

ОБЛІК І ФІНАНСИ

УДК 657.6:615

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ТОВАРНИХ ЗАПАСІВ У РИТЕЙЛІ

Н.С. Акімова, Т.А. Наумова, Л.О. Кирильєва

У статті розглянуто підходи до формування системи інформаційного забезпечення внутрішнього аудиту товарних запасів у ритейлі. Визначено, що провідне місце в структурі організації внутрішнього аудиту товарних запасів ритейлу належить раціональній побудові його апарату та оптимальному застосуванню його організаційних форм. Доведено необхідність створення служби внутрішнього аудиту у мережевому ритейлі. Розроблено концептуальну модель внутрішнього аудиту в структурі інформаційного сервісу ритейлу.

Ключові слова: роздрібна торгівля, товарні запаси, мережевий ритейл, внутрішній аудит, модель.

IMPROVEMENT OF THE INTERNAL AUDIT INFORMATION SYSTEM INVENTORY IN RETAIL

N. Akimova, T. Naumova, L. Kyrilieva

The article considers approaches to the formation of a system of information support for internal audit of inventories in retail. The process of ensuring internal audit in the network retail is researched, taking into account the peculiarities of the development of its activities. It is determined that the leading place in the structure of the organization of internal audit of retail inventories belongs to the rational construction of its apparatus and the optimal use of its organizational forms. The absence of an independent internal audit department in the network retail leads to an incorrect determination by the accounting service of the financial result of the activities of individual retail units. The article proves the need to create an internal audit service in the network retail, which is necessary to identify internal reserves of retail, determine the priority directions of its development, risk assessment, and management based on the use of the knowledge and experience of its specialists, which ensures an increase in the financial stability and competitiveness of network retail. In accordance with the identified priorities of internal audit in the field of network retail, the components of its conceptual model and interrelationships with such elements of the information service of enterprises as accounting and financial services are allocated, which contributed to the development of practical recommendations for determining the level of organization of the internal audit

system in accordance with the types of network retail. A conceptual model of internal audit in the structure of the retail information service is proposed. In the proposed model, the management audit functions are assigned to the accounting staff, which is responsible for recording and controlling business transactions at the place of their implementation, in fact, in the segments. The information generated by the management audit system is processed by the financial audit system, which provides information support for the financial department. Based on the recommendations and conclusions of the internal audit system, the financial department prepares cash flow budgets by segments and organizes management impact to improve the quality of services and maintenance in the retail chain.

Keywords: retail, inventory, retail chain, internal audit, model.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Важливою формою товарного обігу, що забезпечує населення країни товарами і послугами, є роздрібна торгівля, темпи росту якої останніми роками випереджали темпи росту валового внутрішнього продукту та реальних доходів населення. Враховуючи зростання частки товарних запасів у загальній структурі активів підприємства, слід погодитися з тим, що контроль за використанням цього виду активів є досить важливим питанням для підприємців, бухгалтерів та аудиторів. Отже, особливого значення набуває така форма контролю, як внутрішній аудит. Актуальним напрямом досліджень є удосконалення системи інформаційного забезпечення внутрішнього аудиту товарних запасів у ритейлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання організації внутрішнього аудиту на підприємствах роздрібної торгівлі неодноразово розглядали у своїх працях такі вітчизняні вчені, як Н.С. Акімова [4], О.О. Довжик [6], Є.Ю. Дермельова [6], А.І. Кашперська [2], С.В. Коваль [5], Т.А. Наумова [2, 4], О.С. Петрицька [1], Б. Цурська [8], М.Т. Шендригоренко [7]. Однак, організаційно-методичні аспекти інформаційного забезпечення внутрішнього аудиту товарних запасів у ритейлі залишаються маловивченими. Актуальність обраної теми та необхідність удосконалення системи інформаційного забезпечення внутрішнього аудиту товарних запасів у ритейлі зумовили спрямованість дослідження та його завдання.

Метою статті є узагальнення теоретичних основ і практичних аспектів управління товарними запасами у ритейлі та удосконалення системи інформаційного забезпечення внутрішнього аудиту товарних запасів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В даний час внутрішній аудит широко поширений у різних сферах економічної діяльності, так як велика організація вважає за краще мати власний

структурний підрозділ, основні обов'язки якого пов'язані з внутрішнім аудитом, ніж користуватися консалтинговими послугами або залучати фахівців зовнішнього аудиту на аутсорсингу для виконання ідентичних завдань. В Україні нині зростає інтерес до внутрішнього аудиту у всіх сферах діяльності, в тому числі і в мережевій торгівлі.

Внутрішній аудит покликаний вирішувати дві задачі. Це оцінка ефективності системи внутрішнього контролю мережевого ритейлу та проведення внутрішніх аудиторських перевірок. Внутрішній аудит може бути у різному взаємозв'язку з внутрішнім контролем для підприємства. З одного боку, це незалежний механізм, який має оцінювати та впливати на розвиток системи внутрішнього контролю. З іншого боку, внутрішній аудит – це частина системи внутрішнього контролю для підприємства, оскільки проведення контрольних заходів – це одна з основних функцій цього виду діяльності. Основні цілі внутрішнього аудиту дозволяють у різних галузях господарства підвищувати ефективність діяльності економічних суб'єктів. Впровадження у систему управління такого механізму як внутрішній аудит дозволить підвищити ефективність діяльності мережевого ритейлу.

Петрицька О.С. вважає, що «внутрішній аудит є невід'ємною складовою системи управління підприємством, яка покликана попередити на підприємстві факти шахрайства персоналу, забезпечити збереження активів, здійснити внутрішній консалтинг тощо. Основною метою впровадження внутрішнього аудиту на підприємстві є отримання незалежної достовірної оцінки його фінансово-господарської діяльності задля встановлення фактів порушень, виявлення резервів поліпшення підприємства» [1, с. 358]. Н.Б. Кашена, Т.А. Наумова, А.І. Кашперська надають наступне визначення внутрішньому аудиту: «одна з функцій управління, розроблена система контрольних процедур з поточного та подальшого контролю бізнес процесів, що здійснюється працівниками спеціалізованого структурного підрозділу компанії» [2, с. 37]. «Основною метою впровадження внутрішнього аудиту на підприємстві є отримання незалежної достовірної оцінки його фінансово-господарської діяльності задля встановлення фактів порушень, виявлення резервів поліпшення підприємства» [1, с. 358].

Ефективна система внутрішнього аудиту дозволить вирішити спектр різних питань у галузі управління бізнес-процесами та ризиками. Отже, формування системи внутрішнього аудиту у сфері мережевої торгівлі, дозволить підвищити ефективність використання коштів, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності, нівелюватиме ризики при досягненні цільових показників.

Оскільки основним завданням торгівлі є організація розподілу та руху товарів зі сфери виробництва у сферу споживання, очевидно, що при організації внутрішнього контролю, слід акцентувати увагу на правильній організації обліку, що дозволяє своєчасно отримувати таку інформацію: про хід надходження товарів; про виконання договірних зобов'язань постачальниками та одержувачами продукції; про стан товарних запасів, відвантаження та реалізації цінностей, контроль за їх безпекою. У процесі здійснення перерахованих вище операцій підприємства мережевої торгівлі можуть зіткнутися з такими господарськими ризиками, як: ризик невиконання договірних зобов'язань зі сторони комерційних партнерів, щодо не виконання ними зобов'язань або їх неплатоспроможністю; економічний ризик, який виникає при порушенні економічної діяльності мережевого ритейлу і призводить до не досягнення запланованих економічних показників; ціновий ризик, який пов'язаний з підвищенням цін з боку виробників товарів; маркетинговий ризик, ризик вибору хибної стратегії поведінки мережевої торгівлі над ринком, який пов'язаний з помилками у виборі асортименту, неправильної оцінка конкурентів тощо; ризик неплатоспроможності; ризик втрати товарів у магазинах, пов'язаний з розкраданнями із боку покупців, ризик втрати товарів унаслідок порушення термінів та умов зберігання.

Для раціонального та ефективного ведення фінансово-господарської діяльності мережевого ритейлу та для своєчасного та правильного прийняття управлінських рішень, система внутрішнього аудиту повинна складатися із сукупності організаційних заходів, методики та процедур контролю. Саме такий внутрішній аудит сприятиме здійсненню грамотного та ефективного ведення бізнесу, дотриманню чинного законодавства, розробці та впровадженню дієвих заходів щодо захисту та збереження активів, методів мінімізації підприємницьких ризиків, формуванню та виконанню бюджетів та прогнозів економічних показників роботи мережевого ритейлу. Впровадження системи внутрішнього аудиту до системи управління вимагає висококваліфікованого підходу і має охоплювати всі сторони фінансово-господарську діяльність економічного суб'єкта, і навіть детального розгляду різних напрямів цієї системи. «Аудитор повинен планувати свою роботу так, щоб ефективно провести аудиторську перевірку. Планування має ґрунтуватися на попередньому вивченні особливостей бізнесу клієнта. Планування аудиторської перевірки регламентується Міжнародним стандартом аудиту 300 «Планування». Планування означає розробку загальної стратегії та детального підходу до очікуваного характеру, часу та обсягу аудиту» [2, с. 38].

Для формування правильної стратегії аудиторської перевірки та виділенні усіх факторів впливу на кінцеве рішення аудитора щодо результатів перевірки необхідно скласти детальний план ще до початка своєї роботи. Це необхідно для зниження потенційних ризиків та ранжуванні важливості бізнес-процесів у ритейлі. Заздалегідь проведення внутрішнього аудиту товарних запасів входить до компетенції аудиторів, які є штатними працівниками мережевого ритейлу. Якщо у ритейлі немає окремо виділеного підрозділу внутрішнього аудиту та відповідно аудиторів, які працюють згідно до штатного розкладу, виконання процедур внутрішнього аудиту можна доручити іншим службам внутрішнього контролю чи доручити виконувати ці завдання штатним працівникам аудиторських фірм на підставі заключення договорів на проведення перевірки. Структура організації внутрішнього аудиту товарних запасів у ритейлі базується на раціональній побудові його апарату. Ми вважаємо, що в залежності від архітекtonіки служби внутрішнього аудиту та відповідно від розподілу самої праці штатних співробітників слід розрізняти централізовану та децентралізовану її форми (рис.1).

Централізована архітекtonіка організації внутрішнього аудиту передбачає наявність штатних внутрішніх аудиторів у складі облікової служби (бухгалтерії) і відповідно на адміністративному і методологічному рівні підлеглість встановлюються до головного бухгалтера. Децентралізована архітекtonіка передбачає підлеглість аудиторів окремому структурному підрозділу – службі внутрішнього аудиту ритейлу, керівник якої напряду підпорядковується керівнику мережевого ритейлу. Усі виявлені у ході перевірки відхилення, що не потребують усунень та коректувань усувають під час її проведення. Звіт аудитор складає самостійно і візує особисто. Звіт формується на підставі усіх фактів порушень, виявлених у ході перевірки, а висновки узагальнюють найсуттєвіші факти та порушення. Формуючи висновки, аудитор повинен робити посилання на конкретні листи звіту, який він готує для керівництва(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.

Узагальнені результати перевірки товарних запасів внутрішніми аудиторами не можуть вважатися реалізованими, поки не закінчиться службове розслідування та будуть впроваджені усі внутрішні регламенти щодо усунення виявлених відхилень та порушень відображення в обліку наявності та руху товарних запасів за асортиментними групами, які впроваджені у ритейлі.

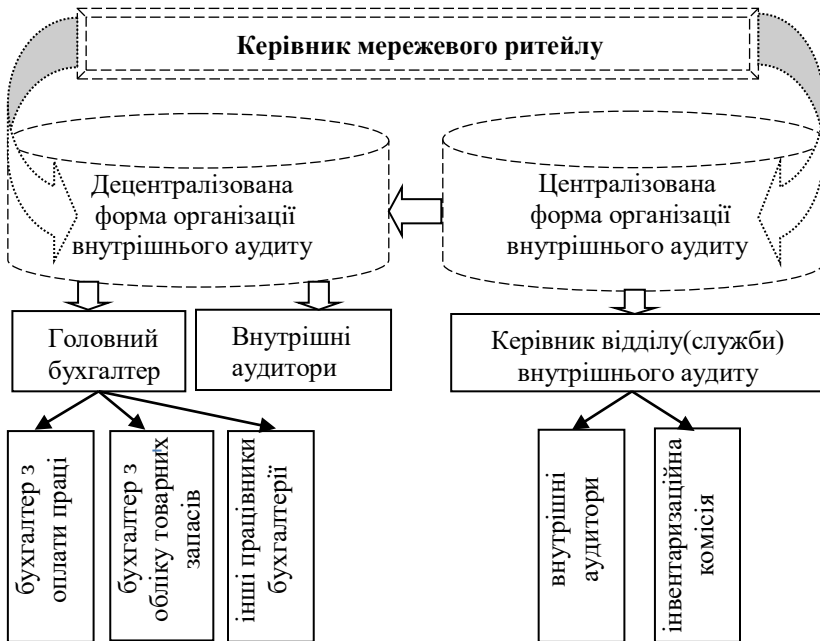


Рис.1. Запропоновані форми організації внутрішнього аудиту у ритейлі,
складено за даними [3]

У своїх попередніх дослідженнях на підставі здійсненого моніторингу існуючих концепцій розвитку внутрішнього аудиту, ми дійшли висновку, що внутрішній аудит – це фундамент системи управління підприємством у цілому. «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» [4, с. 123]. «Найбільше значення мають програмні й хмарні технології; методи обліку й обліково-фінансової 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» [5, с. 172].

На нашу думку, внутрішній аудит товарних операцій мережевого ритейлу – це самостійний підрозділ управлінського апарату ритейлу, задля оперативного та системного забезпечення керівництва щодо цільового використання товарних запасів в мережі ритейлу шляхом організації незалежного контролю та розробки рекомендацій щодо усунення викривлень облікової інформації.

У зв'язку з тим, що український мережевий ритейл має складну організаційно-правову структуру та ті, що пов'язані із контрагентами та постачальниками, наприклад: об'єднані групи, де має місце контроль однієї юридичної особи над іншими (прикладом серед аналізованих підприємств можна вважати ТОВ «Сільпо-ФУД», ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», оскільки мережевий ритейл має у своїй структурній побудові окрім торговельних як виробничі, так і логістичні, маркетингові, та інші види функціональних підрозділів). Тому створення служби внутрішнього аудиту є першочерговим завданням українського ритейлу. При цьому підрозділ внутрішнього аудиту ритейлу не замінює собою незалежний аудит, внутрішній контроль, маркетингову службу, службу безпеки, бухгалтерію чи фінансовий відділ, а навпаки він тісно співпрацює з ними. Реалії сучасної економіки, наростаюча конкурентна боротьба у сфері роздрібної торгівлі висувають особливі вимоги до прийняття управлінських рішень із завоювання переважної конкурентної позиції над ринком. Логіка подібних рішень має перш за все базуватися на стратегічному мисленні, в основі якого лежить глибоке вивчення потенційних споживачів та їх переваг. Аналіз публікацій показав, що дослідники конкуренції у сфері роздрібної торгівлі сходяться у єдиній думці – споживчі переваги є визначальним критерієм оцінки конкурентоспроможності і сенсом існування будь-якої торгової організації [6, с. 415; 7, с. 725]. Звідси виникає необхідність

проведення регулярного – моніторингу за поведінкою та уподобаннями покупців. Ця функція має бути покладена саме на службу внутрішнього аудиту.

Останнім часом як термін, що означає моніторинг переваг споживачів на ринку, все частіше використовується поняття ритейл-аудиту. Найбільш поширене визначення ритейл-аудиту, що зустрічається на сайтах практично всіх компаній, що займаються маркетинговими дослідженнями, звучить як моніторинг змін різних параметрів товару таких як ціна, асортимент, представленість у торгових точках, обсяги продажів. Однак єдиної думки у визначенні, так само як і в методах та засобах ритейл-аудиту, нами не було встановлено. Дане визначення відсутнє навіть у економічному та тлумачному словниках з маркетингу та комерції. Проаналізуємо лексичну семантику терміну «ритейл-аудит». Під ритейлом (англ. retail) у буквальному перекладі мається на увазі роздрібний продаж, роздріб. «Для іноземного (зокрема, американського) бізнесу поняття «retail» означає також й інші види продажів кінцевому споживачу. Так, наприклад, у Сполучених Штатах кофейні та фаст-фуди також належать до сегменту ринку ритейлу. Проте, з позицій українського роздрібного ринку при вживанні терміну «ритейл» маємо на увазі саме «роздрібну торгівлю»» [8, с. 151].

На підставі цього під ритейл-аудитом з погляду економіки будемо мати на увазі комплексне вивчення (аналіз) товарів, торгових послуг та роботи торгових підприємств, засноване на споживчих перевагах та оцінках експертів з використанням методів маркетингових досліджень.

Оцінку конкурентної позиції гравця ринку торгових послуг за технологією «ритейл-аудит» пропонується проводити в наступній послідовності:

1. Аналіз переваг споживачів торгових послуг (покупців) під час виборів торгової мережі (магазину, торгової точки); на даному етапі передбачається вивчення споживчих переваг з погляду задоволеності якістю послуг, продукції, асортиментом, зовнішнім видом, наявністю під'їзних шляхів та зручністю паркувань, місця розташування, ціновою політикою тощо;

2. Аналіз продукції, що реалізується підприємством торгових послуг) – виявляються основні характеристики товару, основою яких є, насамперед, якість представленої продукції.

3. Висновок про рівень конкурентної позиції підприємства торгових послуг.

Торговельна мережа може мати чудові просторі магазину з навченим і компетентним персоналом, проводити гнучку цінову політику, але якщо через цю мережу реалізуватиметься неякісна продукція, що не користується попитом у споживача, то таке підприємство приречене на банкрутство.

Наступним важливим етапом аналізу технології ритейл-аудиту є розробка механізму оцінки конкурентної позиції. Аналіз змісту облікової політики підприємств мережевого ритейлу свідчить про те, що в більшості мережевого ритейлу ТОВ «Сільпо-ФУД», ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», ТОВ «Фора» функціональні обов'язки внутрішнього аудиту покладається на головного бухгалтера або керівників відповідних підрозділів, які у свою чергу є матеріально-відповідальними особами. Така практика заздалегідь не відповідає вимогам системи управління мережевого ритейлу та не сприяє створенню умов для проведення об'єктивного внутрішнього контролю над формуванням фінансових результатів та підготовкою звітності ритейлу. Практика показує, що відсутність окремого відділу внутрішнього аудиту призводить до невірної визначення обліковим апаратом фінансового результату діяльності у мережі ритейлу. Це впливає на рівень ризику щодо розподілу грошових потоків фінансовим відділом ритейлу. Тому відповідно до визначених привілеїв наявності служби внутрішнього аудиту у мережі ритейлу було розроблено та представлено концептуальну модель внутрішнього аудиту в структурі інформаційного сервісу ритейлу (рис. 2.).

В архітектоніці запропонованої моделі обліковий персонал бере на себе функції управлінського аудиту, тобто контрольну функцію, яка направлена на фіксацію господарських операцій локально (в мережі ритейлу). Інформаційні потоки, сформовані в сервісній системі управлінського аудиту проходять через систему фінансового аудиту, що забезпечує інформаційну підтримку для виконання завдань фінансового відділу. Узагальнена інформація служби внутрішнього аудиту є підставою для формування бюджетів грошових потоків у мережі ритейлу фінансовим відділом.

Отже, впровадження в практику діяльності мережевого ритейлу організаційних аспектів удосконалення системи інформаційного забезпечення внутрішнього аудиту товарних запасів значно підвищить ефективність діяльності ритейлу, дозволить отримувати достовірну і об'єктивну інформацію, що в цілому позитивно вплине на стан облікового забезпечення підприємств роздрібною торгівлі.

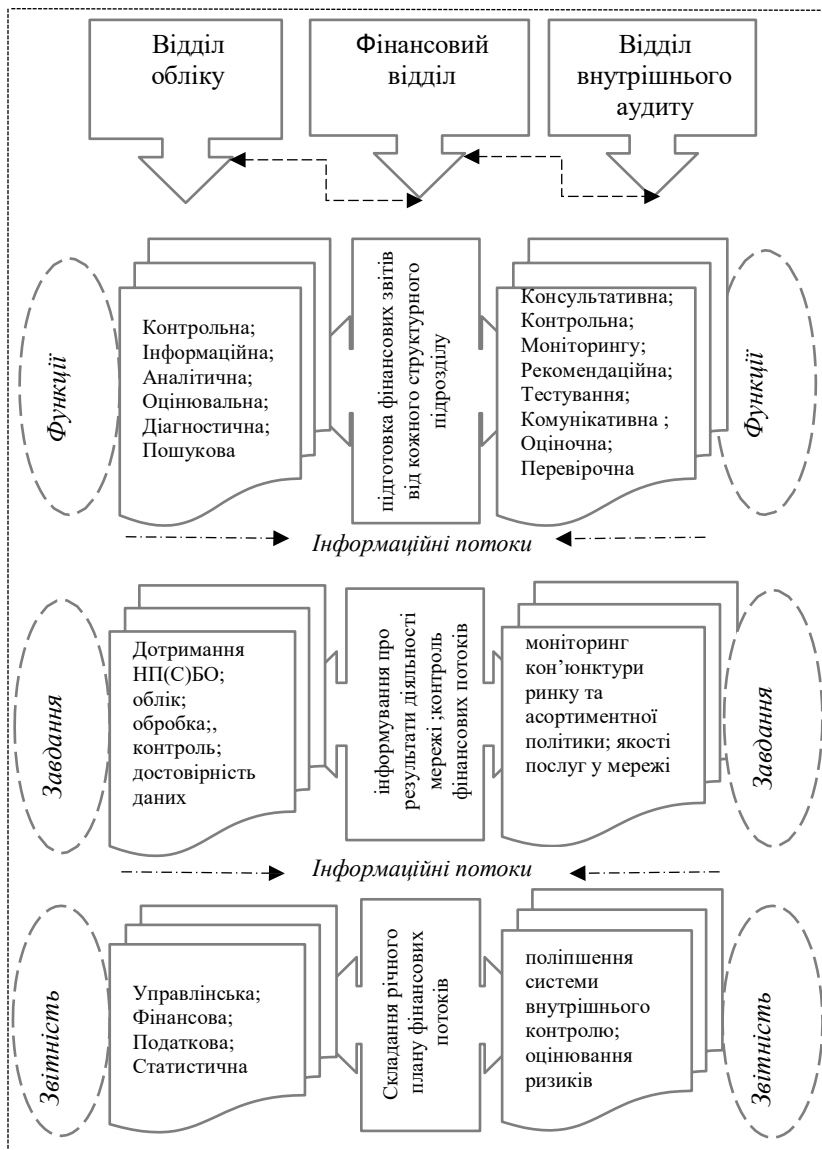


Рис. 3. Концептуальна модель внутрішнього аудиту в структурі інформаційного сервісу ритейлу, авторська розробка

Висновки. Процес проведення внутрішнього аудиту на підприємстві, як в Україні, так і в зарубіжних країнах спрямований на досягнення достовірності облікової інформації та правильності відображення внутрішніх процесів, що відбуваються в організації.

Внутрішній аудит товарних операцій мережевого ритейлу – це самостійний підрозділ управлінського апарату ритейлу, задля оперативного та системного забезпечення керівництва щодо цільового використання товарних запасів в мережі ритейлу шляхом організації незалежного контролю та розробки рекомендацій щодо усунення викривлень облікової інформації. З цього погляду оптимальним видається створення відділу внутрішнього аудиту, організація якого забезпечить впевненість власників компанії у тому, що вирішення поставлених виробничих завдань здійснюється на професійному рівні, якісно та ефективно. Ключова функція служби внутрішнього аудиту полягає у розробці та поданні не тільки пропозицій щодо ліквідації виявлених порушень, але й рекомендацій щодо підвищення ефективності управління, виявлення резервів розвитку, а також у консультативній підтримці керівництва мережевого ритейлу.

Результати дослідження свідчать про практичну необхідність внутрішнього аудиту як одного з інструментів внутрішнього контролю та підтверджують, що ця система сприяє отриманню найбільш дійсної та достовірної економічної інформації для вищої ланки управління про поточний стан бізнес-процесів.

Розроблена нами концептуальна модель визначає місце внутрішнього аудиту у структурі інформаційного сервісу ритейлу та взагалі у системі корпоративного управління організації.

Список джерел інформації / References

1. Петрицька О. С. Організація внутрішнього аудиту на підприємствах. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 5(16). С. 356–359. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-5-61>.

Petryczka, O. (2019). Organizaciya vnutrishnogo audytu na pidpryyemstvakh [Organization of internal audit at enterprises]. *Pryazovskyy ekonomichnyy visnyk*, 5(16), 356-359. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-5-61> [in Ukrainian].

2. Кащена Н. Б., Наумова Т. А., Кашперська А. І. Аудит: навч. посібник для студ. екон. спец. Вид. доп. та переробл. Харків: ДБТУ, 2023. 259 с. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/42690/1/NP_audit_23.pdf.

Kashhena, N., Naumova, T., Kashperska, A. (2023). *Audyt [Audit]*. Kharkiv: DBTU. Retrieved from https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/42690/1/NP_audit_23.pdf [in Ukrainian].

3. Що таке ритейл: функції, типи та роль у світовій економіці. URL: <https://mc.today/uk/shho-take-ritejl/>.

Shho take rytej: funkciyi, typu ta rol u svitovij ekonomici [What is retail: functions, types and role in the world economy]. Retrieved from <https://mc.today/uk/shho-take-ritejl/> [in Ukrainian].

4. 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>.

Akimova, N., Naumova, T. (2012). Vnutrishnij audyt v Ukraini: sutnist, problemy rozvytku ta shlyahy yih usunennya [Internal audit in Ukraine: essence, problems of development and ways to eliminate them]. *Ekonomichna strategiya i perspektivy rozvytku sfery torgivli ta poslug, 1(15), 1*, 121-128. Retrieved from <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/17974> [in Ukrainian].

5. 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: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.21>

Koval` S.V.(2020) Organizacijno-metody`chni zasady provedennya audy`tu tovariv ta yix realizaciyi v agrarny`x pidpry`emstvax [Organizational and Methodological Bases for Conducting an Audit of Goods and Their Sales in Agricultural Enterprises]. *Tavrijs`kyj naukovy`j visnyk. Seriya: Ekonomika. Vy`p. 4*. 169-176. URL: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.21> [in Ukrainian].

6. Довжик О.О., ДERMельова С.Ю. Особливості проведення аудиту товарів. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 24. С.412-416. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/24_2018_ukr/71.pdf

Dovzhyk`k O.O., DERMel`ova Ye.Yu. (2018). Osoblyv`osti provedennya audy`tu tovariv [Features of the goods audit]. *Infrastruktura rynku. Vy`p. 24*. 412-416. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/24_2018_ukr/71.pdf [in Ukrainian].

7. Шендригоренко М.Т. Товари як об'єкт обліку та внутрішнього аудиту на підприємств. *Економіка і суспільство*. 2017. С.722-726. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/12_ukr/121.pdf

Shendry`gorenko M.T.(2017). Tovary` yak ob`yekt obliku ta vnutrishn`ogo audy`tu na pidpry`emstv [Goods as an object of accounting and internal audit at enterprises]. *Ekonomika i suspil`stvo* .722-726. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/12_ukr/121.pdf [in Ukrainian].

8. Цурська Богдана. Зміни формату підприємств ритейлу під впливом факторів макро-маркетингового середовища. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 6. Том 2. С.150-159. DOI: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(2\)-27](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-27)

Czurs`ka Bogdana.(2022). Zminy` formatu pidpry`emstv ry`tejlju pid vplyv`om faktoriv makro-markety`ngovogo seredovy`shha [Changes in the format of retail enterprises under the influence of macro-marketing environment factors]. *Visnyk`k Xmel`ny`cz`kogo nacional`nogo univerty`tetu. 6. Tom 2*. 150-159. DOI: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(2\)-27](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-27) [in Ukrainian].

Акімова Наталія Сергіївна, канд. екон. наук, професор, кафедра обліку, аудиту та оподаткування. Державний біотехнологічний університет. E-mail: akimovans@ukr.net

Akimova Nataliia, PhD in Economics, Professor, Department of accounting auditing and taxation, Kharkiv State Biotechnological University. E-mail: akimovans@ukr.net

Наумова Тетяна Анатоліївна, канд. екон. наук, доц., кафедра обліку, аудиту та оподаткування. Державний біотехнологічний університет. E-mail: naumsirik5@gmail.com.

Naumova Tatiana, PhD in Economics, Assoc. Prof., Department of accounting auditing and taxation, Kharkiv State Biotechnological University. E-mail: naumsirik5@gmail.com.

Кирильєва Людмила Олексіївна, канд. екон. наук, доц., кафедра обліку, аудиту та оподаткування. Державний біотехнологічний університет. E-mail: kirilieva@ukr.net

Kyrylieva Ludmila, PhD in Economics, Assoc. Prof., Department of accounting auditing and taxation, Kharkiv State Biotechnological University. E-mail: kirilieva@ukr.net

УДК 657.375.3/6

РОЗВИТОК МЕТОДИЧИХ АСПЕКТІВ ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ: ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ

О.О. Нестеренко, Л.В. Митрофанова, А.Ю. Кизим

У статті визначено розробку методичних рекомендацій щодо покращення процесу формування інтегрованої звітності в Україні на основі імплементації європейського досвіду. Розроблено шляхи вдосконалення методичних аспектів формування інтегрованої звітності, а саме: створення системи менеджменту, удосконалення нормативно-правового середовища, оптимізація взаємодії зі стейкхолдерами, упровадження і використання сучасних інформаційних технологій у процесах складання, аналізу і моніторингу інтегрованої звітності.

Ключові слова: *інтегрована звітність, європейський досвід, капітал, бізнес-модель, стейкхолдери, методичні аспекти, стандарти.*