

УДК 330.1:334. 341:005.3

DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.216.154-161>**Марченко О.С.**

доктор економічних наук

Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Marchenko Olha

Dr. of Economic Sc.

O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

<http://orcid.org/0000-0003-4761-9620>**Броницький О.М.**

кандидат економічних наук

Харківський інститут «ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Bronytskyi Oleksandr

PhD in Economic Sc.

Kharkiv Institute «Kharkiv Institute Private Joint-Stock Company

«Higher Educational Institution «Interregional Academy of Personnel Management»

<http://orcid.org/0000-0003-4237-5946>

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ТВОРЧИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА: КРИТЕРІЇ ТА ПОКАЗНИКИ

У статті обґрунтовано концептуальні основи та науково-методичний підхід до аналізу ефективності творчих активів підприємства шляхом визначення результативності інвестицій у їх створення, використання та розвиток. Відповідно до структури творчих активів розроблено методику оцінювання віддачі інвестицій у творчий персонал, творчі нематеріальні активи, проекти креативного менеджменту підприємства, яка містить показники та узагальнюючі їх структурні індекси, що ураховують специфіку впливу груп творчих активів на досягнення цілей бізнесу, підвищення його ефективності та конкурентоспроможності. Запропоновано методичний підхід щодо узагальнення структурних індексів у інтегральному індексі ефективності творчих активів підприємства загалом, який є інструментом визначення рівня синергії їх різних складових, оптимізації обсягів та структури інвестицій підприємства у творчу активність, підвищення ефективності креативного менеджменту.

Ключові слова: творчі активи підприємства, творчий персонал, творчі нематеріальні активи, креативний менеджмент, інвестиції у творчі активи, методика оцінювання ефективності творчих активів, структурні та інтегральні індекси ефективності творчих активів.

EVALUATION OF THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE'S CREATIVE ASSETS: CRITERIA AND INDICATORS

The relevance of theoretical and applied research into an enterprise's creative assets stems from the growing role of creative factors in business efficiency and competitiveness in the face of the challenges posed by the digital economy. At present, there is still no comprehensive methodology for assessing their effectiveness, which significantly limits the scope for managing enterprises' creative resources.

The justification of a conceptual and methodological approach to assessing the effectiveness of creative assets and the development, on this basis, of a methodology for determining the return on investment in their structural elements and overall – which is the aim of this article – expands the toolkit for scientific research in this field.

Based on structural-functional and systemic-synergistic approaches, as well as methods and models for assessing the effectiveness of investments, creative work, intangible assets and creative management measures, a methodology is proposed for assessing the effectiveness of an enterprise's creative assets, the algorithm for which involves the following sequence of analysis: the enterprise's investments in a specific group of creative assets (creative personnel, creative intangible assets, creative management) – performance indicators of these creative assets as the outcomes of investments – the structural efficiency index of a specific group of creative assets – the integrated efficiency index of creative assets as a whole.

In accordance with the applied additive index model, structural efficiency indices have been determined for each

ISSN друкованої версії: 2224-6282

ISSN електронної версії: 2224-6290

© Марченко О.С., Броницький О.М., 2026

group of creative assets, which summarise their performance indicators, as well as an integrated index that reflects the overall efficiency of creative assets and characterises the synergistic effect of investments in its components.

The practical application of this methodology will help to optimise the volume and structure of a company's investments in creative assets and enhance their efficiency. The structural and integrated indices of creative asset efficiency, which form the core of the proposed methodology, serve as an analytical tool for determining the current state and dynamics of returns on investment in a business's creative resources; for conducting a comparative analysis of the efficiency of different groups of creative assets; and for assessing the level of creativity of the enterprise and its competitors; making informed strategic and day-to-day management decisions regarding the structure and development of a business's creative resources, enhancing their efficiency, creating and improving the creative environment, and fostering a creative culture.

Keywords: an organisation's creative assets, creative staff, creative intangible assets, creative management, investment in creative assets, methodology for assessing the effectiveness of creative assets, structural and integrated indices of the effectiveness of creative assets.

JEL classification: M12, O15, O31, O32, O34.

Постановка проблеми. Креативність є одним із пріоритетних факторів ефективності та конкурентоспроможності сучасного бізнесу. Її розвиток забезпечується інвестиціями у творчі активи [1], формування та розвиток яких забезпечують адаптацію підприємств до нових явищ та процесів бізнес-середовища, розширюють можливості щодо прийняття та успішної реалізації довгострокових програм та поточних рішень, спрямованих на оптимізацію господарської діяльності. Це актуалізує теоретичні та прикладні дослідження, присвячені проблемам оцінювання творчих активів підприємства з метою оптимізації витрат на їх створення та підвищення результативності їх використання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Оцінювання ефективності творчих активів – це комплексна науково-методична проблема, від розв'язання якої залежать обґрунтованість та результативність управлінських рішень в умовах високого рівня ринкової невизначеності господарської діяльності, зокрема щодо раціонального вибору об'єктів інвестування коштів підприємств у креативність бізнесу, заходів підвищення їх ефективності.

У сучасний період методологія оцінювання творчих активів підприємств не отримала ще належного рівня теоретичного аналізу та методичного узагальнення. Вченими досліджуються окремі проблеми ефективності креативних ресурсів бізнесу. Українські дослідниці М. Васильєва, О. Компанієць аналізують формування та визначення ефективності творчого потенціалу суб'єктів господарювання [2], чинники розвитку якого є предметом досліджень А. Діденко, Н. Волик, О. Кравець [3]. Розвитку креативності персоналу підприємства присвячено праці О. Драган, А. Рудової [4]. Стратегії та заходи креативного менеджменту як творчого активу підприємств аналізують В. Білик, Г. Еатон, С. Кривова, В. Томах, Н. Чорний, В. Шпильова та ін. [5; 6].

Проте залишаються невирішеними питання щодо, по-перше, визначення показників ефективності інвестицій підприємства у різні групи його творчих активів (креативний персонал, творчі нематеріальні активи, креативний менеджмент), яким притаманна певна специфіка щодо їх формування та використання

як чинників результативності бізнесу; по-друге, обґрунтування інтегративного показника оцінювання ефективності інвестицій у творчі активи загалом.

Мета статті – обґрунтувати концептуально-методичний підхід до оцінювання ефективності творчих активів підприємства з урахуванням особливостей їх структурних елементів, інвестицій у їх формування та результатів використання у господарській діяльності.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження було використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів. Метод аналізу й синтезу застосовано для визначення та характеристики структурних елементів творчих активів підприємства, розкриття їх взаємопов'язаного впливу на ефективність бізнесу як її креативних факторів. Метод системного аналізу був використаний для обґрунтування концептуальних основ оцінювання ефективності творчих активів підприємства як синергетичного ефекту взаємодії їх складових. Метод порівняльного аналізу застосовано для розкриття особливостей оцінювання ефективності таких груп творчих активів підприємства, як творчий персонал, творчі нематеріальні активи, креативний менеджмент.

Виклад основних результатів дослідження. Творчі активи підприємства – це його креативні персонал, нематеріальні активи, менеджмент та ін., витрати у формування та розвиток яких є інвестиціями у інноваційний потенціал ефективності та конкурентоспроможності бізнесу.

Аналіз ефективності творчих активів підприємства включає етапи:

1) оцінювання ефективності основних складових творчих активів підприємства. З цієї метою визначаються базові показники їх ефективності, на основі яких розраховуються індекси ефективності творчого персоналу, креативних нематеріальних активів, креативного менеджменту. Алгоритм аналізу: інвестиції підприємства у творчі активи – результати використання творчих активів – показники ефективності – структурні індекси ефективності певної складової творчих активів;

2) визначення загальної ефективності творчих активів підприємства та її динаміки. З цієї метою розраховується інтегральний індекс на основі структурних індексів ефективності їх складових.

Ефективність творчих людських активів

підприємства залежить від інвестицій підприємства у формування та розвиток «простору», що забезпечує високу продуктивність творчого персоналу. На думку експертів міжнародної консалтингової компанії Deloitte, креативність не може розквітнути, якщо ми не створимо простір для творчої продуктивності [11]. Це обумовлює необхідність здійснення підприємством комплексу витрат, основними об'єктами яких є: спеціалізоване обладнання та апаратне забезпечення творчої роботи, патенти та ліцензії, матеріальна та нематеріальна мотивація (оплата праці, премії, бонуси, пільги, соціальні пакети та ін.) з урахуванням податкового навантаження, професійне навчання, підвищення кваліфікації, корпоративна освіта, майстер-класи, профільні курси, конференції, вебінари та інші заходи з питань креативної діяльності у певному напрямі чи у галузі, умови творчої праці, корпоративна культура творчості, зовнішнє консультування та коучинг тощо.

Інвестиції підприємства у творчий персонал спрямовані на забезпечення його продуктивності як здатності до креативної діяльності зі створення інтелектуальних продуктів-новацій. Слід підкреслити, що оцінка їх ефективності здійснюється по таким креативним продуктам творчих професіоналів, які комерціалізуються, тобто є визнаними об'єктами ринку та джерелом прибутку підприємства.

Результати «творчої продуктивності» персоналу – це винаходи, раціоналізаторські пропозиції, інноваційні ідеї, продукти, процеси, проєкти, що мають ринковий потенціал щодо можливості їх

комерціалізації підприємством. «Творча дія включає креативний результат, що складається з новизни та корисності продукту, ідеї чи процесу, та яка підкріплена ефективністю переконання інших у цінності цього продукту» [2]. Важливо підкреслити, що результат творчої продуктивності персоналу може бути відкладеним або нематеріальним, що слід ураховувати при оцінюванні ефективності креативних людських ресурсів підприємства.

Оцінювання ефективності людських творчих активів підприємства базується на показниках діяльності підприємства:

- вартість креативних товарів та послуг (комерціалізованих творчих продуктів), створених творчими професіоналами підприємства – CCG (Cost of creative goods and services);

- чистий дохід від реалізації креативних товарів та послуг, впровадження креативних проєктів, створених творчим персоналом – NIC (Net income). Важливо підкреслити, що для оцінки ефективності творчого персоналу необхідним є визначення частки доходу від його діяльності у загальному доході від реалізації креативних товарів та послуг. Як правило застосовуються методи експертних оцінок та аналізу за KPI;

- витрати на творчий персонал – CCP (Costs for creative personnel);

- чисельність творчого персоналу – NCP (Number of creative personnel).

Показники, що пропонуються для оцінювання ефективності людських творчих активів підприємства, відображено в табл. 1.

Таблиця 1

Показники ефективності творчих людських активів підприємства

Показники	Визначення	Формула	Характеристика
Продуктивність творчої праці (PCW)	Співвідношення вартості креативних товарів та послуг (комерціалізованих креативних продуктів) та чисельності творчого персоналу підприємства.	$PCW = \frac{CCG}{NCP} (1)$	Вартість створених за певний період креативних товарів та послуг на одного творчого професіонала
Віддача витрат підприємства на креативний персонал (RCCP)	Співвідношення прибутку від реалізації креативних товарів, послуг, впровадження креативних проєктів тощо та витрат на формування та розвиток «творчого простору» праці креативного персоналу.	$RCCP = \frac{NIC - CCP}{CCP} (2)$	Прибуток від реалізації креативних товарів, послуг, проєктів, створених творчим персоналом, на 1 грн витрат підприємства на творчий персонал у певний період.

Джерело: складено авторами.

Загальна оцінка ефективності людських творчих активів підприємства базується на визначенні структурного індексу ефективності творчого персоналу підприємства, який розраховується на основі прикладної адитивної індексної моделі результативного впливу факторів (продуктивність творчої праці; віддача витрат підприємства на творчий персонал). Застосовуються вагові коефіцієнти (d), які відображають значущість певних факторів відповідно до їх впливу на ефективність творчих активів підприємства загалом та кожної з їх складових, у цьому разі – творчого персоналу. Визначення вагових

коефіцієнтів здійснюється методом експертних оцінок. За цим методом формується група експертів – фахівців з питань, що аналізуються, які оцінюють за 10-бальною шкалою значущість кожного фактора ефективності за визначеними критеріями. На наступному етапі оцінки експертів сумуються та визначається середній бал за кожним критерієм. Вагові коефіцієнти, сума яких повинна дорівнювати одиниці, розраховуються як відношення середнього балу за певним критерієм до суми балів.

Перед розрахунком структурного індексу обов'язково здійснюється нормування показників, які

мають різні одиниці виміру, що дозволяє оцінювати рівень ефективності творчого персоналу підприємства за шкалою від 0 до 1 (або у відсотках: 0-100%). Доцільним є використання методу Мін-Макс (Min-Max Scaling). Наприклад, нормований показник продуктивності праці творчого персоналу (грн / осіб) розраховується як співвідношення різниці продуктивності праці конкретного працівника і її

мінімального рівня у групі працівників та різниці між максимальним і мінімальним рівнем продуктивності праці у цій групі. У результаті – нормований показник продуктивності праці творчого персоналу, який не має одиниці виміру.

Структурний індекс ефективності творчого персоналу підприємства:

$$\begin{aligned} \text{SIECP (Structural Index of efficiency of the company's creative personnel)} = \\ = \text{PCW} \times d_1 + \text{RCCP} \times d_2, \end{aligned} \quad (3)$$

де:

$$d_1 + d_2 = 1$$

Структурний індекс ефективності творчого персоналу підприємства є аналітичним інструментом, по-перше, визначення поточного стану та динаміки віддачі витрат підприємства на творчий персонал, по-друге, порівняльного аналізу ефективності креативного персоналу підприємства та його конкурентів, по-третє, прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо розвитку креативних трудових ресурсів бізнесу, підвищення продуктивності творчої праці, створення та удосконалення творчого простору та розвитку креативної культури бізнесу.

Творчими активами підприємства є його нематеріальні активи, які є немонетарними, не мають матеріальної форми, ідентифікуються та використовуються у господарських цілях більше року [12]. Це продукти творчої праці їх розробників (персоналу підприємства або зовнішніх творців), що ідентифіковані та оцінені, використання яких у бізнесі забезпечує зростання вартості та отримання прибутку.

До творчих нематеріальних активів підприємства належать об'єкти інтелектуальної власності, зокрема:

- об'єкти промислової власності: винаходи, промислові зразки, товарні знаки і знаки обслуговування, які були заявлені й дістали правову охорону в Україні у формі патентів та свідоцтв, виданих Державним патентним відомством України (Український інститут інтелектуальної власності-УІВ); раціоналізаторські пропозиції, що мають посвідчення

- об'єкти прав на секрети виробництва (комерційну таємницю, «ноу-хау»), підтверджені документами підприємства: комерційні секрети; технічна документація; творчі розробки (наприклад, незапатентовані винаходи, формули, рецепти, склади, розрахунки, дослідні зразки, результати випробовувань і дослідів; системи організації виробництва, маркетингу, управління якістю продукції, кадрами, фінансами, політикою капіталовкладень та ін. [13].

Творчі нематеріальні активи є інтелектуальним капіталом підприємства, яке інвестує кошти у їх створення чи придбання та отримує певну економічну віддачу від їх використання.

Інвестиції підприємства у його творчі нематеріальні активи пов'язані з фінансуванням їх

самостійної розробки творчим персоналом або їх придбанням, наприклад, у формі патенту. Ці витрати формують первісну вартість нематеріальних активів. На дату оцінки ефективності залишкова вартість нематеріального активу визначається як різниця між його первісною вартістю та накопиченою амортизацією (якщо для конкретного нематеріального активу встановлено строк його використання). Слід підкреслити, що творчі нематеріальні активи застарівають морально, що обумовлює застосування при оцінці їх вартості не тільки встановленої прямолінійним методом норми амортизації, а й коефіцієнта морального зношування.

Результат використання підприємством творчих нематеріальних активів характеризує отриманий ефект, який дуже складно виокремити з загальної суми доходу або прибутку від певної господарської операції.

Для визначення доходу (прибутку) від використання самостійно розроблених на підприємстві нематеріальних активів доцільним є метод «звільнення від роялті» за умови, що майнові права інтелектуальної власності можуть бути надані за ліцензійним договором іншій фізичній або юридичній особі [13]. За цим методом дохід підприємства від використання таких нематеріальних активів визначається як економія витрат на ліцензування аналогу у зовнішніх правовласників, що вимагало би здійснення ліцензійних платежів. Тобто дохід від таких творчих нематеріальних активів – це економія на роялті. Розмір роялті визначається на підставі ринкових аналогів та розрахунку середньоринкові ставки у певній галузі.

Для визначення доходу від придбаних нематеріальних активів як об'єктів права інтелектуальної власності у експертній практиці поширеним є емпіричний метод оцінки «Правило 25%,» за яким близько 25-33% чистого прибутку від реалізації інноваційної продукції вважають саме їх внеском [14; 15].

Показники ефективності творчих нематеріальних активів підприємства, що пропонуються, відображено в табл. 2.

Таблиця 2

Показники ефективності творчих нематеріальних активів підприємства

Показники	Визначення	Формула	Характеристика
Віддача витрат підприємства на самостійне створення та використання творчих нематеріальних активів (Return of expenses of the enterprise on the independent creation and use of creative intangible assets – REECIAC)	Співвідношення прибутку від самостійно створених творчих нематеріальних активів (Profit from creative intangible assets created by the enterprise – PCIAC) та їх залишкової вартості (Residual value of creative intangible assets – RVCIAAC).	$RECIAC = \frac{PCIAC}{RVCIAAC} (4)$	Прибуток, отриманий підприємством від самостійно створених творчих нематеріальних активів на 1 грн витрат на них.
Віддача витрат підприємства на придбання та використання творчих нематеріальних активів (Return of expenses of the enterprise on acquisition and use of creative intangible assets – RECIAA)	Співвідношення прибутку від придбаних творчих нематеріальних активів (Profit from acquired creative intangible assets – PCIAA) та їх залишкової вартості (Residual value of creative intangible assets – RVCIAA).	$RECIAA = \frac{PCIAA}{RVCIAA} (5)$	Прибуток, отриманий підприємством від придбаних творчих нематеріальних активів на 1 грн витрат на них

Джерело: складено авторами.

Загальна оцінка ефективності творчих нематеріальних активів підприємства здійснюється на основі структурного індексу ефективності творчих нематеріальних активів підприємства (Structural Index of efficiency for creative intangible assets of the enterprise

– SIECIA) відповідно до адитивної індексної моделі з урахування вагових коефіцієнтів (d). Як визначалось раніше, перед розрахунком індексу обов'язково здійснюється нормування показників.

$$SIECIA = RECIAC \times d_1 + RECIAA \times d_2, \quad (6)$$

де:

$$d_1 + d_2 = 1$$

Креативний менеджмент у широкому розумінні – це управлінська діяльність, що базується на творчому підході та забезпечує необхідний рівень креативності бізнесу як його здатності до інновацій та творчої активності персоналу. У вузькому розумінні – це управління творчими активами підприємства з метою підвищення їх ефективності як факторів досягнення поточних та довгострокових цілей бізнесу. У цьому контексті креативний менеджмент – це творчий актив підприємства і, одночасно, професійна діяльність з управління творчими активами. Як творчий актив креативний менеджмент створює управлінські інтелектуальні новації – проекти, заходи, методи, як управлінський процес – забезпечує необхідний рівень ефективності креативної діяльності на підприємстві. Його важливими функціями є формування, планування та захист творчих активів підприємства, організація простору їх ефективного функціонування, використання та розвитку, забезпечення комерціалізації та комерційної безпеки інтелектуальних продуктів-новацій.

У сучасний період на підприємствах створюються підрозділи, відділи, внутрішні агенції, команди та

посади з управління креативністю, що актуалізує дослідження проблем оцінювання ефективності як їх діяльності, так і управлінських креативних заходів (проектів) за алгоритмом: витрати-результати-ефективність.

«Простір творчої продуктивності» для креативного менеджменту забезпечують витрати підприємства на здійснення комплексу управлінських заходів, спрямованих на формування, розвиток, підвищення ефективності його творчих активів, що включають витрати на обладнання та технічні засоби управлінської праці, її інформаційне забезпечення, умови та оплату, заходи матеріального та нематеріального заохочення управлінців, їх професійного навчання тощо.

Результат управління креативністю та творчою активністю відображають такі показники:

1. Чистий результат креативного менеджменту (Net result of creative management – NRCM) – різниця між доходами (або їх приростом), отриманими підприємством від реалізації заходів (проектів) креативного менеджменту і витратами на їх розробку та здійснення:

$$NRCM = ICM (\Delta ICM) - CCM \quad (7)$$

де:

ICM – дохід від здійснення заходів креативного менеджменту.

ΔICM – приріст доходу від здійснення заходів креативного менеджменту.

CCM – витрати на заходи креативного менеджменту

При цьому, NRCM, по-перше, розраховується як для окремого заходу креативного менеджменту, так і для їх сукупності за певний період; по-друге, показник може мати позитивне, від'ємне, нульове значення.

Слід також підкреслити важливість аналізу відкладених, нематеріальних та альтернативних результатів креативного управління. Наприклад, альтернативним результатом діяльності внутрішньої креативної команди управлінців підприємства може

бути економія витрат на послуги зовнішніх консультантів з креативності чи аутсорсинг.

2. Чистий результат підрозділу креативного управління (Net result of the creative management division – NRCD) – різниця між доходами (або їх приростом), отриманими підприємством від реалізації заходів (проектів), розроблених та впроваджених підрозділом креативного менеджменту і витратами на цей підрозділ:

$$\text{NRCD} = \text{ICD} (\Delta \text{ICD}) - \text{CCD} \quad (8)$$

де:

ICD – дохід від здійснення заходів, розроблених підрозділом креативного менеджменту.

ΔICM – приріст доходу від здійснення заходів, розроблених підрозділом креативного менеджменту.

CCD – витрати підприємства на підрозділ креативного менеджменту.

Показники ефективності креативного менеджменту підприємства, що пропонуються за його підрозділами та заходами (проектами), відображено в табл. 3.

Таблиця 3

Показники ефективності креативного менеджменту підприємства

Показники	Визначення	Формула	Характеристика
Продуктивність персоналу креативного підрозділу підприємства (Productivity of the creative division of the enterprise – PCD)	Співвідношення чистого результату діяльності креативного підрозділу (NRCD) та чисельності його співробітників (Number of personnel in the creative and management division – NPCD)	$\text{PCD} = \frac{\text{NRCD}}{\text{NPCD}} \quad (9)$	Чистий результат діяльності підрозділу креативного менеджменту за певний період на одного його співробітника
Віддача витрат підприємства на заходи креативного менеджменту (Return of company expenses on creative management activities – RCM)	Співвідношення чистого результату креативного менеджменту від реалізації заходів (проектів) управління творчими активами - NRCM ₁ (NRCM _{Δ1}) та витрат на розробку та здійснення цих заходів (CCM).	$\text{RCM} = \frac{\text{NRCM}_1 (\text{NRCM}_{\Delta 1})}{\text{CCM}} \quad (10)$	Чистий результат заходів креативного менеджменту за певний період на 1 грн витрат підприємства на ці заходи

Джерело: складено авторами.

Показники оцінку ефективності креативного менеджменту підприємства як його творчого активу узагальнює структурний індекс (Structural Index of the efficiency of the creative management of the enterprise –

SIECM) відповідно до адитивної індексної моделі з урахування вагових коефіцієнтів (d_i). Обов'язковим є нормування показників.

$$\text{SIECM} = \text{PCD} \times d_1 + \text{RCM} \times d_2, \text{ де: } d_1 + d_2 = 1 \quad (11)$$

Аналіз значення та динаміки структурного індексу ефективності креативного менеджменту підприємства дозволяє визначити реальний стан управління творчими активами підприємства, обґрунтувати напрями та заходи підвищення його ефективності.

Оцінювання загальної ефективності творчих активів підприємства базується на інтеграції у єдиний індекс структурних індексів ефективності творчого

персоналу (SIECP), креативних нематеріальних активів (SIECIA), креативного менеджменту (SIECM).

Інтегральний індекс ефективності творчих активів підприємства (Integral index of the efficiency of the enterprise's creative assets – ІІЕСА) є інструментом визначення синергетичного ефекту інвестицій підприємства у формування, використання та розвиток усіх складових його творчих активів.

$$\text{ІІЕСА} = \text{ІЕCP} \times d_1 + \text{ІЕCIA} \times d_2 + \text{ІЕCM} \times d_3, \text{ де: } d_1 + d_2 + d_3 = 1 \quad (12)$$

Висновки. Концептуальну основу оцінювання ефективності творчих активів підприємства складає інвестиційний підхід, за яким витрати на їх формування та розвиток розглядаються як інвестиції у креативні ресурси бізнесу, які у майбутньому забезпечують отримання певного економічного ефекту. Оцінка ефективності творчих активів

здійснюється за концептуальною моделлю «інвестиції (витрати підприємства на творчі активи) – результати (ефекти, що отримані від інвестицій у творчі активи)».

Методика оцінювання, що пропонується, включає визначення базових критеріїв та показників ефективності творчих активів загалом, а також їх основних структурних елементів – це творчий

персонал, творчі нематеріальні активи, креативний менеджмент, які характеризуються специфікою створення, використання підприємством у господарській діяльності, отриманими результатами. Методи оцінювання базуються на принципі ROI, адитивній індексній моделі факторного аналізу, методах оцінювання нематеріальних активів та ін.;

Методичним інструментарієм аналізу ефективності та динаміки творчих активів є:

- структурні індекси ефективності їх складових, що характеризують результативність інвестицій у їх формування та використання;
- інтегральний індекс ефективності творчих активів, що відображає синергетичний ефект їх складових.

Застосування методики оцінювання ефективності

творчих активів дасть змогу підприємствам оптимізувати інвестиції у їх структурні елементи, підвищити творчу активність персоналу, віддачу творчих нематеріальних активів, визначити пріоритети та актуальні напрями креативного менеджменту.

Подальше дослідження буде спрямовано на аналіз ризиків креативного бізнесу та шляхів їх запобігання.

Декларація щодо використання інструментів штучного інтелекту. В ході підготовки статті було використано інструменти генеративного штучного інтелекту (ChatGPT-4, OpenAI, 2025) з метою покращення структури викладення матеріалу. Жоден фрагмент авторського тексту не був згенерований штучним інтелектом. Автори несуть повну відповідальність за науковість, точність та цілісність контенту.

Список використаних джерел:

1. Марченко О., Броницький О. Творчі активи креативного потенціалу підприємства як фактор конкурентоспроможності. Здобутки економіки: перспективи та інновації. 2026. № 29. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.20279798>
2. Діденко А. В., Кравець О. В., Волик Н. Г. Чинники формування та розвитку креативного потенціалу підприємства. Економічний простір. 2024. № 190. С. 242-247. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-44>
3. Васильєва М., Компанієць, О. Особливості формування творчого потенціалу підприємства. Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка. 2023. № 17(34). DOI: [https://doi.org/10.33296/2707-0654-17\(34\)-07](https://doi.org/10.33296/2707-0654-17(34)-07)
4. Драган О. І., Рудова А. Я. Формування креативності персоналу в управлінні талантами підприємства. Економіка та суспільство. 2021. Вип. 30. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-38>.
5. Томах В., Кривова С., Еатон Г. Креативний менеджмент як чинник конкурентоспроможності підприємства. Економіка та суспільство. 2023. № 54. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-30>.
6. Білик В., Шпильова В., Чорний Н., Компанієць О. Стратегії креативного менеджменту для адаптації організацій в умовах війни. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences. 2024. № 336(6). С. 721-726. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-336-108/>
7. Рентабельність інвестицій в маркетинг. ROI та ROMI. Мінфін. 17 груд. 2019. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2019/12/17/40085565/> (дата звернення: 19.05.2026).
8. Кошель Н. Що таке ROI, та Де порахувати рентабельність інвестицій. Netpeak journal. 18 липня 2024. URL: [https://netpeak.net/uk/blog/shcho-take-roi-ta-de-porakhuvati-rentabel-nist-investitsiy/](https://netpeak.net/uk/blog/shcho-take-roi-ta-de-porakhuvati-rentabelnist-investitsiy/) (дата звернення: 19.08.2026).
9. Що таке ROI та як правильно розрахувати рентабельність інвестицій. Happy Monday. 11 серпня 2026. URL: <https://happymonday.ua/roi-tse> (дата звернення: 19.05.2026).
10. Бегун С. І., Хомюк Н. Л., Подзізей О. О. Економетричні методи та моделі в прийнятті управлінських рішень в умовах цифрової трансформації. Економіка та суспільство. 2024. № 66. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-16>
11. Investing in creative potential. PEG. 2022-05-04. URL: <https://peter.evans-greenwood.com/2022/05/04/investing-in-creative-potential/> (дата звернення: 19.05.2026).
12. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 122 «Нематеріальні активи»: наказ Мінфіну України від 12.10.2010 № 1202. Міністерство фінансів України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1018-10#Text> (дата звернення: 19.08.2026).
13. Про затвердження Національного стандарту № 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності»: Постанова КМУ від 03.10.2007 № 1185. Кабінет Міністрів України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/93794530> (дата звернення: 19.05.2026).
14. Goldscheider R., Jarosz J., Mulhern C. (2002). Use of the 25 Per Cent Rule in Valuing Intellectual Property. Les Nouvelles (Journal of the Licensing Executives Society). 2002. Vol. 37. No. 4. Pp. 123–133. URL: <https://lesi.org/wp-content/uploads/2024/04/use-of-the-25-per-cent-rule-in-valuing-ip.pdf/> (дата звернення: 19.05.2026).
15. Goldscheider R. The Classic 25% Rule and the Art of Intellectual Property Licensing. Duke Law & Technology Review, 2011. Vol. 10. No. 1. Pp. 1–16. URL: <https://scholarship.law.duke.edu/dltr/vol10/iss1/6/> (дата звернення: 19.05.2026).

References:

1. Marchenko O., & Bronytskyi O. (2026). Tvorchy aktyvy kreatyvnoho potentsialu pidpryemstva yak faktor konkurentospromozhnosti [Creative assets of the creative potential of an enterprise as a factor of competitiveness]. *Zdobutky ekonomiky : perspektyvy ta innovatsii*, (29). <https://doi.org/10.5281/zenodo.20279798> [in Ukrainian].
2. Didenko A. V., Kravets O. V., & Volyk N. H. (2024). Chynnyky formuvannia ta rozvytku kreatyvnoho potentsialu pidpryemstva [Factors of formation and development of the creative potential of an enterprise]. *Ekonomichnyi prostir*, (190). 242-247. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-44> [in Ukrainian].
3. Vasylieva M., & Kompaniets, O. (2023). Osoblyvosti formuvannia tvorchoho potentsialu pidpryemstva [Peculiarities of the formation of the creative potential of an enterprise]. *Adaptyvne upravlinnia: teoriia i praktyka. Seriia Ekonomika*, 17(34). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-17\(34\)-07](https://doi.org/10.33296/2707-0654-17(34)-07) [in Ukrainian].
4. Drahan O. I., & Rudova A. Ya. (2021). Formuvannia kreatyvnosti personalu v upravlinni talantamy pidpryemstva [Formation of personnel creativity in the management of enterprise talents]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (30). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-38> [in Ukrainian].
5. Tomakh V., Kryvova S., & Eaton H. (2023). Kreatyvnyi menedzhment yak chynnyk konkurentospromozhnosti pidpryemstva [Creative management as a factor of enterprise competitiveness]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (54). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-30> [in Ukrainian].
6. Bilyk V., Shpylova V., Chorny N., & Kompaniets O. (2024). Stratehii kreatyvnoho menedzhmentu dlia adaptatsii orhanizatsii v umovakh viiny [Strategies of creative management for adaptation of organizations in war conditions]. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 336(6). 721-726. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-336-108/> [in Ukrainian].
7. Rentabelnist investyttsii v marketynh. ROI ta ROMI [Return on marketing investment. ROI and ROMI]. (2019, December 17). Minfin. <https://minfin.com.ua/ua/2019/12/17/40085565/> [in Ukrainian].
8. Koshel, N. (2024, July 18). Shcho take ROI, ta de porakhuvaty rentabelnist investyttsii [What is ROI and where to calculate return on investment]. *Netpeak Journal*. <https://netpeak.net/uk/blog/shcho-take-roi-ta-de-porakhuvati-rentabel-nist-investitsiy/> [in Ukrainian].
9. Shcho take ROI ta yak pravylno rozrakhuvaty rentabelnist investyttsii [What is ROI and how to correctly calculate return on investment]. (2026, August 11). Happy Monday. <https://happymonday.ua/roi-tse> [in Ukrainian].
10. Behun S.I., Khomiuk N. L., & Podzizei O. O. (2024). Ekonometrychni metody ta modeli v pryiniatti upravlynskykh rishen v umovakh tsyfrovoy transformatsii [Econometric methods and models in making management decisions in the context of digital transformation]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (66). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-16> [in Ukrainian].
11. Investing in creative potential. PEG. 2022-05-04. <https://peter.evans-greenwood.com/2022/05/04/investing-in-creative-potential/>
12. Ministry of Finance of Ukraine. (2010, October 12). Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku v derzhavnomu sektori 122 «Nematerialni aktyvy» [National position (standard) of accounting in the public sector 122 «Intangible assets»]: Nakaz Minfinu Ukrainy vid 12.10.2010 No. 1202. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1018-10#Text> [in Ukrainian].
13. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2007, October 3). Pro zatverdzhennia Natsionalnoho standartu No. 4 «Otsinka mainovykh prav intelektualnoi vlasnosti» [On approval of National Standard No. 4 «Valuation of intellectual property rights»]: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 03.10.2007 No. 1185. <https://www.kmu.gov.ua/npas/93794530> [in Ukrainian].
14. Goldscheider, R., Jarosz, J., & Mulhern, C. (2002). Use of the 25 Per Cent Rule in Valuing Intellectual Property. *Les Nouvelles* (Journal of the Licensing Executives Society), 37(4), 123–133. <https://lesi.org/wp-content/uploads/2024/04/use-of-the-25-per-cent-rule-in-valuing-ip.pdf>
15. Goldscheider, R. (2011). The Classic 25% Rule and the Art of Intellectual Property Licensing. *Duke Law & Technology Review*, 10(1), 1-16. <https://scholarship.law.duke.edu/dltr/vol10/iss1/6/>

Дата надходження статті: 25.06.2026 р.

Дата прийняття статті до друку: 10.08.2026 р.

Дата публікації (оприлюднення) статті: 03.09.2026 р.

Стаття поширюється на умовах ліцензії Creative Commons Attribution License International CC-BY.