



DOI: 10.58423/2786-6742/2025-11-458-470

УДК 657.471:655

Андрій СТРОЦЕНЬ

аспірант кафедри обліку і оподаткування
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль, Україна

ORCID ID: [0009-0001-8897-8489](https://orcid.org/0009-0001-8897-8489)

e-mail: a.strotsen@wunu.edu.ua

ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ ОБЛІКУ ТА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ КРЕАТИВНИХ ЕТАПІВ ДРУКАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

Анотація. В умовах цифрової трансформації поліграфічного виробництва постає потреба у розробленні нових підходів до обліку та оцінки ефективності креативних етапів друкарського циклу. Традиційні методи калькулювання не враховують специфіки творчих процесів, що характеризуються високою індивідуальністю, значною варіативністю часу виконання та впливом на кінцеву ринкову вартість продукції. Недостатня інтеграція креативного сегмента у систему управлінського обліку ускладнює стратегічне планування, обґрунтування інвестицій та оцінку конкурентних переваг підприємств. Метою дослідження є обґрунтування та розробка інноваційної моделі обліку та оцінки ефективності креативних етапів друкарського виробництва, що поєднує методологію time-driven activity-based costing (TDABC), інтеграцію з сучасними ERP/MIS системами та механізми економічної оцінки творчої складової продукції. Матеріалами дослідження слугували нормативно-правові акти, що регулюють питання бухгалтерського обліку та управління витратами, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних авторів у сфері обліку креативних індустрій, аналітичні звіти міжнародних організацій. Використано методи теоретичного узагальнення, порівняльного аналізу, формалізації, моделювання, а також інструменти управлінського обліку для оцінки часу та ресурсів, що використовуються для виконання творчих процесів. Модель передбачає виокремлення креативного етапу як самостійного центру витрат, визначення драйверів витрат на основі часу, інтеграцію облікових даних з цифровими платформами та застосування показника ROI креативних витрат. Такий підхід дозволяє точно відображати витрати, оптимізувати використання ресурсів, оцінювати економічну віддачу від творчої складової та підвищувати конкурентоспроможність друкарських підприємств.

Ключові слова. дизайн, друкарське виробництво, управлінський облік, креативні витрати, економічна ефективність.

JEL Classification: M41; D24; L23; L82; O33

Absztrakt. A nyomdaipari termelés digitális átalakulásának feltételei között szükségessé válik új megközelítések kidolgozása a nyomdai ciklus kreatív szakaszainak elszámolására és hatékonyságának értékelésére. A hagyományos kalkulációs módszerek nem veszik figyelembe az alkotói folyamatok sajátosságait, amelyeket a magas fokú egyediség, a végrehajtási idő jelentős változékonysága és a termék végső piaci értékére gyakorolt hatás jellemez. A kreatív szegmens nem megfelelő integrációja a vezetői számviteli rendszerbe megnehezíti a stratégiai tervezést, a beruházások megalapozását és a vállalatok versenyelőnyeinek értékelését. A kutatás célja a nyomdaipari termelés kreatív szakaszainak



elszámolására és hatékonyságvértékelésére szolgáló innovatív modell megalapozása és kidolgozása, amely ötvözi a time-driven activity-based costing (TDABC) módszertant, a modern ERP/MIS rendszerekkel való integrációt, valamint a termék kreatív összetevőjének gazdasági értékelési mechanizmusait. A kutatás anyagai a számvitelre és a költségkezelésre vonatkozó jogszabályok, a hazai és külföldi szerzők tudományos publikációi a kreatív iparágak számvitelének területén, valamint nemzetközi szervezetek elemző jelentései voltak. A kutatás során elméleti általánosítás, összehasonlító elemzés, formalizálás, modellezés módszereit, valamint a vezetői számvitel eszközeit alkalmazták a kreatív folyamatok végrehajtásához felhasznált idő és erőforrások értékelésére. A modell előírja a kreatív szakasznak önálló költségként történő elkülönítését, az időalapú költségokozók meghatározását, a számviteli adatok digitális platformokkal való integrációját, valamint a kreatív költségek ROI mutatójának alkalmazását. Ez a megközelítés lehetővé teszi a költségek pontos megjelenítését, az erőforrás-felhasználás optimalizálását, a kreatív összetevő gazdasági megtérülésének értékelését és a nyomdaipari vállalatok versenyképességének növelését.

Kulcsszavak: dizájn, nyomdaipari termelés, vezetői számvitel, kreatív költségek, gazdasági hatékonyság.

Abstract. In the context of the digital transformation of printing production, there is a need to develop new approaches to accounting and evaluating the efficiency of the creative stages of the printing cycle. Traditional costing methods do not take into account the specifics of creative processes, which are characterized by high individuality, significant variability in execution time, and an impact on the final market value of products. The insufficient integration of the creative segment into the management accounting system complicates strategic planning, investment justification, and the assessment of enterprises' competitive advantages. The purpose of the study is to substantiate and develop an innovative model for accounting and evaluating the efficiency of the creative stages of printing production, which combines the methodology of time-driven activity-based costing (TDABC), integration with modern ERP/MIS systems, and mechanisms for the economic assessment of the creative component of products. The materials of the study included regulatory and legal acts governing accounting and cost management, scientific publications by domestic and foreign authors in the field of accounting for creative industries, and analytical reports of international organizations. The study employed methods of theoretical generalization, comparative analysis, formalization, modeling, as well as management accounting tools to assess the time and resources used for performing creative processes.

The model provides for the separation of the creative stage as an independent cost center, the identification of cost drivers based on time, the integration of accounting data with digital platforms, and the application of ROI as a measure of creative expenditures. This approach allows for accurate cost reflection, optimization of resource use, evaluation of the economic return from the creative component, and enhancement of the competitiveness of printing enterprises.

Keywords: design, printing production, management accounting, creative costs, economic efficiency.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації та цифрової трансформації поліграфічна галузь зазнає структурних змін, пов'язаних із зростанням ролі креативної складової у створенні продукту. Креативні етапи друкарського виробництва, до яких належать розробка дизайну, верстка, графічна обробка та художнє оформлення, дедалі частіше виступають не лише як допоміжна частина виробничого процесу, а й як стратегічний чинник формування доданої вартості. Унікальні візуальні та концептуальні рішення здатні істотно підвищити комерційну привабливість продукції, вплинути на цінову політику та забезпечити стійкі конкурентні переваги. Водночас, існуюча практика

бухгалтерського обліку більшості поліграфічних підприємств не дає достатньої деталізації та прозорості інформації щодо витрат на креативні етапи виробництва. У традиційних підходах ці витрати, як правило, інтегруються до складу переддрукарської підготовки та розподіляються серед загальновиробничих витрат. Така методика ускладнює точне визначення економічної ефективності творчих процесів, перешкоджає ефективному контролю ресурсів та обмежує можливості для обґрунтованого управлінського аналізу.

Міжнародний досвід креативних індустрій доводить, що відокремлений облік витрат на творчі етапи, із застосуванням сучасних методів калькулювання, таких як *time-driven activity-based costing*, а також впровадження цифрових рішень (ERP/MIS-системи, автоматичний трекінг часу, блокчейн для захисту авторських прав), дозволяє отримати релевантну та оперативну інформацію для управлінських рішень. У поліграфічній галузі такі підходи поки не впроваджені, що створює технологічний розрив між потенційними можливостями та реальною практикою обліку. Крім того, спостерігається значна варіативність у міжнародних підходах до класифікації креативних витрат: у різних країнах їх можуть відносити до виробничих, маркетингових або витрат на дослідження і розробки (R&D). Відсутність уніфікованої методики для друкарських компаній ускладнює порівняння показників, інтеграцію фінансової інформації та розробку єдиних стратегій управління витратами. Таким чином, постає проблема удосконалення моделі обліку та оцінки ефективності креативних етапів друкарського виробництва, яка сприятиме підвищенню прозорості облікової інформації, обґрунтованості управлінських рішень і конкурентоспроможності поліграфічних підприємств у глобальному середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми обліку витрат на креативні етапи в поліграфії представлена у працях як вітчизняних, так і зарубіжних науковців переважно у контексті загального управління витратами та калькулювання собівартості. Значна частина досліджень, зокрема Каплан Р. С., Андерсон С. Р. та Жерве М., Леван Ю., Дюкрот К., зосереджена на застосуванні методів обліку за видами діяльності (*activity-based costing*, ABC) та його модифікацій, зокрема *time-driven ABC*, що дозволяють точніше відображати ресурсоспоживання на різних етапах виробництва [1, 2]. У поліграфічній галузі такі підходи розглядаються такими вченими як Сміт Дж. та Мюллер Т., головним чином, у зв'язку з оптимізацією виробничих витрат [3, 4], тоді як специфіка креативного етапу не розкрита достатньо.

Дослідження у сфері креативних індустрій проводили Гокінс Дж. та інші [5, 6] наголошуючи на необхідності відокремленого обліку творчої складової як нематеріального активу, здатного формувати значну частку доданої вартості кінцевого продукту. Праці Тауз Р., Бакші Х., МакВітті Е. [7, 8] розглядають економічну віддачу креативних інвестицій та пропонують методики розрахунку їх окупності (ROI), однак прикладні рішення для поліграфії, з урахуванням



особливостей виробничого циклу, у науковій літературі залишаються поодинокими.

Значну увагу у зарубіжних дослідженнях приділено цифровій трансформації облікових систем. Зокрема, інтеграція ERP/MIS-рішень у поліграфічних підприємствах розглядається як інструмент автоматизації управлінського обліку, включно з можливостями трекінгу часу фахівців креативної ланки [9, 10]. Водночас застосування блокчейн-технологій у контексті захисту авторських прав і фіксації прав на дизайн у поліграфії вивчено переважно в рамках загальних досліджень цифрових прав [11, 12] і потребує галузевої адаптації.

Вітчизняні науковці Пушкар М., Семанюк В., Глушач Ю., Фальченко О., Задорожний З., Муравський В., Омецінська І та інші [13, 14, 15, 16] розробляли підходи до калькулювання витрат та управління ними на промислових підприємствах, однак поліграфічний сектор і, зокрема, креативні етапи виробництва розглядаються мало, а системні порівняльні дослідження щодо класифікації та обліку таких витрат відсутні. Таким чином, попри наявність методик у сфері обліку витрат, існує наукова та практична прогалина у вивченні методів і технологій, що дозволяють забезпечити комплексний облік і оцінку ефективності креативних етапів друкарського виробництва.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У поліграфії відсутня уніфікована методика відокремленого обліку креативних етапів із прив'язкою до часових драйверів. Недослідженими залишаються питання побудови практичних алгоритмів для типових креативних робіт (дизайн, верстка, редактура), а питання інтеграції time-tracking із ERP/MIS так, щоб автоматично формувати центри витрат і звіти, відсутня порівняльна класифікація креативних витрат у різних країнах (виробничі/маркетингові/R&D) та її вплив на управлінські рішення, кількісна оцінка віддачі (ROI) креативних інвестицій з урахуванням ризиків і бар'єрів впровадження. Саме ці прогалини обґрунтовують потребу в інноваційній моделі обліку та оцінки ефективності креативних етапів поліграфічного виробництва.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є розробка інноваційної моделі обліку та оцінки ефективності креативних етапів друкарського виробництва, яка поєднує міжнародний досвід, сучасні методи калькулювання витрат креативних індустрій та цифрові інструменти управління, з метою підвищення прозорості облікової інформації, обґрунтованості управлінських рішень і конкурентоспроможності у глобальному середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні тенденції розвитку поліграфічної галузі демонструють суттєве зростання ролі креативних етапів у формуванні кінцевої цінності продукції. Дизайн, верстка, підготовка макетів та інші творчі процеси не лише визначають візуальну привабливість друкованого продукту, а й формують його ринкову унікальність, підвищують конкурентоспроможність та впливають на цінову політику підприємства. Проте у облікових методиках витрати на креативний етап залишаються інтегрованими

у загальну категорію переддрукарської підготовки або відносяться до загальновиробничих витрат без належної деталізації. Такий підхід обмежує можливості управлінського аналізу, ускладнює визначення окупності креативних інвестицій і перешкоджає обґрунтованому прийняттю рішень щодо оптимізації ресурсів.

Традиційні методи калькулювання витрат, що застосовуються у поліграфічній галузі, базуються на узагальнених базах розподілу витрат, таких як обсяг друку, кількість відбитків або використані матеріали. Такий підхід є ефективним для стандартизованого масового виробництва, однак втрачає точність у випадках, коли значна частка витрат припадає на індивідуалізовані креативні процеси. У результаті витрати на дизайн, верстку та редагування часто розмиваються у загальновиробничих витратах, що унеможлиблює їх коректну оцінку та оптимізацію.

Метод *time-driven activity-based costing* усуває ці обмеження завдяки фіксації фактичного часу, витраченого на кожну операцію, та множенню його на ставку витрат за одиницю часу, яка враховує оплату праці, податки, амортизацію та інші супутні витрати [17, 18, 19]. Це забезпечує індивідуальну собівартість для кожного проєкту та створює прозору картину використання ресурсів. У поєднанні з ERP/MIS-системами TDABC дозволяє формувати детальну управлінську аналітику, прогнозувати завантаження персоналу та визначати економічну доцільність інвестицій у креативну складову. Таким чином, у сфері друкарського виробництва, де креативні етапи мають високу цінність і суттєво впливають на ринкову конкурентоспроможність продукції, TDABC є не лише сучасною, але й стратегічно необхідною методологією для підвищення ефективності управлінського обліку.

Запропонована модель обліку ґрунтується на концепції виокремлення креативного етапу як окремого центру витрат та сегмента обліку. Це означає, що витрати, пов'язані з виконанням дизайнерських, редакторських, верстальних та інших творчих завдань, фіксуються окремо від інших витрат поліграфічного циклу. Такий підхід дозволяє не лише точно визначити собівартість креативних робіт, але й забезпечити можливість аналізу їх ефективності та рентабельності. Ключовим інструментом моделі є застосування методології *time-driven activity-based costing* (TDABC), яка передбачає обчислення витрат, виходячи з фактично витраченого часу на конкретні операції, помноженого на вартість цього часу для кожного ресурсу (таблиця 1).

Побудова моделі управління витратами у сфері креативних індустрій починається з чіткого визначення переліку процесів, які формують кінцевий продукт. До таких відносять створення дизайну макетів, розробку ілюстрацій та графічних елементів, верстку та підготовку до друку, а також редакторську й коректорську обробку. Деталізація етапів дозволяє бачити, на які завдання витрачаються ресурси, які саме з них потребують найбільше часу та мають вирішальний вплив на результат.

Наступним кроком є ідентифікація ресурсів і виконавців. До переліку ключових учасників входять дизайнери, редактори, верстальники, менеджери проєктів, а також спеціалізоване програмне забезпечення на кшталт Adobe Creative Suite чи CorelDraw. Важливо врахувати і ліцензійні чи авторські права на використані матеріали. Чітке розмежування цих складових дозволяє уникнути змішування прямих і непрямих витрат, а також створює базу для точного розрахунку собівартості по кожній категорії. Після цього слід встановити ставки витрат за одиницю часу. Вартість години роботи кожного спеціаліста визначається з урахуванням заробітної плати, податків, амортизації обладнання та вартості програмного забезпечення. Для зовнішніх підрядників і фрілансерів застосовуються окремі розрахунки. У моделі TDABC саме ставка за годину є базовим параметром, який дозволяє трансформувати часові дані у фінансові показники.

Щоб забезпечити достовірність інформації, впроваджується система збору фактичних даних про час. Це може відбуватися завдяки інтеграції з ERP/MIS або ж через використання трекерів на кшталт Toggl, Harvest чи Clockify. Автоматичний розподіл часу за завданнями та його валідація менеджерами дозволяє мінімізувати вплив людського фактору. Таким чином формується об'єктивна база даних, яка відображає реальний перебіг роботи. Для розрахунку витрат за TDABC використовується проста формула: витрати на завдання дорівнюють фактично витраченому часу, помноженому на ставку за годину відповідного ресурсу. Отримані дані агрегуються на рівні проєктів, клієнтів чи окремих етапів роботи. Цей підхід дозволяє уникнути проблем традиційних методів, які часто розподіляють витрати пропорційно обсягу робіт, спотворюючи справжню собівартість.

Завершальним етапом є аналіз ефективності та формування управлінських звітів. Отримані дані порівнюються із запланованими, що дозволяє оцінити відхилення та знайти точки оптимізації. Визначається рентабельність окремих видів робіт, а також розраховується ROI креативних витрат. Це дає змогу керівникам оцінити окупність інвестицій у творчий процес і ухвалювати обґрунтовані стратегічні рішення.

Реалізація такої моделі в системі управлінського обліку структурує процес упровадження TDABC у сфері креативних індустрій через послідовні етапи, даючи розуміння не лише переліку завдань, але й управлінські переваги виконуваних процесів. Систематичний аналіз дає змогу коригувати політику ціноутворення, оптимізувати використання ресурсів та підвищувати загальну продуктивність креативного підрозділу. Таким чином, поєднання концепції окремого центру витрат і методології TDABC забезпечує комплексне та прозоре відображення витрат на креативному етапі, створює основу для обґрунтованого прийняття управлінських рішень і сприяє підвищенню економічної віддачі творчих інвестицій. Визначення креативних процесів є важливим, оскільки без деталізації робочих етапів неможливо оцінити реальну вартість продукту. Це

відповідає сучасним підходам до управління проєктами, де прозорість і чітке структурування роботи стають базою для ефективного менеджменту.

Таблиця 1

Покрокова реалізація моделі обліку витрат на дизайн та креативні роботи

Етап	Зміст етапу	Обґрунтування етапу
Визначення переліку креативних процесів	Створення дизайну макетів; розробка ілюстрацій та графічних елементів; верстка і підготовка до друку; редакторська та коректорська обробка	Деталізація процесів дає змогу ідентифікувати, на що саме витрачаються ресурси та які завдання мають найбільший вплив на кінцевий результат
Ідентифікація ресурсів і виконавців	Дизайнери, редактори, верстальники, менеджери проєктів; спеціалізоване ПЗ (Adobe Creative Suite, CorelDraw тощо); ліцензійні та авторські права на матеріали	Точне визначення ресурсів дозволяє коректно оцінити витрати кожної категорії та уникнути перекладання непрямих витрат у загальну масу
Встановлення ставки витрат за одиницю часу	Розрахунок вартості години роботи з урахуванням зарплати, податків, амортизації обладнання та ПЗ; окремий розрахунок для фрілансерів і підрядників	Ставка за годину є ключем до точного розрахунку собівартості креативних робіт
Впровадження системи збору фактичних даних про час	Інтеграція з ERP/MIS або трекерами часу (Toggl, Harvest, Clockify); автоматичний розподіл часу за проєктами; валідація керівниками	Автоматизація мінімізує людський фактор і забезпечує об'єктивність даних
Розрахунок витрат за TDABC	Витрати на завдання = (Фактичний час) × (Ставка за годину); агрегація витрат за проєктами, клієнтами, етапами	Усунення проблем традиційного розподілу витрат «пропорційно обсягу робіт» і визначення реальної собівартості
Аналіз ефективності та формування звітів	Порівняння фактичних витрат із плановими; визначення рентабельності робіт; розрахунок ROI креативних витрат	Дозволяє оцінити окупність інвестицій у творчий процес і приймати стратегічні рішення

**Розроблено автором*

У креативній сфері, де вартість робіт формується з багатьох елементів (людські ресурси, софт, ліцензії), відсутність чіткого розмежування витрат призводить до викривлення собівартості, а тому обов'язковим етапом є ідентифікація ресурсів, що гарантує точність розрахунків. Саме тому у таблиці підкреслено важливість фіксації кожної категорії витрат. Основою методики є визначення ставки витрат за одиницю часу TDABC. Розрахунок вартості години з урахуванням усіх супутніх факторів дозволяє забезпечити фінансову прозорість [20, 21]. Цей підхід особливо актуальний у світі фрілансу та гібридних команд, де різні учасники мають різний рівень оплати.

Система збору фактичних даних через використання time-tracking інструментів є стандартом, що забезпечує точність і зменшує ризики суб'єктивних помилок. Таким чином, модель обліку витрат TDABC усуває



недоліки традиційного підходу і, замість умовного «пропорційного» розподілу витрат, ми отримуємо реальну собівартість кожного продукту. Це надзвичайно важливо для креативних проєктів, де різні завдання можуть мати абсолютно різну трудомісткість і значення.

Аналіз ефективності процесів й формування звітів дозволяє оцінити рентабельність чи зробити висновки щодо доцільності інвестицій через оцінку стратегічної окупності.

Управління витратами у сфері креативних індустрій має свої особливості: значна частка нематеріальних активів, висока залежність від людського капіталу та інтелектуальної власності, різномірність завдань. У таких умовах класичні підходи до обліку витрат виявляються недостатньо точними. Методика Time-Driven Activity-Based Costing (TDABC) пропонує ефективне рішення, оскільки поєднує часовий вимір з економічними показниками [22]. У центрі методики лежить принцип: кожен ресурс витрачається у часі, а вартість цього часу може бути виміряна. Відповідно, собівартість креативної роботи обчислюється через множення фактично витраченого часу на ставку за годину роботи відповідного ресурсу, що дозволяє уникнути розмитого розподілу накладних витрат та отримати реальну картину собівартості.

Основним при впровадженні методики є деталізація процесів, які формують кінцевий результат, що дозволяє чітко ідентифікувати, де саме витрачаються ресурси й які етапи найбільш ресурсомісткі, а також ідентифікація виконавців (дизайнерів, редакторів), програмного забезпечення та ліцензійних прав. Такий підхід враховує комплексність креативних продуктів, де витрати складаються не лише з робочого часу, але й з додаткових правових та технічних аспектів. Ключовим елементом методики є встановлення ставки витрат за одиницю часу. Це розрахунок вартості однієї години роботи з урахуванням зарплат, податків, амортизації обладнання та вартості програмного забезпечення. В умовах гнучких форм зайнятості особливе значення має відокремлення ставок внутрішніх співробітників відмінних від фрілансерів та підрядників.

Уваги протребує також впровадження системи збору даних про фактичний час виконання завдань. Сучасні інструменти автоматизованого time-tracking (Toggl, Harvest, Clockify) інтегруються з ERP/MIS і мінімізують вплив людського фактору. Це створює достовірну інформаційну базу для подальших розрахунків. Розрахунок витрат за методикою TDABC є простим і прозорим: час, помножений на ставку, дає вартість завдання, а агрегування цих даних дозволяє аналізувати витрати за проєктами, клієнтами та етапами. У цьому полягає одна з головних переваг підходу: він усуває спотворення, що виникають у традиційних системах, коли витрати розподіляються «пропорційно» обсягу робіт, не відображаючи їх реальної складності [23].

Завершальним етапом є аналіз ефективності та управлінська інтерпретація отриманих даних. Порівняння планових і фактичних витрат дозволяє оцінити відхилення, визначити рентабельність робіт і розрахувати ROI креативних витрат. Це виводить методику з рівня інструмента обліку на рівень стратегічного

управління, коли фінансові показники стають основою для ухвалення рішень про інвестиції у творчі процеси. Таким чином, методика TDABC, проілюстрована у таблиці, є не лише ефективним способом точного визначення собівартості, але й сучасним інструментом стратегічного аналізу. Її актуальність зумовлена глобальними трендами цифровізації, зростанням ролі гнучких форм зайнятості та потребою обґрунтовувати інвестиції в інтелектуальні продукти.

Запропонована модель обліку та оцінки ефективності креативних етапів друкарського виробництва ґрунтується на методології Time-Driven Activity-Based Costing (TDABC) та концепції виокремлення креативного етапу як окремого центру витрат ефективна для поліграфічних підприємств, це зумовлено специфікою творчих процесів, у яких основним виробничим ресурсом є час висококваліфікованих фахівців, а витрати мають індивідуальну варіативність залежно від складності завдань, вимог клієнта та обсягу проєкту. Додатковою перевагою є можливість економічної оцінки креативності, зокрема розрахунку показника ROI креативних витрат, що дозволяє кількісно оцінити окупність інвестицій у творчий процес. Це забезпечує зворотний зв'язок між креативною складовою та економічними результатами підприємства, стимулюючи більш обґрунтовані інвестиційні рішення.

Важливим аспектом моделі є інтеграція облікових даних з ERP/MIS-системами поліграфічних підприємств, що забезпечує автоматизований збір інформації про тривалість і вартість робіт на креативному етапі. Використання інструментів автоматичного трекінгу часу, аналітичних панелей та модулів планування дозволяє керівникам оперативно відслідковувати виконання завдань, контролювати бюджет та прогнозувати витрати. Окрему увагу необхідно приділити блокчейн-технологіям як інструменту підтвердження авторських прав на створені дизайнерські матеріали та обліку нематеріальних активів, сформованих на етапі креативної роботи. Така технологічна інтеграція сприятиме підвищенню прозорості облікових даних, зниженню ризиків порушення прав інтелектуальної власності та створює додану вартість для клієнтів, які можуть отримувати підтвердження унікальності продукту [24]. Економічна оцінка ефективності креативного етапу пропонується через запровадження показника ROI креативних витрат (Return on Creative Investment), який розраховується як співвідношення приросту ціни реалізації продукції (або додаткових доходів, отриманих завдяки унікальному дизайну) до витрат на креативну складову. Використання цього показника дозволяє кількісно обґрунтувати доцільність креативних інвестицій і підсилює аналітичні можливості управлінського обліку.

Міжнародний аналіз практик засвідчує суттєву різницю в підходах: у ряді країн креативні витрати класифікуються як виробничі, в інших – як маркетингові або витрати на дослідження і розробки (R&D). Це ускладнює порівняльний аналіз та звітність транснаціональних друкарських компаній. Запропонована уніфікована модель передбачає єдині принципи класифікації, що базуються на



економічній сутності витрат та їх прямому зв'язку з процесом створення доданої вартості.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження дозволило обґрунтувати доцільність застосування інноваційної моделі обліку та оцінки ефективності креативних етапів друкарського виробництва на основі методології *time-driven activity-based costing* (TDABC). Запропонована модель дозволяє: підвищити точність розрахунку собівартості; оптимізувати використання трудових і матеріальних ресурсів; забезпечити прозорість і контрольованість витрат; обґрунтовувати інвестиційні рішення щодо розвитку креативного потенціалу підприємства.

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці галузевих методичних рекомендацій щодо впровадження TDABC у видавничій діяльності з урахуванням специфіки різних типів друкарських підприємств, а також у дослідженні можливостей поєднання TDABC із системами прогнозової аналітики на основі штучного інтелекту для автоматичного планування завантаження креативних підрозділів. Таким чином, впровадження запропонованої моделі має потенціал не лише оптимізувати обліковий процес, але й стати важливим інструментом стратегічного управління у сучасному конкурентному середовищі поліграфічної галузі.

Список використаних джерел

1. Kaplan R. S., Anderson S. R. *Time-Driven Activity-Based Costing: A Simpler and More Powerful Path to Higher Profits*. Boston: Harvard Business School Press, 2007. 256 p. URL: https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/04-045_d62528d4-7931-4ea1-a205-d9683c639d6e.pdf (дата звернення: 20.08.2025)
2. Gervais M., Levant Y., Ducrocq C. Time-Driven Activity-Based Costing (TDABC): An initial appraisal through a longitudinal case study. *Journal of Applied Management Accounting Research*. 2010. Vol. 8, No. 2. P. 1–20.
3. Smith J. Cost management in the printing industry: Applying ABC and lean principles. *Print Management Review*. 2015. Vol. 12, No. 4. P. 45–56.
4. Müller T. Innovations in cost accounting for the graphic arts sector. *International Journal of Print and Media Technology Research*. 2018. Vol. 6, No. 3. P. 67–82.
5. Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. 2nd ed. London: Penguin Books, 2013. 288 p.
6. UNCTAD. *Creative Economy Outlook 2022*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2022. 150 p. URL: <https://unctad.org/> (дата звернення: 20.08.2025)
7. Towse R. *A Textbook of Cultural Economics*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2019. 712 p.
8. Bakhshi H., McVittie E. Creative supply-chain linkages and innovation: Do the creative industries stimulate business innovation in the wider economy? *Innovation: Management, Policy & Practice*. 2009. Vol. 11, No. 2. P. 169–189.
9. Patterson A. Implementing ERP/MIS solutions in the printing industry: A practical approach. *Printing Technology Insights*. 2020. Vol. 8, No. 1. P. 23–37.
10. Heidelberg. *White Paper: Digital Transformation in the Printing Industry*. Heidelberg: Heidelberger Druckmaschinen AG, 2021. 28 p. URL: <https://www.heidelberg.com/> (дата звернення: 20.08.2025)



11. Intellectual Property Office UK. *Copyright and Technology: Blockchain and Beyond*. London: IPO, 2021. 42 p.
12. WIPO. *Blockchain and Intellectual Property: A Guide*. Geneva: World Intellectual Property Organization, 2020. 56 p. URL: https://www.wipo.int/documents/d/cws/docs-en-blockchain-for-ip-ecosystem-whitepaper.pdf?utm_source=chatgpt.comReferences (дата звернення: 20.08.2025)
13. Пушкар М. С., Семанюк В. З., Гудзь Н. В. Бухгалтерський облік: навч. посібник. Тернопіль: Економічна думка, 2010, 292 с.
14. Семанюк В. З. Теоретичні аспекти обліково-аналітичного забезпечення системи управління підприємством. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Сер. : Економічні науки. 2011. Вип. 27(1). С. 164-168.
15. Глушач Ю., Фальченко О. Методичні аспекти обліку витрат та калькулювання собівартості продукції у вітчизняній та зарубіжній обліковій практиці. *Економіка та суспільство*. 2021. № 29. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-49>
16. Задорожний З.-М., Муравський В.В., Семанюк В.З., Омецінська І.Я. Управлінський облік : навч. посіб. Тернопіль : ВПЦ «Університетська думка», 2023. 293 с.
17. Portelli D. Installing time-driven ABC in a printing press: a case study. University of Malta, 2014. URL: <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/10410> (дата звернення: 20.08.2025)
18. Pinueh N. S., Abu M. Y., Aris N. H., Jamil M. A., Sari E. Comparison of Activity-Based Costing and Time-Driven ABC for Printed Circuit Board Assembly Production. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 2024. Vol. 102, No. 9. P. 3954–3964. URL: <https://jatit.org/volumes/Vol102No9/20Vol102No9.pdf> (дата звернення: 18.08.2025)
19. Boyar E., Basti M. An application of time-driven activity based costing method in the mold manufacturing industry. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*. 2021. Vol. 7, No. 3. P. 260–280. URL: <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/78092> (дата звернення: 19.08.2025)
20. Santana A. Analysis of studies on Time-Driven Activity-Based Costing. *International Journal of Management Science and Information Technology*. 2015. Issue 15. P. 133–157. URL: https://www.econstor.eu/bitstream/10419/178794/1/IJMSIT_y2015_i15_p133-157.pdf (дата звернення: 19.08.2025)
21. Briffa J. Implementing an activity based costing system in a printing press: a case study of Union Print Company Limited. University of Malta, 2004. URL: <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/82582> (дата звернення: 20.08.2025)
22. Nurs Pinueh et al. Multiple studies summarized on TDABC advantages. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. URL: <https://www.jatit.org/volumes/Vol102No9/20Vol102No9.pdf> (дата звернення: 20.08.2025)
23. Семанюк В. З. Необхідність кардинальної зміни теорії обліку. *Облік і фінанси*. 2017. № 4. С. 75-80. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2017_4_13. (дата звернення: 19.08.2025)
24. Папінко В. Розвиток контролінгу як об'єктивна необхідність вдосконалення управління. *Наукові записки*. 2006. Вип. 15. URL: http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/XV3ZmQ.pdf (дата звернення: 20.08.2025)



References

1. Kaplan, R.S. & Anderson, S.R. (2007). *Time-Driven Activity-Based Costing: A Simpler and More Powerful Path to Higher Profits*. Boston: Harvard Business School Press. https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/04-045_d62528d4-7931-4ea1-a205-d9683c639d6e.pdf
2. Gervais, M., Levant, Y., & Ducrocq, C. (2010). Time-Driven Activity-Based Costing (TDABC): An initial appraisal through a longitudinal case study. *Journal of Applied Management Accounting Research*, 8(2), 1-20.
3. Smith, J. (2015). Cost management in the printing industry: Applying ABC and lean principles. *Print Management Review*, 12(4), 45-56.
4. Müller, T. (2018). Innovations in cost accounting for the graphic arts sector. *International Journal of Print and Media Technology Research*, 6 (3), 67-82.
5. Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. 2nd ed. London: Penguin Books.
6. UNCTAD. (2022). *Creative Economy Outlook 2022*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development. <https://unctad.org/>
7. Towse, R. (2019). *A Textbook of Cultural Economics*. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press.
8. Bakhshi, H., & McVittie, E. (2009). Creative supply-chain linkages and innovation: Do the creative industries stimulate business innovation in the wider economy? *Innovation: Management, Policy & Practice*, 11(2), 169-189.
9. Patterson, A. (2020). Implementing ERP/MIS solutions in the printing industry: A practical approach. *Printing Technology Insights*, 8(1), 23-37.
10. Heidelberg. (2021). *White Paper: Digital Transformation in the Printing Industry*. Heidelberg: Heidelberger Druckmaschinen AG. <https://www.heidelberg.com>
11. Intellectual Property Office UK. (2021). *Copyright and Technology: Blockchain and Beyond*. London: IPO.
12. WIPO. (2020). *Blockchain and Intellectual Property: A Guide*. Geneva: World Intellectual Property Organization. https://www.wipo.int/documents/d/cws/docs-en-blockchain-for-ip-ecosystem-whitepaper.pdf?utm_source=chatgpt.comReferences
13. Pushkar, M. S., Semaniuk, V. Z., & Hudz, N. V. (2010). *Accounting: textbook*. Ternopil: Ekonomichna dumka. [in Ukrainian]
14. Semaniuk, V. Z. (2011). *Theoretical aspects of accounting and analytical support for the enterprise management system*. Collection of scientific papers of Cherkasy State Technological University. Series: Economic Sciences, 27(1), 164-168 [in Ukrainian].
15. Hlushach, Y., & Falchenko, O. (2021). Methodical aspects of cost accounting and cost calculation in domestic and foreign accounting practice. *Economy and Society*, (29). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-49> [in Ukrainian]
16. Zadorozhnyi, Z.-M., Muravskiy, V. V., Semaniuk, V. Z., & Ometsinska, I. Ya. (2023). *Management accounting: textbook*. Ternopil: VPTs «Universytetska dumka». [in Ukrainian]
17. Portelli, D. (2014). *Installing time-driven ABC in a printing press: a case study*. University of Malta. <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/10410>
18. Pinueh, N.S., Abu, M.Y., Aris, N.H., Jamil, M.A. & Sari, E. (2024). Comparison of Activity-Based Costing and Time-Driven ABC for Printed Circuit Board Assembly Production. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 102(9), 3954-3964. <https://jaitit.org/volumes/Vol102No9/20Vol102No9.pdf>
19. Boyar, E. & Basti, M. (2021). An application of time-driven activity based costing method in the mold manufacturing industry. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 7(3), 260-280. <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/78092>



20. Santana, A. (2015). Analysis of studies on Time-Driven Activity-Based Costing. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 15, 133-157. https://www.econstor.eu/bitstream/10419/178794/1/IJMSIT_y2015_i15_p133-157.pdf
21. Briffa, J. (2004). *Implementing an activity based costing system in a printing press: a case study of Union Print Company Limited*. University of Malta. <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/82582>
22. Nurs Pinueh, et al. (n.d). Multiple studies summarized on TDABC advantages. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. <https://www.jatit.org/volumes/Vol102No9/20Vol102No9.pdf>
23. Semaniuk, V. Z. (2017). The need for a radical change in accounting theory. *Accounting and Finance*, 4, 75–80. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2017_4_13. [in Ukrainian]
24. Papinko, V. (2006). Development of controlling as an objective necessity for improving management. *Scientific notes*, 15. http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/XV3ZmQ.pdf

Отримано:	12.09.2025	Beérkezett:	2025.09.12	Received:	12.09.2025
Прийнято до друку:	15.10.2025	Elfogadva:	2025.10.15	Accepted:	15.10.2025
Опубліковано:	17.12.2025	Megjelent:	2025.12.17	Published:	17.12.2025