

УДК 330.3:004.77

Палієнко Т.П.¹

¹ доцент, НУ «Києво-Могилянська академія»

ЕФЕКТИВНІСТЬ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ У ЦИФРОВИХ ЕКОСИСТЕМАХ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Сучасна економіка переживає фундаментальну трансформацію, де традиційні матеріальні активи поступово втрачають своє домінуюче значення, поступаючись місцем нематеріальним активам. Якщо століття тому найціннішими компаніями світу були ті, що володіли заводами, землею та природними ресурсами, то сьогодні лідери ринку – це корпорації, чия вартість базується на інтелектуальній власності, брендах, програмному забезпеченні та цифрових платформах, що й актуалізує тему дослідження. За даними ВОІВ (Всесвітньої організації інтелектуальної власності), вартість нематеріальних активів глобальних корпорацій у 2024 році досягла історичного максимуму в 80 трильйонів доларів США, що відображає зростання на 28% порівняно з 2023 роком та 13-кратне збільшення з 1996 року [1].

Цифрові екосистеми, що об'єднують різноманітних учасників ринку через технологічні платформи, вже стали провідною бізнес-моделлю ХХІ століття. За прогнозами McKinsey, до кінця 2025 року близько 30% глобальних доходів генеруватиметься саме в цифрових екосистемах [2]. Це створює унікальні можливості та виклики для управління нематеріальними активами, які стають головним драйвером конкурентоспроможності та створення вартості.

Загалом нематеріальні активи в цифровому середовищі можна класифікувати за кількома категоріями:

1) Інтелектуальна власність: патенти, авторське право, торговельні марки, доменні імена [3], бази даних, технологічні рішення.

2) Бренд та репутація: у цифрову епоху бренд стає не просто логотипом, а складною екосистемою сприйняття, довіри та лояльності користувачів. Наприклад, за оцінками Brand Finance, вартість бренду Apple у 2024 році становить 574,5 млрд дол. США, хоча цей актив взагалі не відображається в балансі компанії [4].

3) Програмне забезпечення та платформи: цінність цифрових платформ постійно зростає з кількістю користувачів. Платформи соціальних медіа, маркетплейси та сервіси обміну даними створюють унікальну вартість через взаємодію учасників.

4) Дані та аналітика: структуровані дані про споживачів, їхню поведінку та вподобання стали одним з найцінніших активів сучасного бізнесу. Компанії інвестують значні ресурси у збір, обробку та монетизацію.

Найяскравішим прикладом ефективності нематеріальних активів є провідні технологічні компанії. Зокрема Microsoft, що демонструє ефективність монетизації нематеріальних активів через хмарну платформу Azure та екосистему продуктів для бізнесу. Компанія трансформувала традиційне програмне забезпечення в інтегровану цифрову екосистему, що генерує доходи через підписки.

Фінансово-технологічні компанії створили нові бізнес-моделі, базовані виключно на нематеріальних активах. PayPal, Stripe та Square побудували глобальні платіжні екосистеми, де головною цінністю є довіра користувачів, безпека транзакцій та зручність інтерфейсів. Ці компанії не володіють банківськими будівлями чи банкоматами, але їхня ринкова капіталізація сягає десятків мільярдів доларів завдяки нематеріальним активам.

Платформи на кшталт Airbnb, Booking та Uber демонструють радикально новий підхід до створення вартості. Airbnb не володіє жодним готелем, але є однією з найбільших компаній у сфері гостинності завдяки своїй інноваційній бізнес-моделі, яка базується на платформі для оренди житла. Uber не володіє автопарком, але є провідною транспортною платформою. Їхня вартість повністю базується на нематеріальних активах таких як торговельні марки та бренд, що забезпечують впізнаваність, довіру користувачів і лояльність партнерів, а також на складних алгоритмах, базах даних і програмному забезпеченні, які координують мільйони транзакцій у реальному часі. Ці компанії не створюють цінність через фізичні активи, а через цифрову інфраструктуру довіри, що поєднує попит і пропозицію на глобальному рівні.

Важливим є те, що нематеріальні активи в подібних бізнес-моделях створюють ефект мережевої синергії, де кожен новий користувач підвищує цінність платформи для інших, а накопичені дані зміцнюють алгоритми та якість сервісу. У результаті чого формується самофункціонуюча екосистема, де фізичні ресурси належать учасникам ринку, а основна додана вартість концентрується у володільця платформи, тобто в компанії, що контролює програмний код, аналітичні інструменти та бренд.

Однак варто відзначити, що нематеріальні активи вразливі до специфічних ризиків, зокрема кібератак та витоку даних, що може призвести не лише до фінансових втрат, а й до суттєвих репутаційних наслідків. На відміну від матеріальних ресурсів, які можна відновити або застрахувати в класичному розумінні, порушення безпеки нематеріальних активів, наприклад, компрометація баз даних чи крадіжка комерційних секретів часто має довготривалі наслідки.

Крім того, уразливість нематеріальних активів стосується не лише безпеки, а й правового середовища. Недосконалість міжнародних механізмів захисту інтелектуальної власності, патентні спори або зміни в регуляціях

щодо використання персональних даних (наприклад, вимоги Загальний регламент захисту даних (GDPR) чи Digital Markets Act у ЄС) створюють додаткові ризики для бізнесу.

Ще один важливий аспект – це репутаційні кризи, які можуть миттєво знецінити бренд, незалежно від фінансової стабільності компанії. У цифрову епоху, коли інформація поширюється швидко залишаючи цифровий слід, навіть локальний інцидент може призвести до глобальної втрати довіри, що фактично означає зниження вартості головного нематеріального активу, тобто бренду.

Отже, у цифрових екосистемах сучасного бізнесу нематеріальні активи стають основою вартості, конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості підприємств. Ефективне управління інтелектуальним капіталом, даними, брендом і репутацією забезпечує стійке зростання компанії у межах цифрових екосистем. Водночас посилюються ризики, пов'язані з кіберзагрозами, витоком інформації та втратою довіри споживачів, що зумовлює потребу у комплексних механізмах захисту нематеріальних ресурсів. Для українського бізнесу розвиток таких активів відкриває нові можливості інтеграції у глобальні ринки та підвищення ефективності господарської діяльності. Таким чином, стратегічне управління нематеріальними активами стає чинником довгострокового успіху підприємств у цифровій економіці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. World Intellectual Property Organization. The value of intangible assets of corporations world-wide rebounds to all-time high of USD 80 trillion in 2024. *WIPO*. URL: <https://www.wipo.int/en/web/global-innovation-index/w/blogs/2025/the-value-of-intangible-assets-of-corporations>(date of access: 08.10.2025).

2. McKinsey Technology Trends Outlook 2025 / L. Yee et al. *McKinsey*. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-top-trends-in-tech>(date of access: 08.10.2025).

3. Палієнко Т. П. Доменні імена як інноваційний інструмент бізнесу в цифрову епоху. *«Інноваційно-інвестиційний розвиток бізнесу в умовах шокових збурень»*: Тези доп. IV Міжнар. студент. науково-практ. конф., м. Львів, 30–31 берез. 2023 р. Львів, 2023. С. 30. URL <https://surl.lu/houswj>(дата звернення: 08.10.2025).

3. Brand Finance. Apple is the 2025 most valuable brand in the world, NVIDIA breaks into top ten. *Brand Finance*. URL: <https://brandfinance.com/press-releases/apple-is-the-2025-most-valuable-brand-in-the-world-nvidia-breaks-into-top-ten>(date of access: 08.10.2025).