

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-87-6>

УДК 330.341:004

МЕХАНІЗМ ВПЛИВУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

THE MECHANISM OF INTANGIBLE ASSETS' IMPACT ON COMPETITIVENESS IN THE CONTEXT OF ECONOMY DIGITALIZATION

Мотякін Ігор Владиславович

аспірант,

Український державний університет науки і технологій;

директор управління із продажів,

ТОВ «М'ясна Фабрика «Фаворит Плюс»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6279-5636>**Motiakin Ihor**

Ukrainian State University of Science and Technologies

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі нематеріальних активів у забезпеченні конкурентоспроможності економічних систем в умовах цифровізації економіки. Метою статті є розвиток теоретичних положень щодо механізму конкурентного впливу нематеріальних активів за цифрової трансформації. Методологічну основу становлять методи теоретичного узагальнення, структурно-логічного аналізу, систематизації та концептуального моделювання. Обґрунтовано, що цифровізація трансформує способи конкурентного впливу нематеріальних активів, формуючи нові механізми створення та відтворення конкурентних переваг. Запропоновано концептуальний підхід, який пояснює взаємозв'язок між нематеріальними активами, конкурентними перевагами та конкурентоспроможністю через систему стратегічних ефектів. Практична цінність результатів полягає у можливості їх використання для вдосконалення стратегій управління нематеріальними активами та забезпечення конкурентоспроможності економічних систем.

Ключові слова: нематеріальні активи; цифрові нематеріальні активи; конкурентоспроможність; цифровізація економіки; механізм конкурентного впливу нематеріальних активів; конкурентні переваги.

Abstract. The relevance of the study is driven by the increasing role of intangible assets in ensuring the competitiveness of economic systems amid the digitalization of the economy. The widespread adoption of digital technologies, platform-based interaction models, and data-driven value creation mechanisms necessitates the refinement of theoretical approaches to explaining the impact of intangible assets on the formation of competitive advantages. The purpose of the article is to develop theoretical propositions concerning the mechanism of the competitive influence of intangible assets in the context of the digital transformation of the economy. The methodological foundation of the study comprises a systemic approach along with methods of theoretical generalization, structural-logical analysis, comparison, classification, and conceptual modeling. Their application enabled the identification of the specific features of the transformation of mechanisms of competitive influence of intangible assets under the impact of digitalization and the formation of a holistic understanding of the processes of emergence and reproduction of competitive advantages. The study substantiates that, in a digital environment, competitiveness is determined not merely by the possession of intangible assets, but primarily by the ability of economic systems to effectively realize their potential. It is established that digitalization does not alter the fundamental economic nature of intangible assets, yet it substantially transforms the modes of their competitive influence. A conceptual approach is proposed for explaining the interrelationship between intangible assets, competitive advantages, and competitiveness. This approach is grounded in a sequential transition from the properties of assets to forms of competitive influence, strategic effects, and ultimately competitive advantages. The role of strategic effects is substantiated as an intermediate link that facilitates the transformation of the potential of intangible assets into new functional capabilities of economic systems and creates the preconditions for the formation of sustainable competitive advantages. The study also identifies the specific characteristics of the consolidation and reproduction of these effects in the digital economy. The practical significance of the findings lies in the potential application of the proposed theoretical propositions



to improve approaches to the management of intangible assets, the formation of competitive advantages, and the development of strategies for ensuring the competitiveness of enterprises, industries, and economic systems under conditions of digital transformation.

Keywords: intangible assets; digital intangible assets; competitiveness; digitalization of the economy; mechanism of competitive influence of intangible assets; competitive advantages.

Постановка проблеми. У сучасній економіці нематеріальні активи дедалі більше визначають можливості формування конкурентних переваг і забезпечення довгострокової конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Цифровізація змінює не лише склад і структуру нематеріальних активів, а й способи реалізації їх економічного потенціалу. За таких умов навіть традиційні нематеріальні активи – знання, патенти, бренди, ділова репутація, організаційні компетенції чи міжорганізаційні зв'язки – функціонують через цифрові канали взаємодії, дані, алгоритми та платформні екосистеми, набуваючи нових форм конкурентного впливу. Водночас у науковій літературі основна увага традиційно зосереджується на характеристиках окремих нематеріальних активів як джерел конкурентних переваг, тоді як механізм трансформації їхніх специфічних властивостей у конкурентоспроможність залишається недостатньо розкритим. Особливо актуальною ця проблема стає в умовах цифровізації, коли вирішального значення набувають не лише самі нематеріальні активи, а й стратегічні ефекти, що виникають у процесі їх використання, а також здатність економічної системи закріплювати та відтворювати сформовані конкурентні переваги. У зв'язку з цим виникає потреба в дослідженні механізму впливу нематеріальних активів на конкурентоспроможність, який би враховував цифрові модифікації базових форм конкурентного впливу, логіку формування стратегічних ефектів і конкурентних переваг та особливості їх подальшого відтворення в цифровому середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних дослідженнях нематеріальні активи дедалі частіше розглядаються не лише як об'єкт обліку чи оцінювання, а як стратегічний ресурс формування конкурентних переваг в умовах економіки знань та цифрової трансформації. У межах ресурсного підходу та концепції динамічних здібностей увага зосереджується на ролі знань, інновацій, організаційних компетенцій, брендів, даних і цифрових платформ у забезпеченні стійких конкурентних позицій суб'єктів господарювання.

Останніми роками особливого розвитку набули дослідження, присвячені впливу цифровізації на процеси створення та використання нематеріальних активів. У зарубіжній літературі акцентується увага на ролі даних, алгоритмів, платформних екосистем, мережних ефектів і цифрових моделей створення вартості як нових джерел конкурентних переваг [1; 2]. У вітчизняній науковій літературі також простежується посилення інтересу до проблематики цифрової трансформації нематеріальних активів та їх ролі у забезпеченні конкурентоспроможності. Зокрема, у працях В. Тарасевича [3], В. Білоцерківця, О. Завгородньої [4] та інших дослідників розкриваються особливості цифровізації економіки, трансформації механізмів створення вартості, розвитку цифрових платформ та інноваційних моделей господарювання. Окрему увагу приділено впливу цифрових технологій на конкурентні переваги підприємств, насамперед у високотехнологічних та ІТ-орієнтованих секторах економіки [5].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас більшість наявних досліджень концентрується переважно на характеристиці окремих видів нематеріальних активів або результатах їх використання. Натомість недостатньо розкритими залишаються питання трансформації специфічних властивостей нематеріальних активів у стратегічні ефекти, конкурентні переваги та конкурентоспроможність в умовах цифровізації економіки. Це зумовлює необхідність дослідження механізму такого впливу з урахуванням цифрових модифікацій базових форм конкурентного впливу нематеріальних активів.

Метою статті є розвиток теоретичних засад дослідження механізму впливу нематеріальних активів на конкурентоспроможність в умовах цифровізації економіки на основі визначення цифрових модифікацій базових форм конкурентного впливу, виявлення стратегічних ефектів їх реалізації та обґрунтування логіки формування відтворюваних конкурентних переваг.

Вклад основного матеріалу дослідження. Однією з визначальних тенденцій

розвитку сучасної економіки є посилення ролі нематеріальних активів у формуванні вартості, інноваційного потенціалу та конкурентних позицій економічних суб'єктів. Якщо в індустріальну епоху ключовими джерелами конкурентних переваг виступали матеріальні ресурси та виробничі потужності, то в умовах цифровізації дедалі більшого значення набувають знання, дані, програмне забезпечення, бренди, репутація, цифрові платформи та інші форми нематеріального капіталу. За даними Osean Tomo, частка нематеріальних активів у ринковій капіталізації компаній індексу S&P 500 зростає з 17 % у 1975 р. до близько 92 % у 2025 р. [6], що свідчить про їх трансформацію з допоміжного ресурсу у ключовий фактор економічного розвитку та конкурентоспроможності.

Водночас зростання економічної значущості нематеріальних активів не означає автоматичного виникнення конкурентних переваг. Однакові за складом активи можуть забезпечувати різні результати залежно від способів їх використання та інтеграції у діяльність економічної системи. Тому конкурентоспроможність доцільно розглядати як результат послідовної трансформації властивостей нематеріальних активів через форми конкурентного впливу, стратегічні ефекти та конкурентні переваги.

Конкурентний вплив нематеріальних активів зумовлений їхніми специфічними характеристиками – невичерпністю, масштабованістю, комплементарністю, здатністю до накопичення, мережевого поширення та генерації зростаючої віддачі [1; 2]. Відповідно формуються інноваційно-генераційна, репутаційно-брендингова, вартісно-капіталізаційна, екосистемна та інформаційно-аналітична форми впливу [1; 4; 7]. Кожна з них відображає окремий спосіб практичного використання активів у процесі створення вартості та взаємодії з ринковим середовищем.

Виділені форми не існують ізольовано одна від одної. Як показує порівняльна систематизація прикладів впливу нематеріальних активів на конкурентоспроможність українських компаній (табл. 1), у реальній економічній практиці вказані форми створюють складну систему взаємопов'язаних впливів, у межах якої один і той самий нематеріальний актив може одночасно брати участь у реалізації кількох форм конкурентного впливу. Саме їхня взаємодія забезпечує формування стратегічних ефектів, які виступають проміжною

ланкою механізму трансформації нематеріальних активів у конкурентоспроможність.

Цифровізація суттєво модифікує механізми конкурентного впливу нематеріальних активів. Якщо в доцифровій економіці нематеріальні активи впливали на конкурентні позиції переважно через інновації, репутацію, капіталізацію, інформаційні ресурси та міжорганізаційні зв'язки, то в цифровому середовищі ці форми набувають нових характеристик, пов'язаних із даними, алгоритмами, платформними архітектурами та цифровими екосистемами.

Насамперед трансформується інформаційно-аналітична форма впливу. У доцифровій економіці інформаційні ресурси створювали конкурентні переваги завдяки кращому доступу до знань, аналітики або ринкової інформації. У цифровому середовищі ключового значення набуває не сам факт володіння інформацією, а здатність безперервно збирати, обробляти та використовувати великі масиви даних у режимі реального часу. Дані перетворюються на інфраструктурний ресурс, а алгоритми машинного навчання – на інструмент їх економічної реалізації. У результаті конкурентний вплив формується через інформаційну асиметрію, коли підприємство отримує можливість швидше інтерпретувати ринкові сигнали, прогнозувати поведінку споживачів і приймати рішення раніше за конкурентів.

Суттєвої трансформації зазнає й екосистемна форма впливу. Якщо раніше міжфірмові зв'язки виконували переважно координаційну функцію, то у цифровому середовищі її ключовим проявом стає платформна оркестрація. Цифрові платформи не лише координують взаємодію учасників, а й формують правила доступу до ринку, архітектуру обміну даними та механізми розподілу створеної цінності. Унаслідок цього конкурентний вплив визначається вже не окремими ресурсами учасників мережі, а здатністю платформи управляти взаємозалежностями між ними.

Репутаційно-брендингова форма впливу також набуває нових рис. У цифровому середовищі репутація дедалі меншою мірою визначається результатами традиційних маркетингових комунікацій і дедалі більшою – цифровими сигналами довіри: рейтингами, відгуками, рекомендаціями, поведінковими оцінками та алгоритмічним ранжуванням. Відповідно конкурентний вплив формується через цифрове позиціонування, коли репутація виступає не лише характеристикою бренду,

Таблиця 1

Приклади впливу нематеріальних активів (НМА) на конкурентоспроможність на рівні вітчизняних компаній

Компанія	Регіон / галузь	Тип НМА	Тип форми впливу	Результат
АТ «Інтер-пайп»	Дніпропетровська обл. / металургія	Патенти, бренд, ноу-хау, R&D	Інноваційно-генераційний / Вартісно-капіталізаційний	Продуктова унікальність; технологічне лідерство; доступ до преміум-ринків
Монобанк	Київ / фінанси	UX-дизайн, онлайн-бренд, цифрова лояльність	Репутаційно-брендинговий / Інформаційно-аналітичний	Завоювання ринку, низька вартість залучення клієнта, вірусна маркетингова модель
Grammarly	Київ – Сан-Франциско / ІТ	Алгоритми, мовні моделі, дані	Інформаційно-аналітичний / Екосистемний	Глобальне охоплення, ефект мережи, алгоритмічна унікальність
Reface	Київ / deep tech	AI-моделі, дата-сети, user engagement	Інформаційно-аналітичний / Репутаційно-брендинговий	Вірусне поширення, експоненційне зростання бази користувачів
Фармак	Київ / фармацевтика	Патенти, дослідницький капітал, наукові розробки	Інноваційно-генераційний / Вартісно-капіталізаційний	Ринкова домінантність у генериках (щодо небрендових продуктів); експансія на експортні ринки
НВО «Півден-маш»	Дніпро / аерокосмічна галузь	Інженерні компетенції, технічні стандарти, патентне портфоліо	Інноваційно-генераційний / Репутаційно-брендинговий	Доступ до міжнародних контрактів, підтримка іміджу наукоємної промисловості

Джерело: сформовано автором на основі [8-13]

а й фактором його алгоритмічної видимості у цифровому середовищі. У таких умовах репутаційний капітал безпосередньо впливає на доступ до споживача та швидкість прийняття ним рішення.

Інноваційно-генераційна форма впливу в умовах цифровізації також змінює свою природу. Якщо традиційно інноваційний потенціал асоціювався переважно зі створенням нових продуктів або технологій, то цифрові нематеріальні активи забезпечують можливість безперервного експериментування та швидкої адаптації бізнес-моделі. Завдяки використанню аналітики в реальному часі, алгоритмів штучного інтелекту, цифрових платформ та генеративних технологій інноваційність дедалі більше проявляється у здатності оперативно змінювати логіку ство-

рення цінності відповідно до змін зовнішнього середовища. У результаті конкурентний вплив реалізується через цифрову гнучкість – цифрову модифікацію інноваційно-генераційної форми впливу, що відображає здатність підприємства швидко реконфігурувати продукти, сервіси, бізнес-процеси та способи взаємодії зі споживачами.

Вартісно-капіталізаційна форма також змінює способи реалізації. За умов цифрової економіки капіталізація дедалі більше залежить від здатності нематеріальних активів масштабуватися через цифрові середовища, мережеві взаємодії та алгоритмічні механізми створення вартості. Внаслідок цього економічний ефект формується не лише через безпосереднє використання активу, а й через його здатність генерувати вторинні

та похідні ефекти у цифрових екосистемах. Цей процес реалізується через екстерналії даних – цифрову модифікацію вартісно-капіталізаційної форми впливу, за якої кожне нове використання цифрового активу збільшує обсяг доступних даних, підвищує якість алгоритмів та створює додаткову цінність для інших учасників системи. У результаті ринкова капіталізація компаній дедалі більше відображає очікування щодо їхньої здатності генерувати та масштабувати такі цифрові ефекти, а не лише поточні результати діяльності.

Таким чином, цифровізація не формує принципово нових форм конкурентного впливу нематеріальних активів, проте істотно трансформує способи реалізації базових. Відповідно екосистемна форма набуває прояву через платформну оркестрацію, інформаційно-аналітична – через інформаційну асиметрію, репутаційно-брендингова – через цифрове позиціонування, інноваційно-генераційна – через цифрову гнучкість, а вартісно-капіталізаційна – через екстерналії даних, що забезпечують масштабування та мультиплікативне відтворення створеної цінності. Саме ці цифрові модифікації базових форм конкурентного впливу визначають специфіку трансформації нематеріальних активів у конкурентні переваги в умовах цифрової економіки.

Цифрові реконфігурації базових форм конкурентного впливу нематеріальних активів не створюють конкурентних переваг безпосередньо. Їх результатом виступають стратегічні ефекти, які відображають трансформацію специфічних властивостей активів у нові функціональні можливості економічної системи та є проміжною ланкою між нематеріальними активами і конкурентними перевагами. На відміну від конкурентних переваг, стратегічні ефекти характеризують зміни у здатності економічної системи створювати цінність, адаптуватися до змін середовища та взаємодіяти з користувачами, але самі по собі ще не визначають її ринкової позиції. У цифровій економіці вони формуються внаслідок взаємодії різних видів цифрових нематеріальних активів, тому вирішального значення набуває здатність інтегрувати їх у цілісну систему створення цінності.

Аналіз цифрових модифікацій базових форм конкурентного впливу дозволяє виокремити п'ять ключових стратегічних ефектів: мережевий ефект, поведінкову адаптивність, алгоритмічну чутливість, цифрову довіру та time-to-market реакцію. Кожен із них відобра-

жає окремий напрям трансформації нематеріальних активів у функціональні можливості економічного суб'єкта.

Мережевий ефект характеризує здатність системи нарощувати власну цінність у міру збільшення кількості учасників взаємодії. Його джерелом виступають платформні та екосистемні форми організації економічної діяльності, у межах яких кожен новий учасник підсилює корисність мережі для інших користувачів. Поведінкова адаптивність відображає здатність цифрових систем враховувати та використовувати поведінкові патерни користувачів для персоналізації взаємодії та формування стійких моделей залучення. На відміну від традиційних форм сегментації, вона базується на безперервному аналізі поведінкових даних та динамічному налаштуванні взаємодії в режимі реального часу. Алгоритмічна чутливість характеризує здатність економічної системи своєчасно виявляти зміни у поведінці користувачів, ринкових сигналах або зовнішньому середовищі та перетворювати їх на управлінські рішення. Її формування пов'язане із використанням алгоритмів штучного інтелекту, машинного навчання та аналітики даних. Цифрова довіра виникає як результат функціонування цифрових репутаційних механізмів і відображає готовність користувачів взаємодіяти з продуктом, платформою або брендом в умовах інформаційної невизначеності. У цифровому середовищі довіра дедалі частіше формується не через особистий досвід, а через систему репутаційних сигналів, рейтингів, відгуків та рекомендацій. Time-to-market/часова реакція відображає здатність швидко перетворювати інформацію про зміни середовища на нові продукти, сервіси або організаційні рішення. Її значення зростає в умовах високої швидкості технологічних змін, коли конкурентна перевага дедалі більше залежить від швидкості реагування, а не лише від обсягу ресурсів.

Ключовою умовою трансформації стратегічного ефекту у конкурентну перевагу виступає його інституціоналізація, тобто закріплення у процесах, алгоритмах, управлінських практиках, стандартах взаємодії та поведінкових моделях економічної системи. Саме внаслідок інституціоналізації стратегічний ефект набуває форми конкурентної переваги як стабілізованої ринкової асиметрії, здатної генерувати надлишкову вигоду порівняно з конкурентами.

Таким чином, кожному стратегічному ефекту відповідає певна форма конкурент-

ної переваги як його стабілізована ринкова реалізація. Мережевий ефект трансформується у перевагу мережевого масштабування; поведінкова адаптивність – у поведінкову перевагу; алгоритмічна чутливість – в інформаційну перевагу; цифрова довіра та конверсійна дія – у конверсійну перевагу; time-to-market реакція – у часову (time-to-market) перевагу.

Для забезпечення можливості емпіричної ідентифікації конкурентних переваг доцільною є їх операціоналізація через відповідні форми прояву та систему вимірюваних індикаторів (табл. 2).

Запропонований підхід розвиває класичну ресурсну логіку (RBV/VRIO), зміщуючи акцент з властивостей ресурсу на механізм формування конкурентної переваги. Якщо у межах RBV джерелом переваги виступають цінні, рідкісні та важко імітовані ресурси, то в цифровому середовищі визначального значення набуває здатність трансформувати цифрові нематеріальні активи у стратегічні ефекти та забезпечувати їх інституціоналізацію. Це пов'язано з тим, що багато цифрових акти-

вів можуть бути частково відтворені або технологічно скопійовані, тоді як стійка конкурентна перевага формується через закріплення створених ефектів у процесах, алгоритмах, управлінських практиках і поведінкових моделях. У такій логіці конкурентна перевага розглядається як результат послідовної трансформації нематеріальних активів через форми конкурентного впливу та сформовані стратегічні ефекти.

Водночас виникнення конкурентної переваги ще не означає формування конкурентоспроможності, яка визначається не стільки наявністю окремих переваг, скільки дієвістю форм їх закріплення та відтворення – інституціоналізації, інфраструктуризації, масштабування, оркестрації, циркуляризації даних, адаптивної реконфігурації та репутаційно-брендової капіталізації.

Логіку взаємозв'язку між нематеріальними активами, формами їх конкурентного впливу, стратегічними ефектами, механізмами їх закріплення та відтворення, а також формуванням конкурентоспроможності узагальнено на рис. 1.

Таблиця 2

Конкурентні переваги цифрової економіки: суть і форми прояву

Конкурентна перевага	Визначення (сутність)	Форми прояву / операційні індикатори
Перевага мережевого масштабування	Стійке ринкове становище платформи, за якого зростання кількості учасників системно підсилює її відносну цінність і підвищує бар'єри входу для конкурентів.	Темп приросту користувачів; коефіцієнти мережевої взаємодії; частка органічного залучення; показники утримання та екосистемної вбудованості.
Поведінкова перевага	Стійка здатність формувати, спрямовувати та утримувати поведінкові траєкторії користувачів таким чином, що це забезпечує стійкішу взаємодію, вищу залученість і нижчу ймовірність переходу до конкурентів	Рівень активності та залученості (DAU/WAU); тривалість життєвого циклу клієнта (CLV); коефіцієнт відтоку (churn); частота повторної взаємодії.
Інформаційна перевага	Стійка асиметрія в якості та швидкості обробки даних та прийняття рішень, що забезпечує системне випередження конкурентів у прогнозуванні та адаптації до змін середовища.	Точність предиктивних моделей; швидкість обробки даних; рівень персоналізації; приріст конверсії за однакової аудиторії.
Конверсійна перевага	Стійко вища ефективність перетворення довіри та залученості користувачів на економічний результат.	Показники конверсії (CR); співвідношення CAC/LTV; індекси задоволеності (NPS); здатність утримувати цінову премію.
Time-to-market перевага	Системне випередження конкурентів у швидкості розробки, впровадження та масштабування продуктів у відповідь на ринкові сигнали.	Тривалість інноваційного циклу; частота релізів; швидкість реакції на зміни попиту; скорочення лагу між сигналом і пропозицією.

Джерело: сформовано автором на основі: [14-17]



Рис. 1. Механізм конкурентного впливу нематеріальних активів в умовах цифровізації економіки

Джерело: сформовано автором

Інституціоналізація забезпечує закріплення переваг у правилах, процедурах та управлінських практиках; інфраструктуризація – їх інтеграцію в технологічну та організаційну архітектуру; масштабування – поширення досягнутого ефекту на нові ринки, сегменти та сфери діяльності; оркестрація – координацію взаємодії учасників екосистеми; циркуляризація даних – самопідсилювальне накопичення інформаційних ресурсів через цикли зворотного зв'язку; адаптивна реконфі-

гурація – здатність до постійного оновлення сформованих переваг відповідно до змін зовнішнього середовища; репутаційно-брендова капіталізація – конвертацію досягнутих результатів у довіру, легітимність та ринкове визнання.

Таким чином, конкурентоспроможність формується не як прямий результат наявності нематеріальних активів, а як наслідок їх послідовної трансформації через форми конкурентного впливу, стратегічні ефекти, меха-

нізми їх закріплення та відтворення конкурентних переваг. При цьому ефективність кожного елемента залежить від узгодженості функціонування всієї системи, і водночас ослаблення або відсутність одного з компонентів знижує здатність системи до формування та відтворення конкурентоспроможності. Запропонований підхід розвиває положення ресурсного підходу, зміщуючи фокус аналізу з атрибутів нематеріальних активів на процеси формування, закріплення та відтворення конкурентних переваг. У такій логіці конкурентоспроможність постає не як статичний результат володіння певними ресурсами, а як динамічна здатність економічної системи безперервно генерувати, інституціоналізувати та масштабувати стратегічні ефекти, сформовані на основі нематеріальних активів.

Висновки. У результаті дослідження встановлено, що вплив нематеріальних активів на конкурентоспроможність економічних систем має опосередкований характер і реалізується через послідовність «форми конкурентного впливу – стратегічні ефекти – конкурентні переваги». Це дозволило уточнити механізм трансформації нематеріальних активів у конкурентні результати та обґрунтувати їх визна-

чальну роль у забезпеченні конкурентоспроможності в умовах цифрової економіки.

Доведено, що цифровізація не змінює сутності конкурентного впливу нематеріальних активів, проте суттєво трансформує способи його реалізації. Конкурентні переваги дедалі більшою мірою формуються на основі даних, цифрових платформ, алгоритмів, мережових ефектів і цифрової репутації, що розширює можливості використання нематеріальних активів у конкурентній боротьбі.

Обґрунтовано, що стратегічні ефекти виступають ключовою проміжною ланкою між нематеріальними активами та конкурентними перевагами, оскільки відображають зміни у можливостях економічної системи. Конкурентні переваги виникають унаслідок закріплення таких ефектів у формі відтворюваних ринкових асиметрій, які забезпечують стійкі відмінності в результатах діяльності.

Практичне значення одержаних результатів полягає у формуванні теоретико-методологічної основи для розроблення стратегій управління нематеріальними активами та підвищення конкурентоспроможності економічних систем різних рівнів в умовах цифрової трансформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Haskel J., Westlake S. *Capitalism without Capital: The Rise of the Intangible Economy*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 2018. x, 278 p.
2. Brynjolfsson E., McAfee A. *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. New York: W. W. Norton & Company, 2014. 306 p.
3. Тарасевич В. М. До теоретичного розуміння смарт-економіки. *Економіка України*. 2024. Т. 67, № 10 (755). С. 92–112. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.10.092>
4. Білоцерківець В.В., Завгородня О.О. Напрями удосконалення механізму управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств в умовах інформаційно-інноваційного сьогодення: від автономії до калібрації й комплаєнсу. *Проектний та логістичний менеджмент: нові знання на базі двох методологій*. Том 7: збірник наукових праць. Одеса: КУПРІЄНКО СВ, 2023. 198 с.
5. Лець В., Чимириш В. Інноваційно активні підприємства крізь призму капітальних інвестицій в матеріальні та нематеріальні активи. *Економіка та суспільство*. 2025. № 72. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-70>
6. Intangible Asset Market Value Study. Ocean Tomo LLC. Ocean Tomo: website. Chicago, 2020. URL: <https://www.oceantomo.com/intangible-asset-market-value-study/> (дата звернення: 02.06.2026).
7. Сарай Н. І., Григорук, А. А., Литвин, Л. М. Формування конкурентних переваг підприємства на міжнародному ринку. *Трансформаційна економіка*. 2024. Вип. 1 (06). С. 58–62. DOI: 10.32782/2786-8141/2024-6-11.
8. Interpipe Holdings PLC. *Annual Report 2022 / Consolidated Financial Statements*. Kyiv: Interpipe Holdings PLC, 2024. URL: <https://interpipe.biz/upload/2fe3a7cfe2039334e9d13a9d03333ffb.pdf> (дата звернення: 02.06.2026).
9. McKinsey & Company. *Global Banking Annual Review 2022*. New York, 2022. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights> (дата звернення: 07.06.2026).
10. Forbes. Grammarly | Company Profile & Valuation. *New York: Forbes Media, 2025*. URL: <https://www.forbes.com/companies/grammarly/> (дата звернення: 07.06.2026).
11. Reface AI. *Company overview and innovation activities*. Kyiv: Reface AI, 2018–2025. URL: <https://reface.ai/about> (дата звернення: 07.06.2026).

12. Farmak JSC. "We are working to bring victory closer": Farmak summed up the results of 2022. Kyiv: Farmak JSC, 25 Jan 2023. URL: <https://farmak.ua/en/publication/we-are-working-to-bring-victory-closer-farmak-summed-up-the-results-of-2022> (дата звернення: 07.06.2026).
13. State Enterprise "Production Association Pivdenmash named after A.M. Makarov": official website. Dnipro. URL: <https://yuzhmash.com/ua/pro-kompaniyu/> (дата звернення: 07.06.2026).
14. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). 2024. OECD Digital Economy Outlook 2024. Paris: *OECD Publishing*. DOI: <https://doi.org/10.1787/a1689dc5-en>
15. World Intellectual Property Organization (WIPO). 2025. World Intangible Investment Highlights 2025: Better Data for Better Policy. Geneva: *WIPO Publishing*. DOI: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-rn2025-8-en-world-intangible-investment-highlights.pdf>
16. Forrester. 2023. User Behavior Signals in AI Feedback Loops URL: <https://www.forrester.com/report/user-behavior-signals-in-ai-feedback-loops/> (дата звернення: 07.06.2026).
17. Accenture. 2023. Technology Vision 2023: When Atoms Meet Bits – The Foundations of Our New Reality – Accenture. URL: <https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/accenture-com/a-com-custom-component/iconic/document/Accenture-Technology-Vision-2023-Executive-Summary-UK.pdf> (дата звернення: 07.06.2026).

REFERENCES:

1. Haskel J., Westlake S. Capitalism without Capital: The Rise of the Intangible Economy. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 2018. x, 278 p.
2. Brynjolfsson E., McAfee A. The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. New York: W. W. Norton & Company, 2014. 306 p.
3. Tarasevych V. M. Do teoretychnoho rozuminnia smart-ekonomiky [Towards a theoretical understanding of the smart economy]. *Ekonomika Ukrainy*. 2024. V. 67, № 10 (755). P. 92–112. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.10.092> (in Ukrainian)
4. Bilotserkivets V.V., Zavhorodnia O.O. Napriamy udoskonalennia mekhanizmu upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstv v umovakh informatsiino-innovatsiinoho sohodennia: vid avtonomii do kalaboratsii y komplaiensu. [Directions for improving the mechanism of international competitiveness management of enterprises in the information-innovation era: from autonomy to collaboration and compliance]. *Proiektnyi ta lohistychnyi menedzhment: novi znannia na bazi dvokh metodolohii*. Odesa: 2023 198 p. (in Ukrainian)
5. Lets V., Chymyrys V. Innovatsiino aktyvni pidpriemstva kriz pryzmu kapitalnykh investytsii v materialni ta nematerialni aktyvy. [Innovatively active enterprises through the prism of capital investments in tangible and intangible assets]. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2025. № 72. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-70> (in Ukrainian)
6. Intangible Asset Market Value Study / Ocean Tomo LLC // Ocean Tomo: website. Chicago, 2020. Available at: <https://www.oceantomo.com/intangible-asset-market-value-study/> (accessed June 02, 2026).
7. Sarai, N. I., Hryhoruk, A. A., Lytvyn, L. M. Formuvannia konkurentnykh perevah pidpriemstva na mizhnarodnomu rynku [Formation of an enterprise's competitive advantages in the international market]. *Transformatsiina ekonomika*. 2024. Vol. 1 (06). P. 58–62. DOI: 10.32782/2786-8141/2024-6-11. (in Ukrainian)
8. Interpipe Holdings PLC. Annual Report 2022 / Consolidated Financial Statements. Kyiv: Interpipe Holdings PLC, 2024. Available at: <https://interpipe.biz/upload/2fe3a7cfe2039334e9d13a9d03333ffb.pdf> (accessed June 02, 2026).
9. McKinsey & Company. Global Banking Annual Review 2022. New York, 2022. Available at: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights> (accessed June 07, 2026).
10. 10. Forbes. Grammarly | Company Profile & Valuation. New York: *Forbes Media*, 2025. Available at: <https://www.forbes.com/companies/grammarly/> (accessed June 07, 2026).
11. Reface AI. Company overview and innovation activities. Kyiv: Reface AI, 2018–2025. Available at: <https://reface.ai/about> (accessed June 07, 2026).
12. Farmak JSC. "We are working to bring victory closer": Farmak summed up the results of 2022. Kyiv: Farmak JSC, 25 Jan 2023. Available at: <https://farmak.ua/en/publication/we-are-working-to-bring-victory-closer-farmak-summed-up-the-results-of-2022> (accessed June 07, 2026).
13. State Enterprise "Production Association Pivdenmash named after A.M. Makarov": official website. Dnipro. Available at: <https://yuzhmash.com/ua/pro-kompaniyu/> (accessed June 07, 2026).
14. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). 2024. OECD Digital Economy Outlook 2024. Paris: *OECD Publishing*. DOI: <https://doi.org/10.1787/a1689dc5-en>

15. World Intellectual Property Organization (WIPO). 2025. World Intangible Investment Highlights 2025: Better Data for Better Policy. Geneva: *WIPO Publishing*. DOI: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-rn2025-8-en-world-intangible-investment-highlights.pdf>
16. Forrester. 2023. User Behavior Signals in AI Feedback Loops. Available at: <https://www.forrester.com/report/user-behavior-signals-in-ai-feedback-loops/> (accessed June 07, 2026).
17. Accenture. 2023. Technology Vision 2023: When Atoms Meet Bits – The Foundations of Our New Reality. *Accenture*. Available at: <https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/accenture-com/a-com-custom-component/iconic/document/Accenture-Technology-Vision-2023-Executive-Summary-UK.pdf> (accessed June 07, 2026).

Дата надходження статті: 17.06.2026

Дата прийняття статті: 08.07.2026

Дата публікації статті: 10.07.2026