

Таким чином, вирішення екологічних проблем вітчизняних регіонів потребує не лише здійснення поступового переходу від традиційних засобів встановлення обмежень впливу на навколишнє середовище, а й активного використання інструментів екологічного маркетингу. Компенсувати брак досвіду з цього питання можливо за рахунок використання зовнішнього консультування, вивчення закордонного досвіду та його адаптації до умов української економіки, шляхом розвитку системи екологічної освіти.

РІЗНИК М.В., студент, м. Харків, ХНУМГ ім. О.М. Бекетова

ЄСІНА В.О., канд.екон.наук, доцент, ХНУМГ ім. О.М. Бекетова

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ ПРИ ОЦІНЦІ ПРИВАБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ

Інфраструктура готельного ринку України сьогодні не задовольняє попит на готельні послуги ні за кількістю, ні за якістю. Матеріально-технічна база великої частини готелів є фізично та морально застарілою і не відповідає міжнародним стандартам. Водночас, постійно зростаючі туристичні потоки та очікування великої кількості відвідувачів та учасників ЄВРО-2012 зумовило необхідність приділення більшої уваги з боку державних органів влади до питання підготовки готельного господарства.

Потенціал в готельному бізнесі України є, але існує багато перешкоджаючих чинників, що підрозділяються на три основні групи: економічні, політичні і юридичні чинники. Для стимулювання надходження іноземних інвестицій в готельну сферу необхідно видалити або, принаймні, істотно понизити вищевказані чинники ризиків для іноземних інвесторів.

Вибір Харкова для проведення фінальної частини чемпіонату Європи з футболу, що проходив на території України і Польщі в 2012 році, безумовно був поштовхом у розвиток інвестиційної потенціалу туристичного комплексу Харківської області.

Більшість підприємств готельного господарства після проведення чемпіонату відчують нестачу власних коштів, тому однією з головних проблем розвитку готельного господарства є створення сприятливого інвестиційного клімату та пошук джерел фінансування для будівництва нових і реконструкції вже діючих підприємств. Виникає необхідність в створенні методики оцінки інвестиційної привабливості готельного комплексу для інвесторів.

Потенційно, вкладати кошти в розвиток української готельної індустрії, і не тільки у зв'язку з проведенням ЄВРО-2012, іноземним і національним інвесторам вигідно, незважаючи на певні економічні і нормативно-правові перешкоди. Але кожний інвестор зацікавлений у найбільш ефективному вкладенні коштів, тому обиратиме серед готельних комплексів лише ті, які не тільки мають розвинену інфраструктуру, а і можуть забезпечити високий фінансовий результат і повернення інвестицій.

Використовуючи методику оцінки інвестиційної привабливості готельних підприємств на основі методу ієрархії при побудові дерева ієрархій і розрахунків пріоритетів було отримано результат, при якому комплекс, що мав найкращі якісні та кількісні показники (рентабельність, якість обслуговування, тощо) отримав відповідні

найвищі оціночні індекси груп та результуючий індекс інвестиційної привабливості.

Ця методика може бути запропонована інвесторам в галузі готельного господарства, які зацікавлені у найбільш ефективному вкладенні коштів, тому обиратимуть серед готельних комплексів лише ті, які не тільки мають розвинену інфраструктуру, а і можуть забезпечити високий фінансовий результат при поверненні інвестицій. Крім цього необхідно зазначити, що в якості критеріїв відбору у методиці було взято базові показники готельних комплексів, відповідно до затверджених вимог до готелів.

Отже, існує необхідність в створенні такої методики відбору інвестиційно-привабливих готельних об'єктів для інвестора, яка б враховувала і фінансово - кількісні, і якісні показники діяльності готелю будь-якого типу, а разом з тим базувалась б на економічній доцільності кожного конкретного вибору серед наявних варіантів. У разі вдосконалення методики, методом аналізу ієрархій передбачено не руйнація запропонованої ієрархії, а доповнення існуючої базової ієрархії додатковими показниками і відповідний перерахунок окремих пріоритетів показників в групах і загальних пріоритетів груп, що робить процес вдосконалення найбільш ефективним і наближає користувачів до об'єктивної оцінки при прийнятті рішення.

САВІНА Д.О., студент, м. Харків, ХНУМГ ім.О.М.Бекетова

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Будівельний бізнес в нашій країні перебуває стадію стрімкого зростання. За показниками зростання обсягів виробництва і продажів, рівню рентабельності будівництво залишає випереджає багато секторів економіки, які досі вважали привабливими і перспективними для вкладення капіталу.

Дані Державної служби статистики наглядно показують стан будівництва в складі валового внутрішнього продукту країни.[1] За останні роки (2010 р.-2013 р.) спостерігається значне його зростання. У 2010 році обсяг складав 45137,0 млн.грн, а в 2013 р. збільшився на 16115,9 млн.грн і складає 61241,9 млн.грн. За категоріями доходу за даними Державної служби статистики видно, що будівництво займає одне з перших місць за величиною відрахування до державного доходу країни, а сама частка доходу змінилась на 5693 млн.грн. [2]

Для того, щоб підприємства будівельного комплексу досягли високого рівня ефективності й конкурентоспроможності необхідно модифікувати старі методики управління виробництвом і застосувати сучасні інструменти планування діяльності.

Планування в будівництві - складна річ, яка враховує багато факторів, такі як: дані проектно-кошторисної документації; взаємозв'язок між підрозділами; використання субпідрядних організацій; обмеженість матеріальних і трудових ресурсів; своєчасність поставки сировини і матеріалів.

Одним із сучасних методів фінансового планування є бюджетування. Під бюджетуванням розуміється управлінська технологія фінансового планування, яка дозволяє контролювати й аналізувати плановані і одержувані фінансові показники. Основним інструментом тут є бюджет. Під бюджетом розуміється фінансовий план, в якому всі показники відносяться або до дохідної, або до видаткової частини.

Особливості бюджетування будівельного підприємства: