

специфіку роботи своїх експертних підрозділів, розробляє та затверджує наказом Акти експертизи довільної форми.[3] Експерт має право відхилити результати досліджень як неправильні, якщо дані лабораторії не задовольнятимуть його. У такому випадку або відбираються нові зразки, якщо це можливо, і віддаються на повторне дослідження, або в акті експертизи зазначаються причини, за яких неможливо здійснити дані лабораторні дослідження.

Підписується висновок тільки експертом чи групою експертів, які проводили експертизу. Зацікавлені сторони акт експертизи не підписують, бо інакше оформлений акт буде регламентований не як акт експертизи, а як акт комісії. Це пояснюється сутністю експертизи як оцінки, що дається незалежними суб'єктами.

Список використаних джерел

1. Методичні вказівки до лабораторних занять з курсу «Експертиза якості товарів» / укл. Мардар М.Р. – Одеса: ОНАХТ, 2008
2. Коломієць Т.М., Притульська Н.В, Романенко О.П. Експертиза товарів: Підручник. – К.: КНТЕСУ, 2001. – 274 с.
3. Мардар М. Р. Опірний конспект лекцій по дисципліні «Експертиза якості товарів»

Дубина Яна,

здобувач освіти 1 року навчання освітнього ступеня «Магістр» спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Науковий керівник: **Коваль Н.В.**

к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ПОНЯТТЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

У даний час у майновому потенціалі підприємств неухильно зростає роль нематеріальних активів. Це обумовлено хвилею поглинання одних

підприємств іншими, швидкістю та масштабами технологічних змін, поширення інформаційних технологій, ускладненням й інтеграцією вітчизняного фінансового ринку.

Нематеріальні ресурси підприємства – це:

1. немонетарні ресурси, які не мають матеріальної форми та контролюються підприємством з метою використання протягом періоду більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, адміністративних потреб чи надання в оренду іншим юридичним або фізичним особам;

2. частина потенціалу підприємства, здатна приносити економічну вигоду протягом тривалого часу, для якої характерні відсутність матеріальної основи та невизначеність розмірів майбутніх прибутків від її використання [1].

Поняття «нематеріальні ресурси» використовується для характеристики сукупності об'єктів інтелектуальної власності, до яких входять:

- 1) об'єкти промислової власності;
- 2) об'єкти, що охороняються авторським правом і суміжними правами;
- 3) інші (нетрадиційні) об'єкти інтелектуальної власності.

Нематеріальні ресурси – це складова частина потенціалу підприємства, здатна забезпечувати економічну користь протягом відносно тривалого періоду. Відмінними рисами цих ресурсів є брак матеріальної основи здобування доходів та невизначеність розмірів майбутнього прибутку від їхнього використання. Поняття «нематеріальні ресурси» використовується для характеристики сукупності об'єктів інтелектуальної власності. В свою чергу об'єкти інтелектуальної власності – це права, які захищені патентами, свідоцтвами, ліцензіями, авторським та суміжними правами [2].

Нематеріальні ресурси розглядаються в стратегічному управлінні у взаємозв'язку з потенційними можливостями підприємства, що представляють собою джерело досягнення стійкої конкурентоспроможності. Потенційні можливості підприємства можна представити у вигляді чотирьох типів

потенціалів. В основі конкурентоспроможності підприємства, що базується на певних перевагах, лежать або один, або кілька наведених потенціалів.

Функціональний потенціал і потенціал організаційної культури ґрунтуються на компетенціях або навичках, в той час як позиційний потенціал і регульований потенціал належать до нематеріальних активів компанії (що включає, наприклад, торгові марки) і до репутації.

Регульований потенціал виникає з володіння законними правами, такими як авторські права, контракти, ліцензії, комерційні секрети і т. д. Деякі з них можуть бути представлені в балансі підприємства.

Позиційний потенціал – наслідок минулих дій, які, наприклад, сформували певну репутацію підприємства в очах споживачів, налагодженої дистриб'юторської мережі і т. д.

Функціональний потенціал відноситься до здатності вчинення особливих дій і виникає з знань, навичок і досвіду службовців та інших учасників ланцюжка цінності (постачальників, дистриб'юторів, рекламних агентів і т. д.).

Потенціал організаційної культури застосуємо до організації як до єдиного цілого. У функціональному відношенні організаційна культура допомагає вирішити наступні завдання: координації, здійснюваної з допомогою встановлених процедур і правил поведінки; мотивації, що реалізується шляхом роз'яснення співробітникам [3].

До нематеріальних ресурсів належать ті, що не мають під собою матеріальної основи, але здатні приносити прибутки або користь підприємству (фірмі) досить тривалий час. Основною особливістю таких ресурсів є відсутність можливості визначити загальний конкретний розмір користі, що вони приносять.

За природою свого походження нематеріальні ресурси виникають або завдяки новим, унікальним знанням у будь-якій формі, або через рідкісність ресурсів (природну чи організовану). В обох цих випадках недостатність ресурсів (унаслідок унікальності чи наявності в обмеженій кількості) сприяє появі ренти. Використання таких ресурсів або робить їхніх власників єдиним

виробником певної продукції, або забезпечує зменшення витрат проти інших виробників.

Отже, нематеріальні ресурси багато важать у підвищенні конкурентоспроможності діючих підприємств. За умов насиченості ринку різноманітними товарами підприємство-виробник повинно вдосконалювати можливості пропонування, просування та реалізації своїх товарів або послуг. Дієвим інструментом конкуренції у цьому разі може бути використання нематеріальних ресурсів [4].

Список використаних джерел

1. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підручник [для студ. вищ. навч. закл.]. К.: Центр учбової літератури, 2009. 728 с.
2. Драпак Г., Скиба М. Основи інтелектуальної власності: навчальний посібник. Хмельницький: ТУП, 2003. 135 с.
3. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства : навч. посібник : видання 2-ге. К. : Центр учбової літератури, 2010. 488 с.
4. Сідун В. А., Пономарьова Ю. В. Економіка підприємства: навч. пос.: видання 2-ге, перероб. та доп. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 356 с.

Дубицька Тетяна

Здобувач вищої освіти 1 курсу ОС Магістр спеціальності
«Публічне управління та адміністрування»

Науковий керівник: **Лаврук О.С.,**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту,

публічного управління та адміністрування,

Подільський державний аграрно-технічний університет

м. Кам'янець-Подільський

СУТЬ КОМУНІКАЦІЙ В АДМІНІСТРАТИВНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УСТАНОВИ

Важливим елементом управлінської діяльності в системі управління установою виступає адміністративна діяльність як одна з основних системотворчих компонентів.