичного забезпечення внутрішнього аудиту

Джерело: сформовано автором.

У сьогоднішні багато торговельних підприємств використовують спеціалізоване програмне забезпечення, зокрема, ERP-системи та рішення для обліку, щоб інтегрувати фінансові, товарні та управлінські дані. Програмні платформи, такі як 1C, SAP, або Microsoft Dynamics, забезпечують облік і контроль даних у режимі реального часу, що значно покращує точність і швидкість аудиту. Завдяки автоматизованим інструментам внутрішні аудитори можуть виявляти невідповідності та потенційні ризики більш оперативно, що підвищує ефективність облікових процесів.

Відповідно до Рис. 3.1.1 формуємо Напрями вдосконалення проблем аналітичного забезпечення внутрішнього аудиту Рис. 3.1.2.

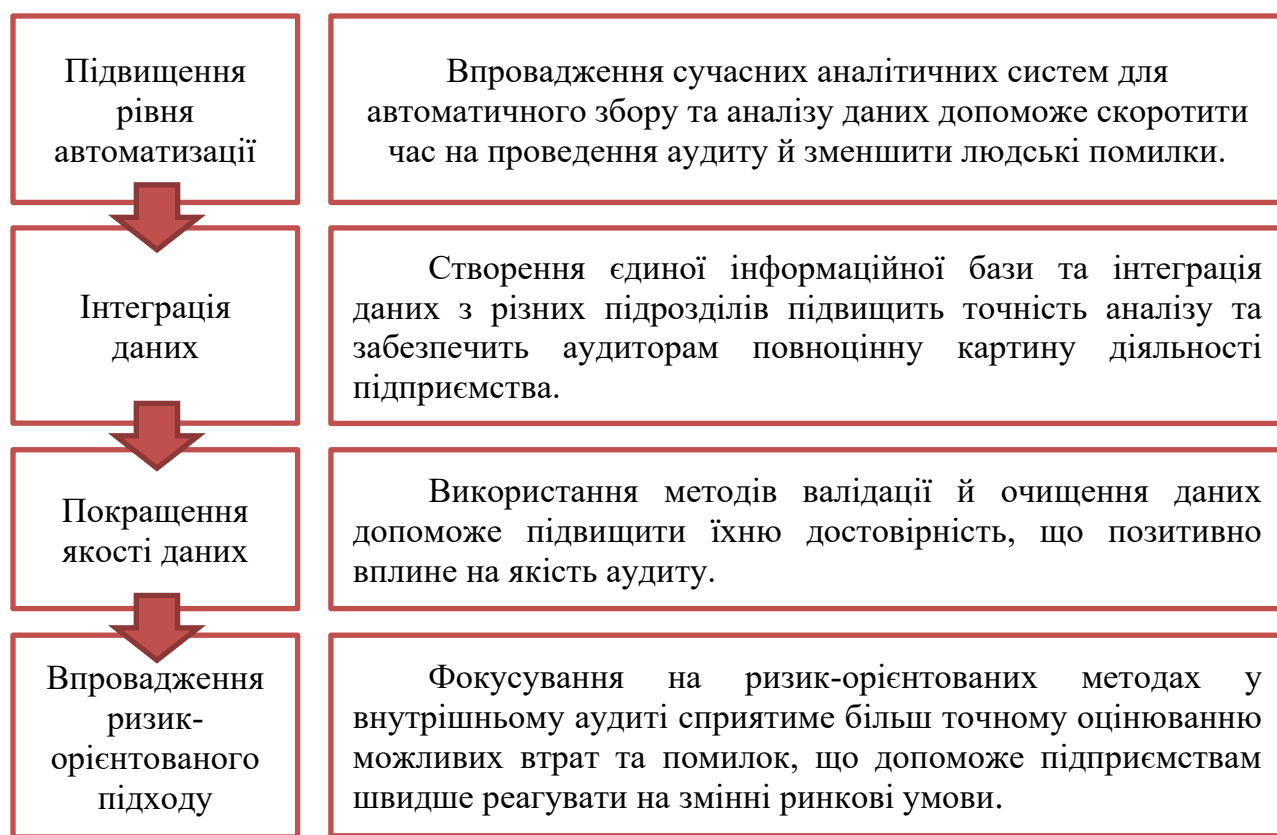


Рис.3.1.2. Напрями вдосконалення проблем аналітичного забезпечення внутрішнього аудиту.

Джерело: сформовано автором.

За результатами проведеного дослідження нами виділено наступні аргументовані переваги, що дають підтвердження необхідності

впровадження внутрішнього аудиту на торговельних підприємствах України вцілому та на досліджуваному підприємстві ТОВ «Сільпо-Фуд», а саме:

- створення служби внутрішнього аудиту дає змогу виявити нові джерела резерву потенціалу діяльності торговельного підприємства;
- покращення системи бухгалтерського обліку, що в майбутньому призведе до мінімізації витрат;
- запобігання фактів шахрайства;
- виявлення проблемних аспектів у неефективному використанні активів;
- зменшення окремих статей витрат, за рахунок аналізу операційної інформації;
- аналіз менеджменту персоналом торговельних підприємств.

У ході дослідження хочу запропонувати проведення внутрішнього аудиту ТОВ «Сільпо-Фуд» у напрямках зазначених на рис. 3.1.3.

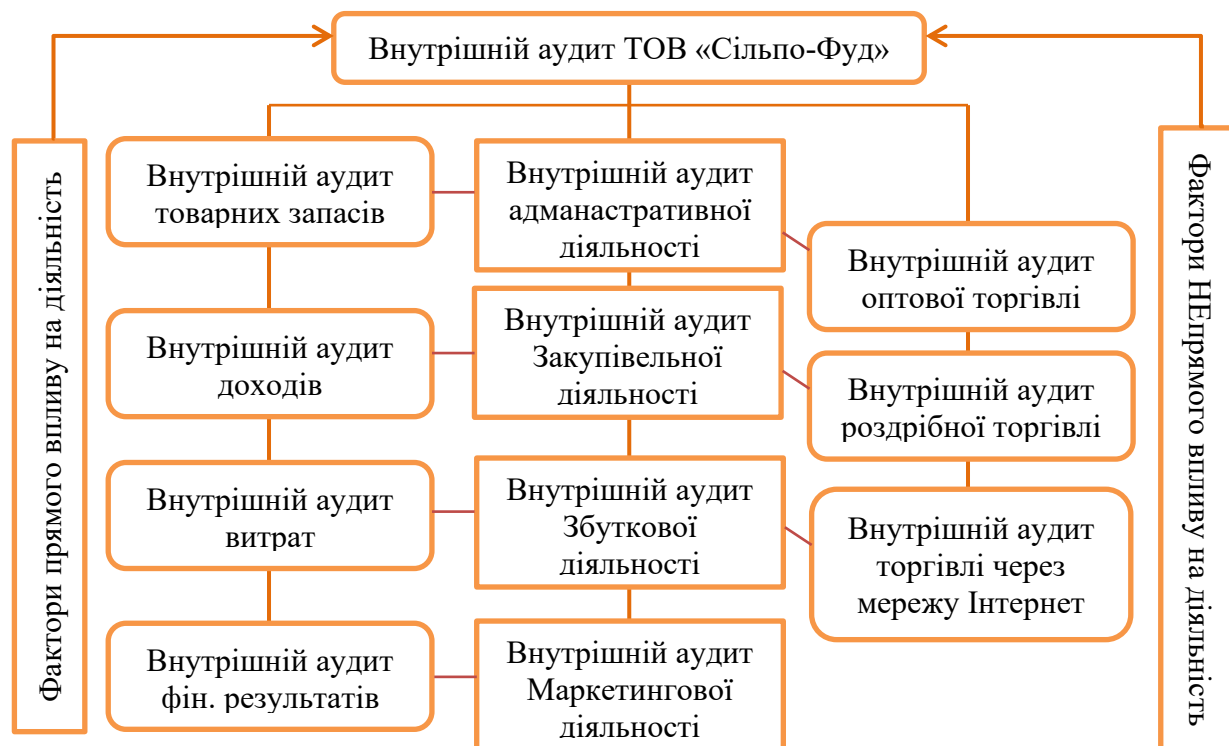


Рис. 3.1.3. Напрямки проведення внутрішнього аудиту ТОВ «Сільпо-Фуд»

Джерело: складено автором на основі даних [27].

У контексті напрямків проведення внутрішнього аудиту важливо враховувати аналіз маркетингової діяльності. Сучасні торговельні підприємства зосереджуються на підвищенні доходів через створення нових каналів збуту, утримання позиції національних ринків та зміцнення конкурентних переваг на цільовому ринку.

У цьому аспекті аудит маркетингової діяльності виступає дієвим інструментом для підвищення конкурентоспроможності бізнесу та забезпечення його економіки.

Внутрішній маркетинговий аудит спрямований на всебічний аналіз маркетингової діяльності компанії з метою оцінки ефективності її маркетингової стратегії, структури, процесів та результатів. Внутрішній аудит маркетингової діяльності забезпечує незалежну оцінку, що виконується зусиллями самої компанії. Більш детально розглянемо роль внутрішнього аудиту в системі управління торговельним підприємством на основі ТОВ «Сільпо-Фуд». Внутрішній аудит маркетингової діяльності Товариства доцільно здійснювати, за такими елементами наведеними на рис. 3.1.4.



Рис. 3.1.4. Внутрішній аудит маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд»

Джерело: складено автором на основі даних [27].

Внутрішній аудитор здійснює оцінку ефективності маркетингової діяльності на основі показників наведених в таблиці 3.1.1.

Таблиця 3.1.1

Показники ефективності маркетингової діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд»

№	Показник	Характеристика
1	Питома вага маркетингового персоналу	Показує частку персоналу, які виконують обов'язки пов'язані з забезпеченням маркетингових функцій
2	Питома вага витрат на маркетинговий персонал	Відображає частку фонду оплати праці призначеного для працівників маркетингового відділу
3	Рентабельність витрат на просування і збут	Розраховується як співвідношення суми прибутку від реалізації до суми збутових витрат та характеризує їх ефективність
4	Рентабельність маркетингових витрат	Характеризує ефективність маркетингових заходів, розраховується співвідношенням суми прибутку від продажу до суми маркетингових витрат
5	Коефіцієнт затоварення	Відображає зміни залишків готової продукції та розраховується як співвідношення зміни залишку продукції та обсягу реалізації

Джерело: складено автором на основі даних [28].

Відповідно до встановленої мети проведення аудиту маркетингової діяльності, формується програма аудиту, яка містить список завдань у чітко визначених компонентах їх виконання. Це дозволяє отримати достатні та достовірні аудиторські докази.

Серед методів проведення внутрішнього аудиту маркетингової діяльності найбільш універсальним і актуальним є обширний SWOT-аналіз (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Підхід оцінити сильні та слабкі сторони підприємства, а також можливості та ризики, що дозволяють

формувати чіткі маркетингові цілі, стратегії та конкретні заходи для підвищення ефективності діяльності ринку підприємства.

SWOT-аналіз дозволяє використовувати чинники, які впливають на цілеспрямованість аудиту маркетингової діяльності, а також запропонувати заходи щодо вдосконалення управлінських процесів. Основна мета аудитора виявилася не лише у виконанні оцінки, але й у формуванні рекомендацій щодо змін, які можуть позитивно вплинути на діяльність підприємства. Це включає покращення системи управління, що погіршує освоєння нових ринків збуту.

Хоча проведення такого аудиту може передати короткострокові витрати для підприємства, довгострокові перспективи ці витрати окупуються за рахунок отриманих результатів і забезпечують стійкий ефект. Результати аудиту підсумовуються у формі висновку аудитора (Звіту), де описується обсяг проведеної роботи та надаються рекомендації для посадових осіб з метою підвищення ефективності діяльності компанії.

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства необхідні його сильні та слабкі сторони, можливості та загрози. У цьому контексті SWOT-аналіз (табл. 3.1.2) виступає ключовим інструментом стратегічного планування, спрямованим на оцінку внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на діяльність організації. Завдяки цьому методу можна застосовувати основні чинники успіху, формувати адаптивну стратегію та ефективно реагувати на виклики зовнішнього середовища.

Таблиця 3.1.2

SWOT-аналіз ТОВ «Сільпо-Фуд»

Чинники/показники	Стан зовнішнього середовища
-------------------	-----------------------------

Стан внутрішнього середовища	Можливості (О): 1. Розширення мережі; 2. Орієнтація на більш широкий спектр платоспроможності населення; 3. Розширення асортименту та обсягу реалізації власних торговельних марок 4. Підвищення конкурентних позицій на ринку; 5. Зниження операційних витрат; 6. Вихід на міжнародний ринок	Загрози (Т): 1. Необхідність розроблення індивідуальних стратегій розвитку та управління для кожного бізнесу мережі; 2. Збільшення конкуренції на ринку; 3. Зростання конкуренції на ринку праці; 4. Вихід на ринок іноземних компаній; 5. Погіршення платоспроможності населення; 6. Нестабільність курсу; 7. Зниження доходів через кредитний тягар. 8. Військовий стан в Україні
Сильні сторони (S): 1. Розвинена торговельна марка, яка має популярність в Україні; 2. Низька еластичність попиту на більшість кількості товарів; 3. Розгалуженість об'єктів мережі; 4. Наявність власної логістики; 5. Наявність власного імпорту; 6. Висока популярність дизайнерських магазинів в Україні	SO-стратегії (сильні сторони + можливості) 1. Адаптація асортименту та маркетингових стратегій до потреб нового ринку при виході на міжнародний ринок. 2. Розширення асортименту товарів економ-сегмента. 3. Підвищення якості товарів власних торговельних марок. 4. Покращення якості обслуговування. 5. Впровадження енергоефективних технологій.	ST-стратегії (сильні сторони + загрози) 1. Проведення маркетингових досліджень для вивчення потреб та очікувань різних груп споживачів. 2. Розробка та впровадження індивідуальних стратегій розвитку та управління для кожного бізнесу мережі. 3. Розробка та впровадження ефективної системи мотивації та утримання персоналу. 4. Адаптація кращих практик досвіду роботи іноземних компаній до умов українського ринку.
Слабкі сторони (W) 1. Значний кредитний тягар; 2. Значна розгалуженість діяльності; 3. Залежність від домовленостей із постачальниками; 4. Залежність від іноземних постачальників; 5. Великий рівень плинності робітників; 6. Низький рівень планування.	WO-стратегії (слабкі сторони + можливості) 1. Відкриття дискаунтерів під брендом «Сільпо». 2. Рефінансування кредитів на більш вигідних умовах. 3. Децентралізація управління мережею. 4. Використання інноваційних технологій для оптимізації управління.	WT-стратегії (слабкі сторони + загрози) 1. Розробка та впровадження антикризової програми. 2. Адаптація асортименту та маркетингових стратегій до умов воєнного стану 3. Створення команди стратегічного планування. 4. Використання інноваційних технологій для прогнозування та аналізу ринку.

Джерело: складено автором на основі даних [28].

Звіт про маркетинговий аудит може включати як висновки, так і перспективні пропозиції діяльності підприємства, а також ті, що допоможуть вирішити проблеми у розвитку іміджу товару, організації, що виникли в результаті минулих подій або неправильних управлінських рішень.

Таким чином, основними цілями аудиту маркетингової діяльності є розробка рекомендацій щодо покращення маркетингової діяльності. В розрізі управління ресурсами підприємства маркетинговий аудит торговельних підприємств є найефективнішим способом оцінки маркетингової діяльності підприємств, оскільки позиціонування на сучасному торговельному ринку є ваговою складовою утримання позиціонування серед конкурентів. А ефективно проведеним аудитором аналізом вважається взаємодія інформації, яка необхідна при плануванні діяльності підприємства зі збуту до підтримки маркетингових та корпоративних рішень, які будуть запроваджуватися в майбутньому для ефективного управління торговельним підприємством [27].

3.2. Напрями підвищення ефективності методики аналізу та аудиту ТОВ «Сільпо-Фуд»

Ефективна система внутрішнього аудиту здатна вирішувати широкий спектр завдань, пов'язаних з управлінням бізнес-процесами та зниженням ризиків. Його впровадження в сферу мережевої торгівлі сприяє оптимізації використання ресурсів, підвищенню конкурентоспроможності підприємства та мінімізації ризиків під час досягнення запланованих результатів.

Для створення результативної стратегії проведення аудиторської перевірки важливо заздалегідь розробити детальний план, який враховує всі фактори, що впливають на остаточні висновки аудитора. Такий підхід дозволяє зменшити можливості ризиків та ранжування важливості бізнес-процесів у ритейлі. Проведення внутрішнього аудиту товарних запасів є обов'язковим для аудиторів, які працюють у штатному мережевому ритейлі.

При дослідженні ТОВ «Сільпо-Фуд» виявлено, що в компанії відсутній окремий підрозділ внутрішнього аудиту або штатні аудитори, ці функції можуть бути делеговані іншим службам внутрішнього контролю. Альтернативно, виконання завдань внутрішнього аудиту можна доручити працівникам зовнішніх аудиторських фірм на основі укладених договорів про проведення перевірки. Організація внутрішнього аудиту товарних запасів повинна базуватися на раціональній структурі управління. Відповідно до архітектоніки служби внутрішнього аудиту та відповідно від розподілу праці штатних співробітників слід розрізняти централізовану та децентралізовану її форми (рис.3.2.1).

Організація внутрішнього аудиту може бути централізованою, де наявний штат внутрішніх аудиторів у складі облікової служби (бухгалтерії) і відповідно на адміністративному і методологічному рівні вони підпорядковуються головному бухгалтеру, або децентралізованою, де аудитори є окремим структурним підрозділом, що підпорядковується службі внутрішнього аудиту ритейлу, керівник якої напряму підпорядковується керівнику мережевого ритейлу. Незалежно від обраної моделі, аудитори виявляють і виправляють усі порушення під час проведення аудиту. Результати аудиту оформляються у вигляді звіту, що складається та візується фахівцем особисто. У ньому детально описуються виявлені порушення у ході перевірки та формуються висновки з посиланнями на конкретні факти, що вказуються на окремих графах звіту. По закінченню віддає готовий завірений звіт безпосередньо керівнику(замовника послуг).

Отже, до компетенції аудитора належить з'ясування отримання об'єктивної інформації щодо фактів порушення правил ведення бухгалтерського обліку: недотримання внутрішнього регламенту проведення інвентаризацій; несвоєчасне та не повне оприбуткування і списання цінностей; недооформлення або неправильне оформлення інвентаризаційних описів та порівняльних відомостей; невідповідність діючим нормативам

списання природних втрат; не коректне відображення агрегованих даних за підсумками інвентаризації у бухгалтерському обліку, тощо.

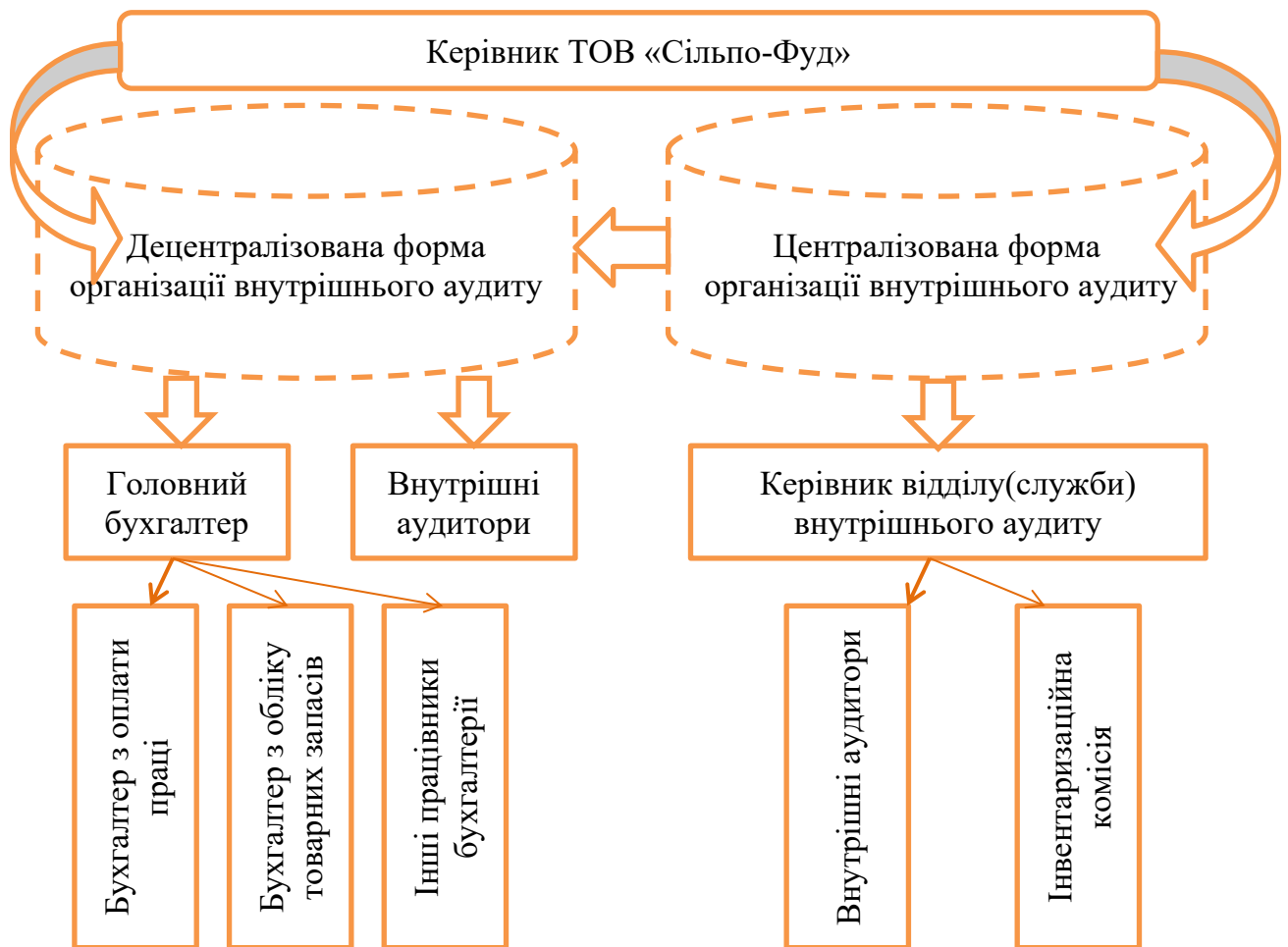


Рис.3.2.1. Запропоновані форми організації внутрішнього аудиту у ТОВ «Сільпо-Фуд»

Джерело: складено автором на основі даних [7].

Результати перевірки товарних запасів, проведених внутрішніми аудиторами, не можуть вважатися остаточно реалізованими до завершення службового розслідування та впровадження всіх внутрішніх регламентів, спрямованих на усунення виявлених відхилень і порушень у відображених в обліку наявності та руху товарних запасів за асортиментними групами, які використані в ритейлі.

«Мета внутрішнього аудиту – удосконалення організації й управління виробництвом, виявлення та мобілізація резервів його зростання. Внутрішній

аудит проводиться на попередній стадії укладання комерційної, технологічної або фінансової угоди, у процесі дії і після завершення. Він дає експертну, науково обґрунтовану оцінку господарським операціям і процесам. На наш погляд, доцільно в усіх галузях економіки, на кожному підприємстві запровадити систему внутрішнього аудиту, щоб за цю роботу відповідала конкретна особа чи спеціальний відділ. Під час воєнних дій відбулося різке зниження економічної активності суб'єктів господарювання, що призвело до вживання дієвих заходів з підтримки суб'єктів аудиторської діяльності» [1, с. 123.]. «Найбільше значення мають програмні й хмарні технології; методи обліку й обліковофінансової звітності; порівняння фактичних і обліково-фінансових даних; спостереження, вимірювання й обчислення, оцінка й діагностика; аналіз і синтез, індукція та дедукція, гіпотеза й аналогія, вимірювання та обчислення, опитування і порівняння, балансовий, подвійного запису, групувань, системно-структурного аналізу і синтезу тощо» [15, с. 172].

Дослідженням даного питання займалися науковці Н.С. Акімова, Т.А. Наумова, Л.О. Кирильєва у своїй статті «Удосконалення системи інформаційного забезпечення внутрішнього аудиту товарних запасів у ритейлі» Облік і фінанси 2024 рік. На їхню думку, внутрішній аудит товарних операцій мережевого ритейлу – внутрішній аудит товарних операцій у мережевому ритейлі є окремим підрозділом у складі управлінського апарату, що забезпечує оперативне та системне інформування керівництва про цільове використання товарних запасів у мережі. Це досягається шляхом організації незалежного контролю та розробки рекомендацій щодо усунення викривлень в обліковій інформації.

Зважаючи на складну організаційно-правову структуру українського мережевого ритейлу, що включає взаємодію з контрагентами та постачальниками, наприклад: об'єднані групи з контролем однієї юридичної особи над іншими (прикладом серед аналізованих підприємств можна вважати ТОВ «Сільпо-Фуд», оскільки мережевий ритейл має у своїй

структурній побудові окрім торговельних як виробничі, так і логістичні, маркетингові, та інші види функціональних підрозділів). Тому впровадження служби внутрішнього аудиту є одним із ключових завдань для українського ритейлу. Такий підрозділ не покликаний замінювати незалежний аудит, внутрішній контроль, маркетингову службу, службу безпеки, бухгалтерію чи фінансовий відділ, а навпаки, має забезпечити ефективну взаємодію та співпрацю з ними. Сучасні економічні умови та зростання конкуренції в роздрібній торгівлі залишають перед ритейлом високі вимоги щодо прийняття управлінських рішень, спрямованих на забезпечення конкурентної переваги на ринку.

Рішення в цій сфері повинні обґрунтовуватися на стратегічному мисленні, в основі якого є детальніше вивчення потенційних споживачів та їх подібностей. Аналіз публікацій ринку, що дослідники конкуренції в роздрібній торгівлі дійшли спільного висновку: споживчі переваги є ключовим критерієм оцінки конкурентоспроможності та основної пропозиції діяльності будь-якої торгової організації [7]. У зв'язку з цим виникає потреба в систематичному моніторингу поведінки та вподобань покупців, і саме на службу внутрішнього аудиту має бути розміщена ця функція.

Останнім часом термін «ритейл-аудит» все частіше використовують для визначення моніторингу споживчих переваг на ринку. Найпоширеніше визначення цього поняття, представленого на веб-сайтах компаній, що спеціалізуються на маркетингових дослідженнях, описується ритейл-аудит як процес спостереження за змінами таких параметрів товару, як ціна, асортимент, представленість у торгових точках та обсягах продажів. Проте єдиної думки щодо визначення, методів чи інструментів ритейл-аудиту наразі не існує. Це поняття не фігурує навіть в економічних і тлумачних словниках, пов'язаних із маркетингом та комерцією. Розглянемо лексичну семантику терміну «ритейл-аудит». Слово «ритейл» (від англ. *retail*) буквально перекладається як «роздріб» або «роздрібна торгівля». У свою чергу термін «аудит» походить від латинського *аудитум* – «слухати» або

«перевіряти». Таким чином, ритейл-аудит можна розглядати як процес систематичного збору, аналізу та оцінки інформації про діяльність роздрібних підприємств засноване на споживчих перевагах та оцінках експертів з використанням методів маркетингових досліджень.

Оцінку конкурентної позиції учасника ринку торгових послуг за допомогою технології «ритейл-аудит» пропонують вийти в такій послідовності:

1. Дослідження споживчих переваг: аналізуються критерії, за якими покупці обирають торговельну мережу (магазин чи торгову точку). На цьому етапі вивчаються фактори, що впливають на задоволеність споживачів, зокрема якість послуг, продукції, асортимент, зовнішній вигляд торгової точки, наявність зручних під'їзних шляхів і паркування, місце розташування та цінова політика.;

2. Аналіз реалізованої її продукції: оцінюються основні характеристики товарів, насамперед якість представленої продукції, яка визначається попитом на неї;

3. Оцінка конкурентної позиції підприємства: формування висновок рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Також маючи просторі та зручні магазини, кваліфікований персонал і гнучку цінову політику, торговельна мережа не може досягти успіху, якщо пропонуватиме споживачам неякісну продукцію, яка не відповідає їхнім потребам. У разі такого підприємства ризикує дізнатися фінансових втрат і навіть банкрутства. Наступним ключовим етапом у рамках аналізу технології ритейл-аудиту є розробка механізму оцінки конкурентної позиції. Аналіз облікової політики ТОВ «Сільпо-Фуд» , показує, що функції внутрішнього аудиту часто забезпечують головні бухгалтери або керівники підрозділів, які водночас є матеріально відповідальними особами. Такий підхід представити принципам ефективного управління мережевим ритейлом і створити перешкоди для проведення об'єктивного внутрішнього контролю за формуванням фінансових результатів та підготовкою звітності ритейлу.

Практичні дослідження вказують, що відсутність окремого відділу внутрішнього аудиту, часто спричиняє помилки у визначеному обліковому апараті фінансових результатів діяльності мережі ритейлу. Це, у свою чергу, доступ до ризиків, пов'язаних з управлінням та розподілом грошових потоків фінансовим відділом. Зважаючи на переваги функціонування служби внутрішнього аудиту в мережі ритейлу, було розроблено та представлено концептуальну модель цього підрозділу, інтегровану в структуру інформаційного сервісу ТОВ «Сільпо-Фуд» (рис. 3.2.2.).



Рис. 3.2.2. Концептуальна модель внутрішнього аудиту в структурі інформаційного сервісу ТОВ «Сільпо-Фуд».

Джерело: складено автором на основі даних [7].

У концепції архітектоніці розробленої моделі обліковий персонал виконує функції управлінського аудиту, які зосереджені на контролі та фіксації господарських операцій одночасно в мережі ритейлунформаційні потоки, створені в системі управлінського аудиту, належать до системи фінансового аудиту, яка забезпечує необхідну інформаційну підтримку для роботи фінансового відділу. Узагальнені дані, сформовані службою внутрішнього аудиту, стають основою для складання бюджетів грошових потоків у ритейл-мережі фінансового відділу.

Таким чином, впровадження організаційних заходів для вдосконалення системи інформаційного забезпечення внутрішнього аудиту товарних запасів у діяльності ТОВ «Сільпо-Фуд» значно підвищить його ефективність. Це сприятиме отриманню достовірної й об'єктивної інформації, що в цілому позитивно позначиться на стані облікової системи підприємства [1].

ВИСНОВОК

За результатами проведеного дослідження зроблено наступні висновки:

1. У процесі дослідження було визначено, що аудит є ключовим інструментом фінансового контролю, спрямованим на перевірку достовірності фінансової звітності підприємства та відповідності господарських операцій нормативно-правовим вимогам. У торговельних підприємствах аудит вирішує роль у забезпеченні прозорості фінансової інформації, що є основою для обґрунтованих управлінських рішень. При цьому окремо є поєднання аудиту з економічним аналізом для оцінки фінансового стану та ефективності діяльності підприємства.

Було з'ясовано, що ефективність внутрішнього аудиту в торговельних підприємствах значною мірою залежить від якості інформаційного та аналітичного забезпечення. В сучасних умовах цифровізації бізнес-процесів використання ERP-систем, таких як 1C, SAP, Microsoft Dynamics, дозволяє інтегрувати фінансові, товарні та управлінські дані, забезпечуючи їх оперативний контроль. Водночас основними проблемами залишаються питання якості вихідних даних, процедур автоматизації та адаптації до мінливого ринкового середовища.

Визначено, що аудиторська діяльність регулюється національними законодавчими актами, такими як Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність», Закон «Про аудит фінансової звітності та аудиторської діяльності», а також міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ) та міжнародними стандартами аудиту (МСА). Ці документи забезпечують єдині підходи до проведення аудиту та складання фінансової звітності підприємств, що є особливим місцем у контексті інтеграції України до світового економічного простору.

Було виявлено, що у сфері роздрібної торгівлі, на рахунку від банківського сектору, внутрішній аудит є недостатньо розвиненим і часто обмежується лише внутрішнім контролем. Для великих торговельних мереж, таких як ТОВ «Сільпо-Фуд», це створено у впровадженні незалежної

системи внутрішнього аудиту, що дозволяє забезпечити ефективний моніторинг фінансово-господарської діяльності.

2. ТОВ «Сільпо-Фуд» є одним із провідних ритейлерів в Україні, що входить до складу Fozzy Group . Компанія має розвинену інфраструктуру, до складу якої входять 236 супермаркетів, розподільчі центри класу «А» , сучасний автопарк та спеціалізовані торгові точки. Висока ефективність управлінських процесів в компанії досягається за рахунок інвестицій у логістику, автоматизації процесів та екологічних ініціатив..

Проведений аналіз показав позитивну динаміку розвитку компанії за 2021–2023 роки. Основні результати включають:

- Розширення мереж супермаркетів у різних регіонах України.
- Покращення логістичної системи, що дозволило обробити понад 2,2 млн куб. м вантажів за 2023 рік..
- Збільшення інвестицій в модернізацію автопарку з фокусом на екологічність та енергоефективність.
- Впровадження інноваційних проектів у сферу екології, що дозволило зменшити викиди парникових газів та обсяги використання пластикової продукції.

Аудит фінансової звітності ТОВ «Сільпо-Фуд» підтвердив її достовірність та відповідність чинним нормативно-правовим вимогам. Однак у процесі перевірки було видалено ряд недоліків у внутрішньому контролі та управлінських ризиках, які потребують удосконалення.

3. Запропоновано підвищення конкретних заходів щодо ефективності внутрішнього аудиту, а саме:

- Впровадження автоматизованих аналітичних інструментів для моніторингу фінансових показників у режимі реального часу.
- Посилення системи управління ризиками з використанням сучасних методик аудиту.
- Формування незалежного підрозділу внутрішнього аудиту для ефективного контролю фінансово-господарської діяльності.

Розроблено рекомендації щодо покращення якості аналітичного забезпечення аудиту, що включають:

- Інтеграція ERP-системи для автоматизації збору та обробки даних.
- Застосування інструментів бізнес-аналітики для аналізу тенденцій та прогнозування фінансових результатів.
- Підвищення кваліфікації персоналу шляхом навчання та впровадження нових методик аудиторної діяльності.

Акцент зроблено на екологічних ініціативах компаній, які включають:

- Роздільне збирання та переробку відходів (скла, пластику, паперу).
- Впровадження сучасних холодильних систем, що зменшують викид CO₂.
- Використання енергоефективних рішень та відмова від пластикової продукції.

При розробці удосконалень діяльності підприємства було надано низку рекомендацій, які дозволять у майбутньому підвищити ефективність внутрішнього контролю, забезпечити об'єктивну оцінку фінансово-господарської діяльності, оптимізувати витрати та підвищити фінансову стійкість компанії, посилити конкурентні позиції ТОВ «Сільпо-Фуд» на ринку ритейлу.

Загальний висновок: ТОВ «Сільпо-Фуд» демонструє стійкість і здатність адаптуватися до надзвичайних умов, зокрема кризи, викликані війною у 2022 році. Попри негативний вплив, пов'язаний зі скороченням активів, чисельності персоналу та значними витратами, підприємство змогло наростити доходи, покращити валовий прибуток і продуктивність праці. Для подальшого відновлення та стабільності необхідні додаткові зусилля, спрямовані на оптимізацію витрат та залучення інвестицій для відновлення ресурсної бази.

Дослідження методичних особливостей здійснення аудиту операцій з товарами на підприємствах роздрібної торгівлі дозволило запропонувати комплекс удосконалень для покращення процесу проведення аудиту.

1. Удосконалення процесу проведення аудиту у зв'язку зі збільшенням кількості підприємств роздрібної торгівлі, зокрема збільшення товарообороту на 19 %;
2. Приклад програми аудиту товарів, яка б могла стати загальною для проведення аудиту на всіх підприємствах роздрібної торгівлі;
3. Узагальнену методику аудиту товарів, яка визначає основні процедури аудиту на певних етапах перевірки;
4. Методику автоматизованої інвентаризації, що пришвидшує процес перевірки і зменшує кількість помилок.

Впровадження запропонованої послідовності проведення аудиту товарів на практиці дозволить аудитору здійснити якісну перевірку руху товарів у роздрібному торговельному підприємстві та надати керівництву практичні рекомендації для підвищення ефективності діяльності та зміцнення його позицій на ринку. Крім того, надані методичні рекомендації щодо аудиту товарів значно прискорять роботу аудиторської групи. Запроваджені методичні рекомендації щодо аудиту товарів значно прискорять роботу аудиторської групи та підвищують її ефективність.

Діяльність ТОВ «Сільпо-Фуд» у сфері роздрібної торгівлі вимагає впровадження нових заходів щодо аналізу та аудиту. На основі аналізу нормативно-правових актів було розподілено умови ведення торговельної діяльності на загальні та спеціальні, що дозволило врахувати специфіку функціонування компанії.

Для забезпечення позитивних фінансових результатів та стабільного функціонування підприємства в стратегічній перспективі необхідно проводити аудит торговельної діяльності, який сприятиме прийняттю ефективних управлінських рішень щодо внутрішнього та зовнішнього середовища. Аналіз структури та стану розвитку торговельної галузі України виявив позитивні тенденції, а розгалужена мережа торговельних підприємств ТОВ «Сільпо-Фуд» успішно задовольняє споживчі потреби.

Дослідження аналітично-облікової системи підприємства виявило потребу в удосконаленні аналітичного обліку шляхом запровадження системи рахунків третього та четвертого порядків для більш детального відображення доходів, витрат і фінансових результатів. Це дозволяє керівництву ТОВ «Сільпо-Фуд» отримувати комплексну інформацію для прийняття обґрунтованих рішень.

Для підвищення ефективності управління пропонується впровадження внутрішнього аудиту маркетингової діяльності. Створений алгоритм проведення аудиту, план та методика аудиторських доказів дозволяють покращити управління, аналізувати конкурентні позиції підприємства на ринку та забезпечити його розвиток.

Внутрішній аудит товарних операцій у ТОВ «Сільпо-Фуд» слід розглядати як невід'ємну частину управлінського контролю. Організація відділу внутрішнього аудиту забезпечує систематичний контроль за використанням товарних запасів, усуненням викривлення облікової інформації та виявленням резервів для підвищення ефективності діяльності.

Розроблена концептуальна модель місця внутрішнього аудиту в структурі корпоративного управління ТОВ «Сільпо-Фуд» сприяє отриманню достовірної інформації для стратегічного та оперативного управління, що є ключовим для подальшого розвитку підприємства та його конкурентоспроможності на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Акімова Н.С., Наумова Т.А. Внутрішній аудит в Україні: сутність, проблеми розвитку та шляхи їх усунення. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2012. Вип. 1(15), ч. 1. С. 121– 128, URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/17974>. (дата звернення: 10.12.2024).
2. Акімова Н.С., Наумова Т.А., Кирильєва Л.О., «Удосконалення системи інформаційного забезпечення внутрішнього аудиту товарних запасів у ритейлі». Харків, 2024р. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/54665/1/zb-npr-econ-strat-01-2024-6-18.pdf> (дата звернення: 10.12.2024).
3. Берегова А.Р., Копішинська К.О., «Впровадження еко-інновацій для забезпечення сталого розвитку підприємства», Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» Київ, 2024 р. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/746793be-15ba-4da1-b712-517f7f6c6ba7/content> (дата звернення: 16.09.2024).
4. Бudyко О.В., Хижняк І.Ю., Економічний вісник Дніпровського державного технологічного університету , «Особливості аудиту діяльності торговельного підприємства» червень 2023 р. ст. 111-115. URL: https://www.researchgate.net/publication/372026503_FEATURES_OF_THE_AUDIT_OF_THE_ACTIVITIES_OF_A_TRADING_ENTERPRISE (дата звернення: 14.07.2024).
5. Веб-портал - ЛІГА:ЗАКОН [Електронний ресурс]. Закон України № 3125-XII «Про аудиторську діяльність» від 22.04.1993 зі змінами. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/t312500?an=1&ed=2016_05_01 (дата звернення: 11.12.2024).
6. Веб-портал - ЛІГА:ЗАКОН [Електронний ресурс]. Наказ «Про затвердження національних стандартів України, зміни до національного стандарту, національної зміни до міждержавного стандарту, поновлення

чинності міждержавного стандарту та скасування нормативних документів» від 5 липня 2004 року N 130. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/fin45365?ed=2004_07_05 (дата звернення: 11.12.2024).

7. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. Відомості верховної ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144 зі змінами. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 11.12.2024).

8. Державна податкова служба України. Офіційний портал. Розділ: Питання-Відповідь: Яким чином підприємство може вважатись підприємством торгівлі або громадського харчування в розумінні п.1 ст.9 Закону України «Про застосування реєстрів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» від 31.08.2012 р. <https://tax.gov.ua/arhiv/tijden-tematicnih-konsultatsiy/tijden-tematicnih-konsultatsiy-dlya-p/informatsiyno-rozyasnyvalni-materia/pitannya-vidpovidi-/print-68237.html> (дата звернення: 11.12.2024).

9. Додонова К.С. «Управління організацією на різних стадіях її життєвого циклу». Київ, 2022 рік. URL: [http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/3131/%D0%94%D0%B E%D0%B4%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%20%D0%9A%D0%B8%D1 %80%D0%B8%D0%BB%D0%BE%20%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BD% D1%96%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D 1%87%20%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96% D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%B D%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%94%D1%8E%20%D0% BD%D0%B0%20%D1%80%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%85%20 %D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B4%D1%96%D1%8F%D1%85%20%D1%97 %D1%97%20%D0%B6%D0%B8%D1%82%D1%82%D1%94%D0%B2%D0%B E%D0%B3%D0%BE%20%D1%86%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D1%83%20\(1\).pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/3131/%D0%94%D0%B E%D0%B4%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%20%D0%9A%D0%B8%D1 %80%D0%B8%D0%BB%D0%BE%20%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BD% D1%96%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D 1%87%20%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96% D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%B D%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%94%D1%8E%20%D0% BD%D0%B0%20%D1%80%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%85%20 %D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B4%D1%96%D1%8F%D1%85%20%D1%97 %D1%97%20%D0%B6%D0%B8%D1%82%D1%82%D1%94%D0%B2%D0%B E%D0%B3%D0%BE%20%D1%86%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D1%83%20(1).pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення: 27.11.2024).

10. Жура М. К., Гавриленко Т.В., «Формування бренд-стратегії підприємств роздрібної торгівлі». Національний університет «Києво-Могилянська академія» Київ, 2023 рік. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/46097e95-41fd-45f3-b703-6bc47d8c46e8/content> (дата звернення: 27.07.2024).
11. Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» від 21.12.2017 р. 2258-VIII. [Електронний ресурс]. Відомості Верховної ради України (ВВР), 2018, № 9, ст. 50). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2258-19> (дата звернення: 03.07.2024).
12. Звіт про управління за 2023 рік складений ТОВ «Сільпо-Фуд» URL: <https://static.silpo.ua/content/2024/07/05/6687db249d826.pdf> (дата звернення: 16.09.2024).
13. І.М. Войтович, І.В. Жиглей, Стаття на тему «Методичні особливості здійснення аудиту товарів на підприємствах роздрібної торгівлі» Державний університет «Житомирська політехніка», вип. 3, 2019 р. URL: <https://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7653/4%20%D0%92%D0%BE%D0%B9%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87.pdf?sequence=1&iAllowed=y> (дата звернення: 01.12.2024).
14. Інформаційно-аналітична система YouControl. ТОВ «Сільпо-Фуд» URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/40720198/ (дата звернення: 15.09.2024).
15. Коваль С.В. Організаційно-методичні засади проведення аудиту товарів та їх реалізації в аграрних підприємствах. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2020. Вип. 4. С.169-176. URL: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/120> (дата звернення: 10.12.2024).
16. Конституція України [Електронний ресурс]. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141 зі змінами. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 11.12.2024).

17. Красіков М. «Сільпо» визнано найзбитковішим ритейлером 2022 року. URL: <https://thepage.ua/ua/news/silpo-za-2022-rik-otrimav-zbitok-u-74-mlrd-grn> (дата звернення: 16.11.2024).
18. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг: видання 2016-2017 рр. / Пер. з англ. К.: Міжнародна федерація бухгалтерів, Аудиторська палата України, 2017, ч. 1, с. 1142. URL: https://www.apu.net.ua/attachments/article/1151/2017_часть1.pdf (дата звернення: 03.07.2024).
19. Назарова К.О., Стаття на тему «Сучасний стан та проблеми аналітичного забезпечення внутрішнього аудиту на підприємствах торгівлі» Київський національний торговельно-економічний університет. Київ, 2009 р., ст.433-439 URL: <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/c45bbcb9-7599-4572-948b-3312d8dabc52/content> (дата звернення: 14.06.2024).
20. Найкращі підприємства України 2024, Веб-сайт Опендатабот - *аналітичний інструмент для оцінки реального становища та географії українського бізнесу, який базується на даних з державних реєстрів, фінансовій звітності компаній.* URL: <https://opendatabot.ua/c/index/retail%20trade> (дата звернення: 10.10.2024).
21. Орлюк Михайло Стаття «Власник мережі «Сільпо» звітує про збитки на 7,6 млрд за рік великої війни». Бізнес Цензор, 10.07.2023 р. URL: https://biz.censor.net/news/3430067/vlasnyk_mereji_silpo_zvituye_pro_zbytky_na_76_milyarda_za_rik_velykoyi_viyiny (дата звернення: 16.09.2024).
22. Офіційна сторінка ТОВ «Сільпо-Фуд». Звіт незалежного аудитора щодо окремої фінансової звітності за 2022 рік. URL: <https://static.silpo.ua/content/2023/07/05/64a56f1b2f679.pdf> (дата звернення: 13.10.2024).
23. Офіційна сторінка ТОВ «Сільпо-Фуд». Звіт незалежного аудитора щодо окремої фінансової звітності за 2023 рік. URL: <https://static.silpo.ua/content/2024/07/05/6687db84ae5d4.pdf> (дата звернення: 13.10.2024).

24. Павленко А. О., Голюк В. Я., «Удосконалення логістичної діяльності підприємства», Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» Київ, 2020 р. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/f9058112-fa7b-4003-bdd2-9936551991c7/content> (дата звернення: 10.10.2024).
25. Подмешальська Ю.В. Розробка проекту впровадження інформаційних та технологій обліку на підприємстві. Економіка і управління. Київ, 2012. № 3 (55), ст. 85–90.
26. Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення. (ДСТУ 4303-2004) чинний від 01.2005 зі змінами. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0130609-04#Text> (дата звернення: 11.12.2024).
27. Самотой Ю. С., Овчарова Н. В., Кваліфікаційна робота на тему «Облік і аудит торговельної діяльності», Сумський державний університет, Суми, 2021 р. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/84759/1/Samotoy_bac_rob.pdf (дата звернення: 01.12.2024).
28. Соболева Є.А., Нетудихата К.Л., «Управління конкурентноспроможністю підприємства торговельної галузі», Миколаїв 2024р. URL: <https://krs.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3449/1/%d0%a1%d0%9e%d0%91%d0%9e%d0%9b%d0%84%d0%92%d0%90%20%d0%91%d0%90%d0%9a%d0%90%d0%9b%d0%90%d0%92%d0%a0%d0%a1%d0%ac%d0%9a%d0%90%20%d0%a0%d0%9e%d0%91%d0%9e%d0%a2%d0%90.pdf> (дата звернення: 16.11.2024).
29. Твердун С.О «Організація та методика аудиту та аналізу діяльності підприємств сфери торгівлі», м. Ірпінь, 2024 р. URL: <https://ir.dpu.edu.ua/items/086e0a09-557f-4665-a399-a403f4ae1fd8> (дата звернення: 12.07.2024).
30. Хунг Н. М., Щирба М. Т. Тернопільський національний економічний

університет, Факультет обліку і аудиту: «Аналіз і аудит фінансової звітності підприємства», Тернопіль, 2017 р. ст. 104 - 106 URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/16516/1/%D0%9D%D0%B3%D1%83%D1%94%D0%BD%20%D0%9C%D0%B0%D0%BD%D1%8C%20%D0%A5%D1%83%D0%BD%D0%B3.pdf> (дата звернення: 11.12.2024).

31. Федулова Л.І., Давимука С.А., Попадинець Н.М., Яцишина К. В., Присяжнюк А. Ю. «Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні». Львів 2016р. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Davymuka_Stepan/Innovatsiinyi_rozvytok_pidpryemstv_sfery_torhivli_svitovi_tendentsii_ta_praktyka_v_Ukraini.pdf (дата звернення: 12.07.2024).

32. Чміль Г.,Верзілова Г. «Теоретичні аспекти організації аудиту маркетингу на торговельному підприємстві», Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації Міжнародний науковий журнал. Випуск 1,Харків 2020 р. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/6935/1/450-968-1-PB.pdf> (дата звернення: 12.07.2024).