

а потім як наслідок, навчитися підтримувати сервіс на пристойному рівні і працювати над лояльністю [2].

Таким чином, конкурентоспроможність готельних послуг необхідно оцінювати за допомогою показників: якості послуги, маркетингових та економічних. І не слід забувати за програми лояльності споживачів готельних послуг.

Розробляючи конкурентну стратегію, кожному готельному підприємству слід зробити вибір в бік широкої або вузької спеціалізації.

Для об'єктивної оцінки конкурентоспроможності готельного підприємства необхідно вибирати об'єкти для порівняння, орієнтовані на подібні категорії споживачів, що працюють в ідентичному або близькому ціновому сегменті.

У ринковому середовищі визначення рівня конкурентоспроможності має ґрунтуватися на обліку думок споживачів. Тому, що особливості ринку готельних послуг, специфіка готельного продукту, вимоги та переваги споживачів готельних продуктів визначають специфічні особливості маркетингової діяльності в готельній галузі.

### **Список використаних джерел**

1. Лебедь О. Л. Управление конкурентоспособностью гостиничного предприятия: теория и практика // Вестник Алматинского технологического университета. 2013. № 4. С. 65-68.

2. 5 способів улучити гостин ницу или отель. URL: <https://hotelier.pro/use/item/3359-novotouch/>.

*Потапова Марина Юрійвна,  
кандидат економічних наук, доцент,  
кафедра статистики,  
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

## **СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄС**

Безсумнівним чинником економічного зростання, досягти якого прагне кожна країна, є зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД). Висвітленню місця та ролі регіону у системі ЗЕД, економіко-правовим питанням присвячено праці ряду науковців: Козак Ю. Г., Притули Н.В., Єрмакової О. А., Уханової І. О., Сулим О. В. та ін. На їх думку, в Україні формування регіону як самостійного учасника конкурентних відносин на національному і світовому рівнях знаходиться на початковому етапі [1, с. 36].

Політичні події, які посилили зміну пріоритетів України в налагодженні і розвитку зовнішньоторговельних відносин, стали викликом для економіки держави. Такий могутній гравець на міжнародній арені як Європейський Союз є бажаним економічним партнером для кожної країни світу. Для нашої держави, яка має тверді наміри щодо інтеграції у європейське співтовариство, цінність співробітництва з ЄС тільки зростає. Саме цей могутній союз – ключовий експортний ринок для України та важливий постачальник імпорту в країну [2, с. 51].

Якщо в 2016 році ЄС був важливим партнером України в експорті товарів (37,1% від загального по країні обсягу експорту), то в 2018 році наведена частка зросла до 42,6%. Розглядаючи динаміку зовнішньої торгівлі товарами України з країнами ЄС за 2016-2017 рр., слід відмітити таких найголовніших країн-партнерів у експорті:

- Польща (16,3% від підсумку за всіма країнами ЄС у 2016 році і 15,5% у 2017 р.);
- Італія (відповідно, 14,3% та 14,1%);
- Німеччина (10,5% та 10%);
- Угорщина (7,8% та 7,6%);
- Нідерланди (7,4% та 9,6%).

Щодо основних країн-партнерів у імпорті товарів, то слід відмітити за цей період:

- Німеччину (25,2% від загального обсягу усіх країн ЄС у 2016 р. і 26,2% у 2017 р.);
- Польщу (відповідно, 15,7% та 16,6%);
- Францію (8,9% та 7,5%);
- Італію (8,0% та 7,8%);
- Угорщину (4,7% та 5,5%).

Слід зазначити, що в 2018 році не відбулося значних змін у складі головних країн-партнерів ЄС як в імпорті, так і в експорті. Лідерами щодо експорту є Польща (16,1% від підсумку за всіма країнами ЄС), Італія (13,0%) та Німеччина (11,0%). Основними країнами-партнерами в імпорті залишаються Німеччина (25,8% від підсумку за всіма країнами ЄС), Польща (15,7%) та Італія (8,8%).

У 2018 році порівняно з 2016 роком відбулися деякі позитивні структурні зрушення. Так, зросла частка таких країн-партнерів України в експорті товарів як Бельгія (на 1,1 п.п.) та Словаччина (на 0,8 п.п.). Щодо партнерства в імпорті товарів, то за цей період збільшилися частки Італії та Литви (на 0,9 п.п. кожної). Такі країни Європейського Союзу як Кіпр, Люксембург, Мальта і Хорватія залишаються незначними партнерами України в експорті та імпорті товарів.

Потенціал зовнішньоторговельних відносин України з країнами ЄС слід реалізовувати ефективніше. Це стане важливим поштовхом до економічного зростання нашої країни.

### **Список використаних джерел**

1. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство – регіон: моногр. / Ю. Г. Козак, Н. В. Притула, О. А. Єрмакова та ін. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 240 с.
2. Ярош-Дмитренко Л. О. Зовнішньоторговельні відносини України з країнами Євросоюзу у контексті інтеграції до європейського економічного простору // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. № 25. С. 48-52. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5264>.
3. Співробітництво між Україною та країнами ЄС у 2018 році. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/06/zb\\_ES\\_18.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/06/zb_ES_18.pdf)
4. Співробітництво між Україною та країнами ЄС у 2017 році. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/06/zb\\_ES\\_2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_ES_2017.pdf)

5. Співробітництво між Україною та країнами ЄС у 2016 році. Київ: ДССУ, 2017. 187 с.

*Приймак Олександр Олександрович,  
магістрант,  
спеціальність «Облік і оподаткування»;  
науковий керівник:*

*Щирська Ольга Василівна,  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри аудиту і підприємництва;  
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ І МЕТОДИКА ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Розвиток економіки України вимагає результативних змін в діяльності підприємств, трансформацію системи управління комерційними організаціями. Також потребують змін і цілі підприємництва та способи їх досягнення.

Функціонування підприємств в теперішніх ринкових умовах супроводжується різними ризиками, які загострюються зростанням тінізації, рейдерством в економічному середовищі. Перед керівництвом підприємств постають задачі прогнозування, оцінки ризиків і створення ефективної системи управління бізнесом. В цих умовах зростає роль системи внутрішнього кваліфікованого контролю – аудиту.

Одночасно з цим набули актуальності запитання визначення терміну внутрішнього аудиту, його функцій, об'єктів, мети, завдань та способів проведення на підприємствах та організаціях приватного сектору. Навіть у класифікаторі професій професія «внутрішній аудитор» не згадується, і не передбачена. Сьогодні, нормативні засади внутрішнього аудиту чітко прописані лише в державному та фінансовому секторах економіки (Положення про особливості організації та проведення внутрішнього аудиту (контролю) у фінансових установах, що здійснюють професійну діяльність на фондовому ринку НКЦПФР, від 19.07.2012 № 996. Редакція від 17.06.2014; Постанова Кабінету міністрів України від 28.09. 2011 р. N 1001, редакція від 27.12.2018 Деякі питання здійснення внутрішнього аудиту та утворення підрозділів внутрішнього аудиту; Наказ Кабінету Міністрів України від 29.09.2011 N 1217, редакція від 13.10.2017 Про затвердження Кодексу етики працівників підрозділу внутрішнього аудиту; Наказ Кабінету міністрів України від 04.10.2011 N 1247, редакція від 13.10.2017 Про затвердження Стандартів внутрішнього аудиту).

Внутрішній аудит для великих та середніх підприємств може забезпечити економію коштів та часу на проведення зовнішнього аудиту. Для розуміння, яким чином це можливе, необхідно чітко уявляти відмінності між зовнішнім та внутрішнім аудитом. Порівняльна характеристика внутрішнього та зовнішнього аудиту запропонована С. Дудкою [1], зважаючи на реалії сьогодення потребує суттєвого корегування та уточнень: