

УДК 330.133.2

**Г. М. КОЛОМІЄЦЬ**

доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри економічної теорії та економічних  
методів управління Харківського національного  
університету імені В. Н. Каразіна  
52-melen@mail.ru  
ORCID ID: 0000-0003-4561-0550



**О. В. МЕЛЕНЦОВА**

кандидат економічних наук, доцент кафедри  
економічної теорії та економічних методів  
управління Харківського національного  
університету імені В. Н. Каразіна  
melentsovaolga@inbox.ru  
ORCID ID: 0000-0003-1276-633X



**Д. К. КОНДРАТЕНКО**

аспірантка кафедри економічної теорії  
та економічних методів управління  
Харківського національного університету  
імені В. Н. Каразіна  
dashateen@mail.ru



**В. М. ОСНАДЧУК**

магістрант кафедри економічної теорії  
та економічних методів управління  
Харківського національного університету  
імені В. Н. Каразіна  
vickyclarson@gmail.com



## **НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ ЯК АКТУАЛЬНИЙ ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ РИНКОВОЇ ЦІНИ КОМПАНІЇ<sup>1</sup>**

У статті на основі розгляду структури нематеріальних активів показано, що інтегруючим показником є репутація компанії. Її фундаментом є знання, консолідова-

<sup>1</sup> Стаття підготовлена в процесі виконання планової теми науково-дослідної роботи кафедри економічної теорії та економічних методів управління Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна «Актуальні траєкторії інформаційної економіки: імператив стійкої динаміки глобального господарства» (№ державної реєстрації 0114U000125).

ні компанією. Доводиться, що розвиток нематеріальних активів обумовлений не тільки зусиллями самої компанії, але і розвитком людського потенціалу, умовами ведення бізнесу в національній господарській системі. Узагальнено міжнародні порівняння позиції України, які свідчать про можливість для національного бізнесу нарощування нематеріальних активів.

**Ключові слова:** нематеріальні активи компанії, знаннєві активи, фактори макросередовища розвитку нематеріальних активів.

**JEL Classification:** L1, M1, M3.

**Постановка проблеми.** Подолання кризових явищ, поживавлення економіки обумовлені здатністю компаній вибирати і реалізовувати стратегії розвитку, залучаючи інвестиції. Розмір інвестицій і кредитозаємність компанії залежать від її ринкової ціни, на яку в сучасних умовах все більший вплив мають нематеріальні активи. У міру розвитку суспільства, трансформації його технологічної основи змінюються зміст і структура цього феномену і відповідно факторів його підвищення. Наукове узагальнення й осмислення цього процесу, використання висновків у бізнес-практиці послужить підставою підвищення конкурентних переваг компанії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** показує, що різні аспекти ринкової ціни компанії досліджуються фахівцями фінансової науки, менеджменту, бухгалтерського обліку (Роберт Ф. Ралі і Роберт П. Швайс [1], А. Остервальдер [2], Д. Ендрюс [3], П. Друкер [4], Л. Барух [5]).

При цьому в основному вони відображені в навчальній і монографічній літературі. Новітні тенденції, як правило, оперативно узагальнюються в періодичних наукових виданнях. Як свідчить Google scholar, з 2010 р. проблеми нематеріальних активів у сучасних умовах активної уваги не привертають [6]. Останнім часом популярним є порівняння ринкової ціни брэнда, однієї зі складових нематеріальних активів [7], що пов'язано з розвитком оболонкової стратегії бізнесу. Однак у цілому проблема нематеріальних активів компанії – їх структури, необхідності і чинників розвитку всіх складових – залишається недостатньо вивченою.

**Формулювання цілей.** Мета статті – узагальнити підходи до трактування змісту нематеріальних активів, класифікувати фактори росту цієї найважливішої складової ринкової ціни компанії, звернувши увагу на роль національної господарської системи у створенні потенціалу розвитку нематеріальних активів.

**Виклад основного матеріалу.** На сучасному етапі розвитку економіки актуальною є проблема підвищення та управління ринковою ціною компанії. У цих процесах значну роль відіграють нематеріальні активи.

Експерти розглядають поняття «нематеріальні активи» як активи, які не мають безпосередньо матеріальної форми, входять до складу необоротних активів, але істотно впливають на ринкову ціну компанії. До складу нематеріальних активів, як правило, включають: знання, створене в організації, та її інтелектуальну власність, якість персоналу, якість управління, якість бізнес-моделі, репутацію. Однак роль окремих складових у цьому переліку неоднакова. Для підвищення ринкової ціни компанії ключове значення має репутація, яка є інтегрованим результатом якості управління, бізнес-моделі, персоналу, що розвиваються на основі створеної системи знань та інтелектуальної власності компанії (рис. 1). «Ринкова вартість сучасної успішної компанії визначається не тільки і не стільки її матеріальними активами, вона може бути набагато вище її балансової вартості за рахунок нематеріальних активів, найважливішим з яких є репутація», – підкреслює Л. С. Сальнікова [8].

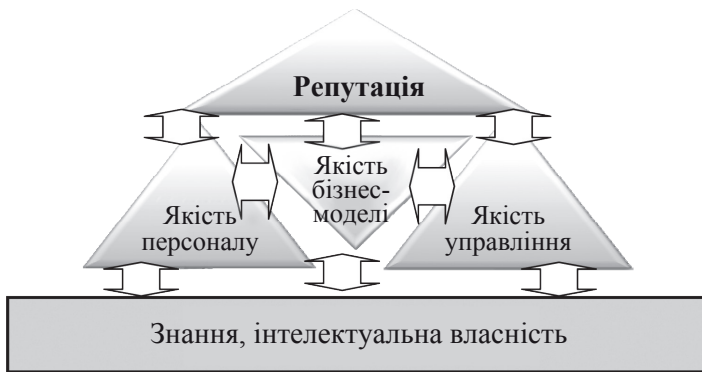


Рис. 1. Модель нематеріальних активів компанії (складено авторами)

Репутація компанії – це нематеріальний актив, фактор сприйняття компанії громадськістю. Репутація залежить від зрілості ринку, розвинених потреб клієнтів, відповідальної поведінки компаній. Репутацію необхідно постійно підтримувати.

А. Краснова, менеджер банку, розглядає репутацію як стійку думку про компанії, яка вимагає постійних вкладень [9]. О. Неретіна і О. Солдатова в статті «Ділова репутація компанії, її економічна і соціальна цінність» стверджують, що саме ділова репутація значно впливає на конкурентоспроможність компанії і її ринкову ціну. Саме репутація залучає інвесторів, несе в собі сукупність знань про організацію та інформацію про ставлення суб'єктів ринку до діяльності організації [10].

Репутація формується за рахунок клієнтської бази, довгострокових відносин з діловими партнерами, високої якості продукції.

Оскільки репутація – це нематеріальний актив, її важко виміряти, проте її цінність стає помітною з її зникненням. Це проявляється у втраті клієнтів, інвесторів та інших вигод організації.

Фундаментом формування і розвитку нематеріальних активів у сучасних умовах є знання, які продукуються в організації і охоплюють:

- технологічні ноу-хау;
- ноу-хау в галузі бізнес-процесів.

Вони включають як стандартизоване, так і неявне знання, яке складно піддається передачі. Істотне значення має і негативне знання, тобто знання про те, що не дозволяє досягти поставленої мети.

Знанневим активам властиві такі риси:

- вони не зникають у процесі їх використання;
- одночасно можуть використовуватися в декількох процесах;
- вони механічно не передаються, адже локалізовані не в одному робітнику, а в спільній діяльності і комунікаціях, що включають неявний компонент;
- не спадна, а підвищуюча віддача.

Такий фірмово-специфічний актив, зазначає Б. Клейн, створюється шляхом професійних комунікацій і формуванням ефективної команди та являє собою модель, в якій специфічне знання знаходиться за допомогою виробничого досвіду фірми (або як побічний продукт цього досвіду) [11]. Це унікальний актив, який створюється компетентною командою, яка усвідомлює довгострокову цінність клієнтів, уміє виділити цільову аудиторію, сформувані ціннісно таргетовану пропозицію, постійно підтримуючи базу даних клієнтів, розвивати інтегровані маркетингові комунікації, зміцнювати партнерські відносини зі стейкхолдерами.

Необхідність оцінки нематеріальних активів розглядає О. Пригожин у статті «Нематеріальні активи: капіталізувати!». Складність полягає в тому, як кількісно визначити якісні параметри функціонування організації. Оцінка не може бути здійснена тільки прямо. Він структурує нематеріальні активи, параметризує кожну складову, О. Пригожин пропонує кілька критеріїв оцінки нематеріальних активів. Перший критерій – безпосередня і непряма прибутковість. Другий критерій оцінки – ранги нематеріальних активів (наприклад: чи варто ранжувати за фактичною, потенційною продуктивністю і за витратами). Автор віддає перевагу оцінці нематеріальних активів за причинно-наслідковим критерієм [12].

У даний час поширене звужене уявлення про те, що нематеріальні активи формуються тільки самою компанією. Але якщо розглядати конкурентні пере-

ваги в міжнародному контексті з позицій залучення інвестицій, стає ясно, що рівень розвитку особистого фактора компанії залежить від рівня освіти, спеціальної менеджерської і економічної освіти в країні. Основою розвитку нематеріальних активів у цілому є загальні параметри господарського середовища, а саме: рівень розвитку освіти, господарської культури, інформаційних технологій.

Важливий вплив на розвиток нематеріальних активів компаній справляє загальний рівень освіченості особистого фактора, показником якого може бути субіндекс «досягнення в галузі освіти» в індексі людського розвитку, який складається з показників:

- населення, що має, як мінімум, середню освіту,
- загальний коефіцієнт охоплення населення освітою,
- коефіцієнт вибуття з початкової школи,
- державні витрати на освіту.

Якщо порівняти показники Норвегії, яка займає перше місце за індексом людського розвитку, представленого в доповіді ПРООН 2015 р., і України, яка знаходиться на 81-му місці рейтингу (рис. 2), то за рівнем розвитку освіти вони розрізняються незначно. При цьому в Україні кількість людей з вищою освітою більша, ніж у Норвегії, а коефіцієнт вибуття з початкової школи значно нижчий. У той час як державні витрати на освіту практично однакові в обох країнах.

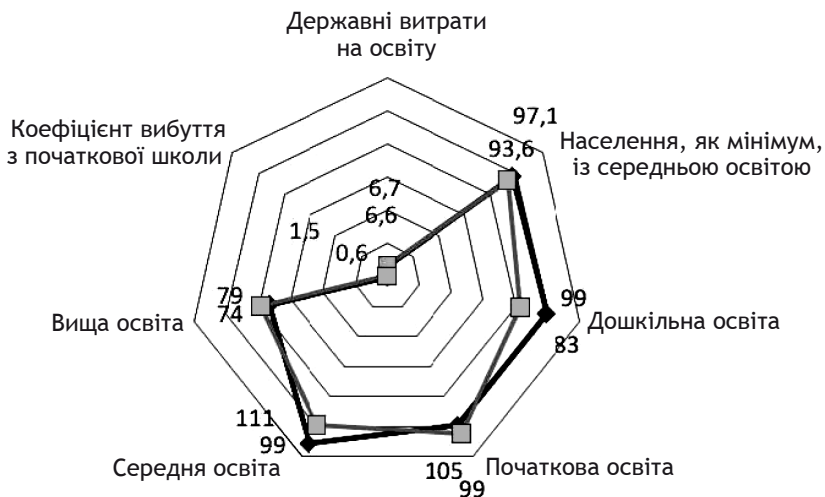


Рис. 2. Зіставлення за субіндексом «досягнення в галузі освіти»  
(складено авторами за матеріалом [13])

Таким чином, в Україні велика кількість освічених людей, що є основою для створення і нарощування нематеріальних активів бізнесу. Однак у країні високий рівень безробіття і низька зайнятість. За даними Міністерства соціальної політики України, рівень безробіття серед економічно активного населення зріс від 7,3% у 2013 р. до 10,3% в першому кварталі 2016 р. [14].

Це свідчить про недовикористання якісного потенціалу і підтверджується порівнянням Норвегії і України за субіндексом «праця і зайнятість» (рис. 3).

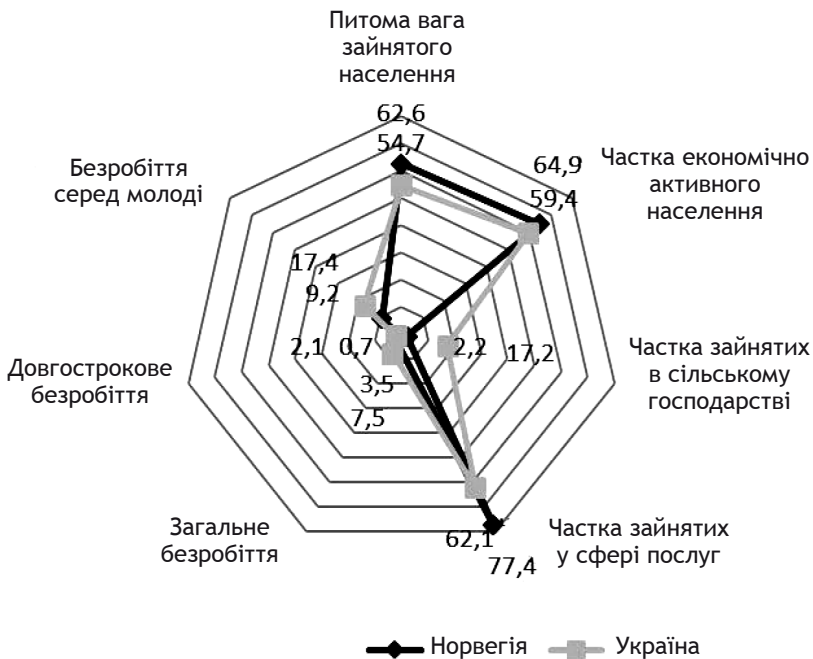


Рис. 3. Зіставлення за субіндексом «праця і зайнятість»  
(складено авторами за матеріалом [15])

В Україні домінуючою сферою зайнятості все більше стає сільське господарство, у той час як в інших сферах діяльності частка економічної активності низька. У країні відмічається високий рівень безробіття серед людей з вищою і середньою освітою.

Істотний розрив у рівні продуктивності свідчить про нереалізований потенціал і невідповідність структури професійної освіти структурі попиту на ринку праці (рис. 4). Результатом цих процесів є наростання «витоку мізків» і перш за все молоді за кордон.



Рис. 4. Зіставлення за продуктивністю праці  
(складено авторами за матеріалом [16])

Ключовим фактором успіху національних компаній у розвитку своїх нематеріальних активів є якість господарського середовища. Експерти Світового банку характеризують його, розраховуючи індекс ведення бізнесу, оцінюючи умови для:

- реєстрації підприємств,
- отримання дозволів на будівництво,
- підключення до системи електропостачання,
- реєстрації власності,
- кредитування,
- захисту інвесторів,
- оподаткування,
- міжнародної торгівлі,
- забезпечення виконання контрактів,
- ліквідації підприємств [17].

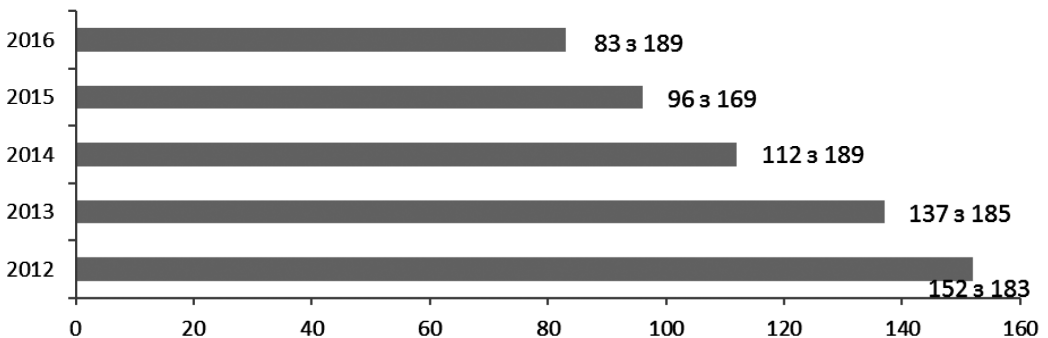
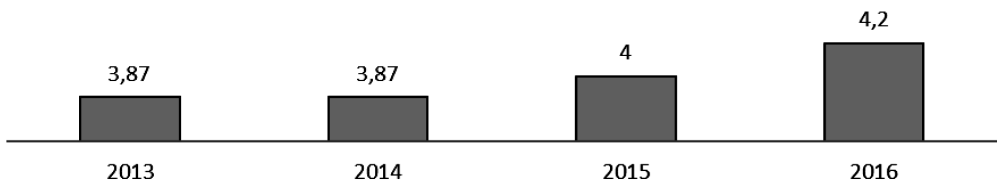


Рис. 5. Зміна місця України в рейтингу умов ведення бізнесу  
(складено авторами за матеріалом [18, р. 242])

В Україні відмічаються позитивні зміни умов ведення бізнесу (рис. 5). Істотними факторами, що визначають характер зовнішнього середовища та впливають на розвиток нематеріальних активів компаній, є поширеність новітніх інформаційних технологій, показником якої є індекс мережевої готовності. Україна за 2013, 2014, 2015, 2016 рр. показує позитивну динаміку (рис. 6).



*Рис. 6. Зміни індексу мережевої готовності України  
(складено авторами за матеріалами [18; 19; 20; 21])*

Відбулися позитивні зміни регуляторного середовища, а саме розвитку законодавства, пов'язаного з використанням ІКТ. Істотно збільшилася міжнародна пропускна здатність Інтернету. Збільшилися кількість інтернет-користувачів, використання ІКТ у процесі взаємодії організацій, використання Інтернету для продажу товарів, інвестування і навчання персоналу. Експерти Всесвітнього економічного форуму відзначили зростання впливу ІКТ на появу нового бізнесу і його організаційних моделей [18].

**Висновки.** Нематеріальні активи компанії набувають все більшого значення як фактор конкурентних переваг, що впливають на ринкову ціну компанії. Їх необхідно постійно підтримувати і розвивати. При цьому важливо звернути увагу на те, що стійкість зростання ринкової ціни компанії обумовлена як контрольованими, так і неконтрольованими компанією факторами. Основу формування і розвитку нематеріальних активів створюють розвиток національної господарської системи і людини в усіх її соціальних проявах, оскільки, з одного боку, розвиток освіти, спеціальної менеджерської і економічної освіти дозволяє формувати якісний персонал, якість управління і якість формування бізнес-моделі, розвиток інтелектуальної власності компанії, з іншого – репутація фірми як найважливіша складова нематеріальних активів компанії та їх зростання залежить від зрілості сформованого ринку, соціально мотивованої і розвиненої поведінки покупців. У сучасних умовах у національній економіці існують розриви між контрольованими і неконтрольованими фірмою факторами розвитку нематеріальних активів, що гальмує нарощування ринкової ціни і конкурентоспроможності із залучення інвестиційних ресурсів.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Reilly R. F. Valuing Intangible Assets / R. F. Reilly, R. P. Schweihs. – McGraw Hill Professional, 1999.
2. Кларк Т. Твоя бизнес-модель: Системный подход к построению карьеры / Т. Кларк, А. Остервальдер, Ив. Пинье. – М. : Альпина Паблишер, 2013. – 260 с.
3. Andrews D. Intangible Assets, Resource Allocation and Growth: A Framework for Analysis / D. Andrews, A. De Serres // OECD Economics Department Working Papers. – 2012. – No. 989. OECD Publishing, Paris.
4. Друкер П. Ф. Менеджмент : пер. с англ. / П. Ф. Друкер, Дж. А. Макьярелло. – М. : ООО «И. Д. Вильямс», 2010. – 704 с.
5. Барух Л. Нематериальные активы. Управление, измерение, отчетность / Л. Барух. – М. : ИД «Квинто-Консалтинг», 2003. – 240 с.
6. Google Scholar website [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://scholar.google.com.ua/>.
7. Смит Г. В. Оценка товарных знаков / Гордон В. Смит. – М. : ИД «Квинто-Консалтинг», 2010. – 384 с.
8. Сальникова Л. С. Позитивная деловая репутация как главное конкурентное преимущество компании / Л. С. Сальникова // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2016. – № 1. – С. 128–138.
9. Репутация: нематериальный актив, требующий больших материальных вложений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ishelp.ru/uprbiz/opit/reputk1.php>.
10. Неретина Е. А. Деловая репутация компании, ее экономическая и социальная ценность [Электронный ресурс] / Е. А. Неретина, Е. В. Солдатова. – Режим доступа: <http://www.ini21.ru/arhiv/1-2-11/1216.php>.
11. Клейн Б. Вертикальная интеграция как право собственности на организацию: еще раз об отношениях между «Фишер боди» и «Дженерал моторс» / Б. Клейн // Природа фирмы. – М. : Дело, 2001. – С. 336.
12. Пригожин А. И. Нематериальные активы: капитализировать! [Электронный ресурс] / А. И. Пригожин // Обществ. науки и современность, 2015. – Режим доступа: [ecsocman.hse.ru](http://ecsocman.hse.ru).
13. Human Development Report 2015. Education achievements [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hdr.undp.org/en/2015-report>.
14. Мінсоцполітики України [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://msp.gov.ua/timeline/?t=153&from=&till=&m=10#tagpanel>.
15. Human Development Report 2015. Work and employment [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hdr.undp.org/en/2015-report>.
16. Human Development Report 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hdr.undp.org/en/2015-report>.
17. Ведение бизнеса 2016. Измерение качества регулирования и эффективности [Электронный ресурс] : докл. Всемир. банка. – Режим доступа: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/22771/9781464806674.pdf?sequence=9&isAllowed=y>.
18. The Global Information Technology [Электронный ресурс] : Report 2016. – Режим доступа: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Global Information Technology\\_Report\\_2016.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global%20Information%20Technology_Report_2016.pdf).

19. The Global Information Technology [Електронний ресурс] : Report 2015. – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Global Information Technology\\_Report\\_2015.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global%20Information%20Technology_Report_2015.pdf).
20. The Global Information Technology [Електронний ресурс] : Report 2014. – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Global Information Technology\\_Report\\_2014.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global%20Information%20Technology_Report_2014.pdf).
21. The Global Information Technology [Електронний ресурс] : Report 2013. – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Global Information Technology\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global%20Information%20Technology_Report_2013.pdf).

## REFERENCES

1. Reilly R. F., Schweihs R. P. (1999) Valuing Intangible Assets. McGraw Hill Professional.
2. Clark T., Osterwalder A., Pine I. (2013) Tvoia biznes-model: Sistemnyi podkhod k postroeniiu karery. M. AlpynaPabliher.
3. Andrews D., A. de Serres (2012) Intangible Assets, Resource Allocation and Growth: A Framework for Analysis. *OECD Economics Department Working Papers*. 989. OECD Publishing, Paris.
4. Druker P. F., Makiarello J. A. (2010) Menedzhment. M. OOO «I. J. Williams».
5. Barukh L. (2003) Nematerialnye aktivy. Upravlenie, izmerenie, otchetnost. M. ID «Kvinto-Konsalting».
6. Google Scholar website. Retrieved from: <http://scholar.google.com.ua/>.
7. Smit Gordon V. (2010) Otsenka tovarnykh znakov. M. ID «Kvinto-Konsalting».
8. Salnikova L. S. (2016) Pozitivnaya delovaya reputatsiya kak glavnoe konkurentnoe preimushchestvo kompanii . ETAP: ekonomicheskaya teoriya, analiz, praktika. 1.128-138.
9. Reputatsiia: nematerialnyi aktiv, trebuiushchii bolshykh materialnykh vlozhenii Retrieved from: <http://bishelp.ru/uprbiz/opit/reputk1.php>.
10. Neretina E. A., Soldatova E. V. (2016) Delovaia reputatsiia kompanii, yeio ekonomicheskaii sotsialnaia tsennost : <http://www.ini21.ru/arhiv/1-2-11/1216.php>.
11. Kleyn B. (2001) Vertikalnaia integratsiia kak pravo sobstvennosti na organizatsiiu: eshche raz ob otnosheniakh mezhdru «Fisherbodi» i «Dzheneralmotors». Priroda firmy. M. Delo.
12. Prihozhyn A. Y. (2015) Nematerialnye aktivy: kapitalizirovat! Obschestvennye nauki i sovremennost. Retrieved from: [ecsocman.hse.ru](http://ecsocman.hse.ru).
13. Human Development Report 2015. Education achievements. Retrieved from: <http://hdr.undp.org/en/2015-report>.
14. Minsotpolitiki Ukrainy Retrieved from: <http://msp.gov.ua/timeline/?t=153&from=&till=&m=10#tagpanel>.
15. Human Development Report 2015. Work and employment. Retrieved from: <http://hdr.undp.org/en/2015-report>.
16. Human Development Report 2015. Retrieved from: <http://hdr.undp.org/en/2015-report>.
17. Vedenie biznesa 2016 Izmerenie kachestva rehulirovaniia i effektivnosti. Doklad Vsemynnoho banka. Retrieved from: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/22771/9781464806674.pdf?sequence=9&isAllowed=y>.

18. The Global Information Technology Report 2016. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Global Information Technology\\_Report\\_2016.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global%20Information%20Technology_Report_2016.pdf).
19. The Global Information Technology Report 2015. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Global Information Technology\\_Report\\_2015.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global%20Information%20Technology_Report_2015.pdf).
20. The Global Information Technology Report 2014. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalInformationTechnology\\_Report\\_2014.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalInformationTechnology_Report_2014.pdf).
21. The Global Information Technology Report 2013. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Global Information Technology\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global%20Information%20Technology_Report_2013.pdf).

Стаття надійшла до редакції 05.09.2016.

### **А. Н. КОЛОМИЕЦ**

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономической теории и экономических методов управления Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина

### **О. В. МЕЛЕНЦОВА**

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и экономических методов управления Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина

### **Д. К. КОНДРАТЕНКО**

аспирантка кафедры экономической теории и экономических методов управления Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина

### **В. М. ОСНАДЧУК**

магистрант кафедры экономической теории и экономических методов управления Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина

## **НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ КАК АКТУАЛЬНЫЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ РЫНОЧНОЙ ЦЕНЫ КОМПАНИИ**

В статье на основе рассмотрения структуры нематериальных активов показано, что интегрирующим показателем является репутация компании. Ее фундамент образуют знания, консолидированные компанией. Обосновывается, что развитие нематериальных активов обусловлено не только действиями компании, а и развитием человеческого потенциала, условиями ведения бизнеса в национальной хозяйственной системе. Обобщены международные сравнения позиции Украины, которые свидетельствуют о возможностях для национального бизнеса наращивания нематериальных активов.

**Ключевые слова:** нематериальные активы компании, знаниевые активы, факторы макросреды развития нематериальных активов.

**G. M. KOLOMIETS**

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of economic theory and economic methods of management V. N. Karazin Kharkiv National University

**O. V. MELENTSOVA**

PhD. (Economic Sciences), associate professor of the Department of economic theory and economic methods of management V. N. Karazin Kharkiv National University

**D. K. KONDRATENKO**

graduate student of the Department of economic theory and economic methods of management V. N. Karazin Kharkiv National University

**V. M. OSNADCHUK**

undergraduate of the Department of economic theory and economic methods of management V. N. Karazin Kharkiv National University

## **INTANGIBLE ASSETS AS A RELEVANT FACTOR IN INCREASING THE MARKET PRICE OF THE COMPANY**

**Problem setting.** Overcoming the crisis, economic recovery is determined by the ability of companies to choose and to implement the development strategy by attracting investment. The company's size of investment and the size of borrowing depend on its market price, which is increasingly influenced by intangible assets in modern conditions. With the development of society, with transforming of its technological foundations, the content and structure of this phenomenon are changing and, accordingly, its factors increase. Scientific generalization and understanding of the process, using the findings to business practices will serve as the basis of increasing competitive advantage.

**Recent research and publication analysis.** Different aspects of the market price of the company the experts of financial science, management, accounting are examined.

**Paper objective.** In this article the approach to understanding the essence of intangible assets, their structure and factors affecting the increase, are analyzed.

**Paper main body.** Authors, defining the content and basic elements of intangible assets, differentiate them by immediacy and mediation of influence on the formation of market prices. Integrating measure of the intangible assets is reputation. The foundation of the intangible assets is the knowledge, consolidated by the company, and this is its intellectual property. Knowledge as the assets is characterized by the following properties:

- It persists in its use;
- It can be used in several processes;
- It can't be mechanically transmitted, since it isn't localized in one worker, but in joint activities and communications;
- It contains implicit components;
- It hasn't declining return, but increased one.

**Conclusion of the research.** All the more important part of this unique asset, which is created by the competent team, is to understand the long-term value of customers, the

ability to identify the target audience, to create price-targeted proposal, to maintain the database of clients, to develop integrated marketing communication, to strengthen the partnerships with stakeholders.

#### **Short Abstract for an article**

**Abstract.** The article substantiates that the development of intangible assets is determined not only by the efforts of the company, but also by the potential of human resources of the national economic system, and by the conditions for business development. Overview data comparisons international position of Ukraine in terms of human development, indexes knowledge, network readiness that indicate opportunities for national business capacity intangible assets.

**Key words:** intangible assets of the company, knowledge assets, the factors of the macro-environment of the intangible assets' development.