

5. Pererva P., Nagy S., Maslak M. (2018) Organization of marketing activities on the intrapreneurship // *MIND Journal*. №5. 10 p.
6. Kocziszky G., Pererva P.G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
7. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 79–88.
8. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с. — 401
9. Перерва П.Г. Управління інноваційною діяльністю підприємства // *Маркетинг: підручник* / За ред. О.А.Старостіної. К.: *Знання*, 2009. С. 461–518.
10. Побережна Н.М., Перерва П.Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 2. С. 191–198.
11. Перерва П.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / за ред. П.Г. Перерви, С.А. Меховича, М.І. Погорелова. Харків: НТУ «ХПІ», 2008. 1080 с.
12. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
13. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // *Навч. посібник для інж.-техн.вузів*. — Харків : «Основа», 1993. — 288 с.

Єременко А.В.

*кандидат економічних наук, докторант
ДННУ «Академія фінансового управління»*

НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ ЯК ОБ'ЄКТ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ

Нематеріальні активи є драйверами зростання сучасної економіки. Одночасно з цифровою революцією зростає важливість нематеріальних активів, таких як дослідження та розробки, інтелектуальна власність, бренди, програмне забезпечення, бази даних, організаційні активи та навички. Зараз вони є основою будь-якої інноваційної компанії.

Нематеріальні активи — це ті активи на балансі компанії, які мають приховану грошову чи ділову вартість, але не присутні у фізичній формі. Нематеріальні активи допомагають компаніям, виконуючи операції в унікальний спосіб, що дає їм конкурентну перевагу. Усі компанії можуть отримати доступ до нематеріальних активів шляхом створення нематеріальних активів або придбання нематеріальних активів від інших компаній. Нематеріальна цінність бізнесу також може ховатися у вартості бренду компанії. Різні компанії демонструють різні унікальні переваги, які можна вважати частиною нематеріальної цінності бізнесу.

США виділяються як найбагатша на нематеріальні ресурси країна, за ними йдуть країни Центральної та Північної Європи, такі Німеччина, Ірландія, Швейцарія, Данія, Франція та Великобританія. Далі йдуть азіатські країни, Корея, Японія та Тайвань, потім Австралія, Канади та решти Європи. Найменш нематеріальними є інші ринки, що розвиваються, такі як Саудівська Аравія, Китай і Бразилія [1].

Ключовим моментом звіту Global 500 2024 є значні успіхи компаній, які інвестували значні кошти в ІІ. Дослідження Brand Finance, провідної світової консалтингової компанії з оцінки брендів, виявили дуже значне зростання вартості бренду серед галузевих лідерів, таких як Microsoft і NVIDIA. Вартість бренду Microsoft зросла на 78 % до 340,4 млрд доларів США, підскачавши на дві сходинки в рейтингу до 2-го місця. NVIDIA, ключовий постачальник чіпів у сфері штучного інтелекту, досягла зростання вартості бренду на 163 % до 44,5 млрд доларів США, що зробило його брендом, що найшвидше зростає цього року. Інвестиції Microsoft в інтеграцію штучного інтелекту між платформами підвищують конкурентоспроможність на ринку, позиціонуючи її як провідного технологічного інноватора. Оригінальне дослідження ринку Brand Finance підкреслює міцну репутацію Microsoft у сфері інновацій, сучасності та надійності. Згідно з дослідженням Brand Finance, NVIDIA вважається-

ся високоінноваційною компанією, а рівень знайомства, уваги та рекомендацій також зростає з року в рік. Ця загальна продуктивність твердо позиціонує NVIDIA як лідера на ринку чіпів штучного інтелекту, демонструючи, що їхні інноваційні продукти сприймаються ринком [2].

Порівняно з 2024 роком глобальна корпоративна нематеріальна вартість у 2023 році зросла на 8 % після різкого падіння у 2022 році. Крім вищезазначених економік США, Ірландії, Данії, Великобританії та Франції, які мають найбільшу частку нематеріальних активів, до першої двадцятки увійшли також Індія, Туреччина, Індонезія та Мексика [3].

Згідно з новим звітом Brand Finance у 2024 р. вартість нематеріальних активів, що належать найбільшим компаніям світу, досягла 79,4 трлн доларів США. Це суттєве зростання на 28 % порівняно з 2023 роком, коли глобальна нематеріальна вартість становила 61,9 трлн доларів США, досягнувши найвищого рівня з тих пір, як Brand Finance почав відстежувати її в 1996 році. За той же період вартість глобальних матеріальних чистих активів також зросла до 68,8 трлн доларів США. Методологія Brand Finance спирається на корпоративну вартість компаній для визначення приблизних нематеріальних активів, оскільки вартість більшості нематеріальних активів не повідомляється компаніями-власниками. Відсутність звітності є причиною того, що 79 % оціночної загальної вартості глобальних нематеріальних активів не враховано у фінансових звітах компаній [4].

Нематеріальні активи забезпечують конкурентні переваги, інновації та економічне зростання. Для компаній вони створюють довгострокову цінність шляхом створення ринкової ніші, збільшення доходу та прибутковості. Наприклад, впізнаваність бренду компанії може передати клієнтам якість і надійність. Як наслідок, ці нематеріальні активи сприяють збільшенню продажів і можуть викликати підвищення цін. Іноді внесок цих активів може бути навіть вищим, ніж внесок матеріальних активів, таких як виробниче обладнання.

Єдиної методики оцінювання нематеріальних активів не існує. Залежно від типу наявного активу, контексту та доступності даних часто використовується комбінація різних підходів. У більшості випадків вартість нематеріальних активів можна оцінити з урахуванням майбутніх економічних вигод, пов'язаних з активом, наприклад прогнозованих грошових потоків. Однак для багатьох нематеріальних активів на практиці це може бути складно зробити. Витрати на заміщення та відтворення активу або порівняння з операціями з подібними активами також є поширеними підходами визначення вартості. Процес оцінювання включає професійне судження та структурований підхід і може потребувати інформації з інших галузей, щоб отримати повну картину [5].

Рейтинг за 2024 рік показує, що вісім із 10 найкращих компаній світу з найвищою нематеріальною цінністю розташовані в США, причому технологічні та інтернет-гіганти значною мірою сприяють високій нематеріальній цінності країни. Apple і Microsoft продовжують утримувати свої позиції як дві провідні компанії з найвищою нематеріальною цінністю в усьому світі. У той же час медіа компанії Alphabet і Meta, а також роздрібний гігант Amazon також є ключовими учасниками [6].

Таким чином, цьогорічна рекордна вартість глобальних нематеріальних активів підкреслює зростаючу важливість нематеріальних активів у сучасній глобальній економіці. Оскільки компанії продовжують інвестувати в цифрову трансформацію, інновації, дослідження та розробки; нематеріальні активи стали ключовими рушійними силами довгострокового зростання та конкурентної переваги.

Література

1. International Intangible Value. URL: <https://caia.org/blog/2024/06/21/international-intangible-value>.
2. Global 500 2024. URL: <https://brandirectory.com/reports/global/2024>.
3. Corporate Intangible Assets Grew to USD 61.9 trillion in 2023. URL: <https://www.wipo.int/en/web/global-innovation-index/w/blogs/2024/corporate-intangible-assets>.
4. Value of global intangible assets reaches all-time \$79.4 trillion high. URL: <https://brandfinance.com/press-releases/value-of-global-intangible-assets-reaches-all-time-79-4-trillion-high>.

5. Intangible Assets and Intellectual Property. URL: <https://www.wipo.int/en/web/intangible-assets>.

6. Value of global intangible assets reaches all-time \$79.4 trillion high. URL: <https://www.webwire.com/ViewPressRel.asp?aId=328987>.

Зюзя О.В.

доктор філософії,

Інститут державного військового управління

Національного університету оборони України

МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ТА ЗАВДАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ АНАЛІТИКИ У СФЕРІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СТІЙКОСТІ УКРАЇНИ

В ході російсько-українській війні рф системно й методично застосовує технології боротьби з Українською державністю, кінцевим результатом застосування яких є руйнування системи національної стійкості України. Місією останньої є гарантування національної стійкості в умовах динамічного безпекового середовища, тобто забезпечення спроможностей та стратегічної готовності Української держави до своєчасного й адекватного реагування на загрози національній безпеці і оборони [1, с. 18].

У вітчизняному науковому дискурсі доведено, що в російських технологіях боротьби з Українською державністю одним із об'єктів деструктивного впливу є система державного управління [2; 3]. Порушення інституційної та організаційної стійкості вітчизняної системи державного управління здійснюється шляхом системного й методичного інспірування росією криз-процесів функціонування згаданої системи. Зокрема, в [4] представлено прогностичну модель розгортання кризи-процесу функціонування системи воєнної безпеки. Ця модель репрезентує етапи розгортання кризи-процесу функціонування системи воєнної безпеки, яке відбувається за принципом каскадного ефекту:

I етап. Криза воєнно-ідеологічна.

II етап. Кризи суспільно-владних відносин у сфері оборони: а) криза суспільно-політична, що зумовлена суперечностями між гілками влади з питань національної безпеки і оборони; б) криза суспільно-політична, що зумовлена суперечностями між державою та громадянським суспільством з питань зовнішньої та безпекової політики; в) криза воєнної політики.

III етап. Кризи державного військового управління: 1) кризи інститутів держави, війська, управління: а) структурно-динамічна криза системи воєнної безпеки; б) кризи публічно-політичного характеру: криза стратегічних комунікацій; криза публічної дипломатії; в) кризи політико-управлінського характеру: кризова ситуація у сфері військового управління; криза військового управління; криза державного військового управління; 2) кризи інфраструктур реалізації рішень: а) організаційно-управлінська криза системи воєнної безпеки, що може проявлятися у вигляді: а) організаційних провалів (ненавмисні помилки в управлінні сектором оборони); б) посадові провали (наслідки неправомірних наслідків ризиків керівництва сектору оборони); в) посадові злочини (злочинні дії керівництва сектору оборони); г) наслідки неефективного державного управління сектором оборони; б) інституційна криза органу військового управління.

IV етап. Кризи системи воєнної безпеки: 1) кризи, які пов'язані зі станом обороноздатності та військової могутності: а) кризи обороноздатності: криза обороноздатності у мирний час; криза обороноздатності в особливий період; криза обороноздатності в умовах воєнного стану; криза у сфері забезпечення воєнної безпеки; 2) кризи військово-інформаційного характеру: а) криза військово-кібернетична у сфері оборони; б) криза військово-інформаційна у сфері оборони; 3) військово-медичні кризи: а) кризова ситуація у сфері військової медицини; б) криза військово-медична; в) інституційна криза управління системою медичного забезпечення військ; 4) кризи оборонного співробітництва: а) криза військового співробітництва; б) криза міжнародного військового співробітництва; в) криза міждержавного військового