

4. Присяжна Л. Ю. В Європейській Бізнес Асоціації назвали пріоритети PR та маркетинг фахівців у 2024 році. URL: https://biz.ligazakon.net/news/226064_v-vropeysky-bznes-asotsats-nazvali-proriteti-pr-ta-marketing-fakhvtsv-u-2024-rots

5. Рекламний ринок України у 2023 році зростає на третину порівняно з 2022 роком – попередня оцінка Всеукраїнської рекламної коаліції. URL: <https://vrk.org.ua/news-events/2023/updated-market-volume2023.html>

УДК 657

КОНТРОЛЬ І РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ніна Петруха,

канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту в будівництві, доцент,

Артур Сизоненко,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОПП

«Менеджмент організації і адміністрування», спеціальність 073 «Менеджмент»

Київський національний університет будівництва і архітектури, м. Київ

У сучасних умовах господарювання особливу увагу необхідно приділяти управлінню та контролю необоротних активів, оскільки ефективність їх використання є одним із ключових факторів стійкого розвитку підприємства та підвищення його конкурентоспроможності. Раціональне управління необоротними активами безпосередньо впливає на фінансову стабільність підприємства, ефективність виробничих процесів і здатність адаптуватися до змін зовнішнього середовища.

Зростання нестабільності зовнішнього середовища та ускладнення процесів стратегічного управління активами зумовлює необхідність вдосконалення механізму координації контролю, що призводить до переміщення акценту з ретроспективного контролю на аналітичне прогнозування майбутніх змін; постійного моніторингу стану необоротних активів та їх впливу на виробничий потенціал підприємства; мінімізації ризиків у процесі управління необоротними активами; розробки ефективної амортизаційної політики, яка сприятиме оновленню основних засобів та підвищенню їх продуктивності.

Метою дослідження є розробка ефективної системи контролю та управління необоротними активами будівельного підприємства, що дозволить забезпечити оптимальне використання ресурсів в умовах сучасної економічної нестабільності.

За результатом дослідження встановлено, що для здійснення фінансово-господарської діяльності суб'єкт господарювання володіє певними майновими ресурсами, які поділяються на постійні (необоротні) та поточні (оборотні) активи.

До складу необоротних активів відносять:

Основні засоби – матеріальні ресурси, що беруть участь у виробничому процесі протягом тривалого часу, не змінюючи своєї натуральної форми та поступово переносячи свою вартість на продукцію.

Нематеріальні активи – нематеріальні ресурси підприємства, які забезпечують економічну вигоду (наприклад, патенти, ліцензії, ноу-хау, брендовий капітал тощо). [6, ст. 110]

Очевидно, що ефективне управління необоротними активами потребує чіткої класифікації, аналізу стану активів, контролю за їх використанням, а також розробки заходів щодо підвищення їх ефективності.

Таким чином, необоротні активи є важливим елементом управлінської стратегії підприємства, сприяють забезпеченню виробничих процесів та формують основу для довгострокового розвитку будівельної компанії.

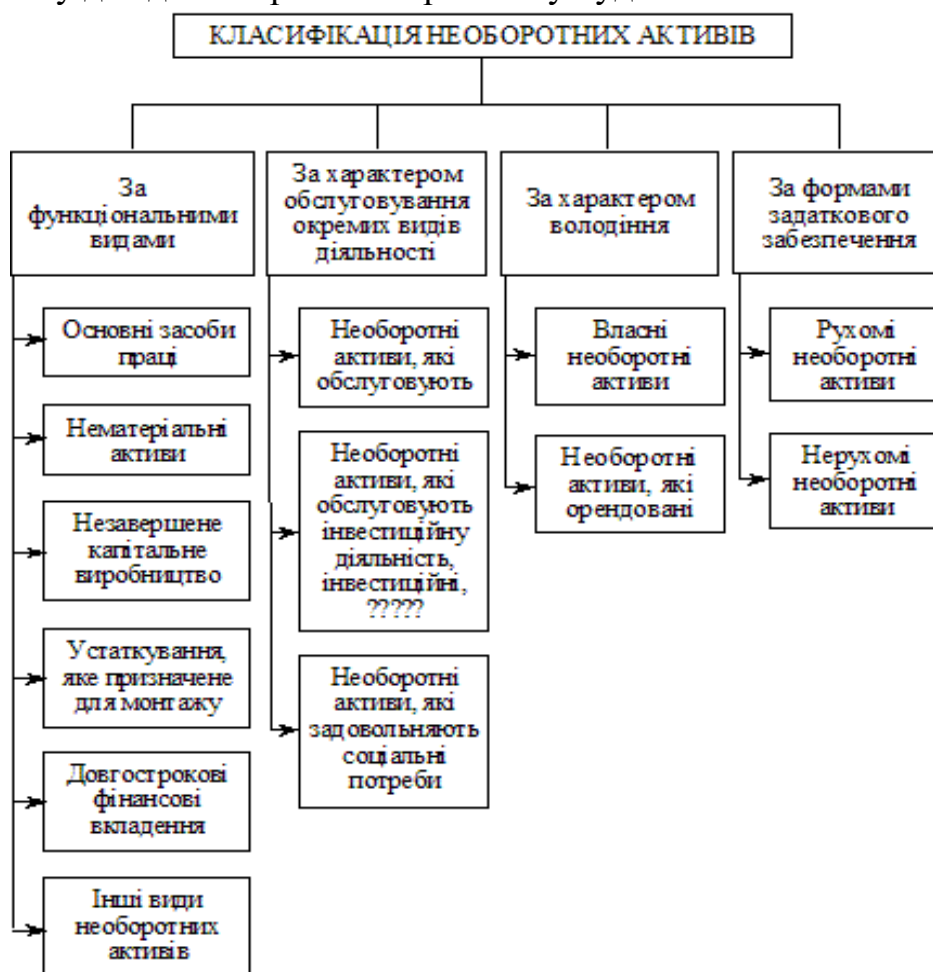


Рис.1 Класифікація необоротних активів

Крім того, основні засоби підприємства є матеріальними активами, які підприємство використовує для забезпечення ефективного функціонування виробничих процесів, надання послуг, поставки товарів, а також для виконання адміністративних, соціально-культурних та інших завдань.

Також, основні засоби є ключовим елементом виробничого потенціалу підприємства, оскільки від їх оптимального управління залежить рівень

ефективності господарської діяльності (будівлі та споруди, передавальні пристрої, машини та обладнання; транспортні засоби; інструменти та виробничий інвентар; господарський інвентар та інші основні засоби).

Система управління основними засобами включає такі аспекти, як аналіз їхнього стану, контроль ефективності використання, стратегічне планування оновлення та оптимізація витрат на їх утримання [2, ст. 197].

Методологічні основи формування інформації про основні засоби, їх оцінку, амортизацію та відображення у фінансовій звітності визначені НП(С)БО 7 «Основні засоби» [1]/

Раціональне управління та контроль за основними засобами дозволяє підприємству мінімізувати витрати, забезпечувати стабільність виробничих процесів та підвищувати конкурентоспроможність у динамічному ринковому середовищі.



Рис. 2. Класифікація основних засобів підприємства

Слід зазначити, що основні засоби у сфері менеджменту є стратегічним ресурсом, який впливає на ефективність діяльності підприємства. Вони включають виробничі приміщення, транспортні засоби, обладнання, технічні засоби контролю та інші активи, що забезпечують виконання управлінських функцій.

Разом з тим, менеджери несуть відповідальність за ефективне управління основними засобами, що включає їхню оцінку, амортизацію, модернізацію та використання для досягнення бізнес-цілей. Якщо один об'єкт складається з частин із різним строком експлуатації, кожна частина може розглядатися як окремий актив, що дає змогу більш гнучко керувати ресурсами.

Основний критерій визнання активом – це його здатність приносити економічні вигоди у майбутньому та можливість достовірного оцінювання вартості. Ефективне управління основними засобами передбачає їхню класифікацію за технічними характеристиками та напрямками використання, що допомагає оптимізувати їхнє застосування в бізнес-процесах.

Крім того, ефективне використання основних засобів сприяє підвищенню продуктивності праці, створенню належних умов для роботи персоналу та оптимізації витрат.

Також, важливим завданням менеджерів є контроль за станом активів, оцінка їхньої динаміки та впливу на фінансовий стан підприємства.

Основним із завдань менеджменту є необхідність аналізувати показники технічного стану активів, такі як коефіцієнти зносу, оновлення, приросту та здатності. Зношення активів може впливати на ефективність операцій, тому важливо планувати їхнє оновлення та капітальний ремонт. Коефіцієнт оновлення дозволяє оцінити ступінь модернізації основних засобів і визначити необхідність подальших інвестицій [3, ст. 167].

Рух основних засобів (надходження нових та вибуття застарілих) є важливим показником управління матеріальними ресурсами. Менеджери повинні аналізувати цей процес, щоб своєчасно ухвалювати рішення щодо придбання, списання або переоцінки активів.

Здатність активів до використання визначається їхньою залишковою вартістю відносно первісної вартості. Високий показник означає ефективне оновлення та використання ресурсів. Таким чином, стратегічне управління основними засобами сприяє зростанню конкурентоспроможності підприємства, його фінансової стабільності та ефективності бізнес-процесів.

Необоротні активи є ключовим елементом управління матеріальними та нематеріальними ресурсами підприємства. Вони формують основу матеріально-технічної бази та визначають стратегічний потенціал компанії на різних етапах її розвитку. Ефективне управління цими активами дозволяє підвищувати конкурентоспроможність, забезпечувати стабільне функціонування та довгострокове зростання підприємства.

Основні засоби, що є матеріальною частиною необоротних активів, включають будівлі, обладнання, устаткування та транспортні засоби. Вони становлять фундамент виробничого процесу і впливають на рівень продуктивності та якість продукції або послуг. З іншого боку, нематеріальні активи, такі як торгові марки, ліцензії, патенти та програмне забезпечення, відіграють важливу роль у формуванні ринкової позиції та розвитку інноваційного потенціалу компанії [5, ст. 35-37].

Отже, менеджмент необоротних активів передбачає стратегічне планування, інвестування та ефективне використання ресурсів з метою підвищення рентабельності та мінімізації витрат. Системний підхід до управління цими активами включає оцінку їх вартості, амортизацію, модернізацію та своєчасне оновлення матеріально-технічної бази.

Збалансована стратегія управління необоротними активами сприяє підвищенню продуктивності праці, оптимізації витрат і зміцненню фінансової стійкості підприємства. Завдяки ефективному менеджменту можна забезпечити не лише зростання прибутковості, а й підвищення репутації компанії на ринку, що є ключовим фактором її довгострокового успіху.

Список використаних джерел:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затверджене наказом Міністерства фінансів від 27.04.2000р. № 92.
2. Ткаченко, Т. П., Тульчинська С. О. Особливості управління економічною безпекою будівельних підприємств у воєнний період. *Economic Synergy*. 2023. № 3. С. 192–201. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2023-3-14>
3. Непомнящий, О. Основні принципи і складові ризик-менеджменту при будівництві та експлуатації споруд: державно-управлінський аспект. *Публічне урядування*. 2019. № 1 (16), с. 154–169. <https://doi.org/10.32689/2617-2224-2019-16-1-154-169>
4. Дерій В. Облік і звітність про МШП, МНМА у будівництві: стандарти відображення, проблеми ідентифікації та організації. *Вісник Економіки*. 2022. № 3, с. 101–22
5. Згалат-Лозинська Л. Інституційне забезпечення інноваційної діяльності в будівництві: стан та напрями вдосконалення. *Підприємництво та інновації*. 2019. № 9. С. 31–37. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/9.4>
6. Гуменна-Дерій М. Облік, контроль і аналіз витрат та забезпечення матеріально-технічними ресурсами діяльності підприємств у майбутні періоди. *Вісник Економіки* 2022. № 1. С. 110–29. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2022.01.110>
7. Бінд В. Є., Гижко А. П., Болебрух О. С., Петруха Н. М., Ваколюк А. С., Малашкін М. А. Формалізація та загальнометодичний концепт вартісного інжинірингу в системі антикризового менеджменту будівельних підприємств. *Управління розвитком складних систем*. 2020. Вип. 44. С. 116–127. DOI: <https://doi.org/10.32347/2412-9933.2020.44.116-127>

УДК658.8:659.1

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ФІТНЕС-ПОСЛУГ: ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «СПОРТ ЛАЙФ УКРАЇНА»

Карина Скобельська,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
ОПП «Маркетинг», спеціальність 075 «Маркетинг»,

Ірина Максютенко,

канд. екон. наук, доцент кафедри товарознавства
та комерційної діяльності в будівництві

Київський національний університет будівництва і архітектури, м. Київ

У сучасних умовах конкурентного ринку послуг ефективний маркетинг є ключовим фактором успішного розвитку компаній. Особливо це стосується сфери фітнес-індустрії, де якість обслуговування, цінова політика та взаємодія з клієнтами відіграють вирішальну роль у залученні та утриманні споживачів. Однією з провідних компаній у сфері фітнес-послуг в Україні є Sport Life, яка