

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-138>

УДК 338.2:658:004

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ПОБУДОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА МЕДІА

CONCEPTUAL PRINCIPLES OF BUILDING THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM FOR ENSURING THE PROFITABILITY OF ENTERPRISES IN THE FIELD OF INFORMATION TECHNOLOGIES AND MEDIA

Хільман Антон Васильович

аспірант,

Приватний вищий навчальний заклад "Європейський університет"

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-2843-9375>**Khilman Anton**

Private Higher Education Establishment "European University"

У сучасних ринкових умовах підприємства, які працюють у сфері інформаційних технологій та медіа, стикаються з викликами забезпечення стабільної прибутковості. Швидке впровадження інновацій, динамічні зміни технологій та висока конкуренція ускладнюють фінансову стійкість. Стаття аналізує концептуальні засади організаційно-економічного механізму, що забезпечує прибутковість організації. Розглянуто економічну сутність прибутку, фактори його формування: управління ресурсами, адаптація до змін, інноваційні підходи в маркетингу та управлінні. Запропоновано методи оцінки прибутковості, фінансового аналізу та моніторингу ключових показників. Наведено практичні рекомендації щодо впровадження механізму: інтеграція інновацій, підвищення кваліфікації персоналу, ефективне управління ризиками та цифровий маркетинг. Використання цих підходів сприятиме зростанню підприємств в умовах високої конкуренції.

Ключові слова: прибутковість, інформаційні технології, медіа, організаційно-економічний механізм, фінансова ефективність, інновації, управління, конкуренція, маркетинг, ресурси.

In today's market economy, IT and media enterprises face major challenges in maintaining stable profitability. Rapid technological changes, continuous innovation, and intense competition create complex conditions that require adaptive financial strategies. This article explores the conceptual foundations of an organizational and economic mechanism aimed at enhancing profitability in these sectors. The study examines profit as a key financial indicator of enterprise efficiency, emphasizing challenges in sustaining profitability amid market volatility. Key factors include strategic resource management, technological adaptation, innovative marketing, and modern management practices. A strong focus is placed on developing an integrated mechanism that combines management, financial, marketing, and innovation components. The article highlights strategies for ensuring long-term profitability, such as optimizing business processes, allocating resources efficiently, and adopting advanced management techniques. The study also explores methodologies for assessing profitability, incorporating advanced financial analysis tools and performance indicators to objectively evaluate financial efficiency. A framework for monitoring and analyzing profitability metrics is proposed, enabling enterprises to swiftly respond to market fluctuations and refine strategic approaches. Additionally, the article provides practical recommendations for implementing the proposed mechanism in business operations. These include integrating innovative technologies, enhancing workforce skills, developing risk management strategies, and optimizing resource utilization. Particular attention is given to fostering strategic partnerships and leveraging digital marketing tools to expand customer bases and strengthen competitive advantages. The findings of this research offer valuable insights for both IT and media enterprise managers and academic researchers investigating financial performance and profitability strategies. By applying the proposed organizational and economic mechanism, businesses can achieve sustainable growth and resilience in an increasingly competitive and rapidly evolving market landscape.

Keywords: profitability, information technology, media, organizational and economic mechanism, financial efficiency, innovations, management, competition, marketing, resources.

Постановка проблеми. У сучасних умовах швидких технологічних змін та високої конкуренції підприємства у сфері інформаційних технологій (ІТ) та медіа стикаються з численними викликами у забезпеченні стабільної прибутковості. ІТ та медіа-сектори відзначаються високим рівнем інноваційної активності, швидким впровадженням нових технологій і змінюваними вимогами ринку, що потребують гнучких та ефективних підходів до управління фінансовими результатами. На тлі цих змін, прибутковість підприємств стає не лише індикатором їхнього фінансового стану, а й основним фактором, що визначає конкурентоспроможність та здатність до сталого розвитку.

Водночас, відсутність чітко визначених організаційно-економічних механізмів, здатних враховувати специфіку ІТ та медіа-секторів, може призвести до неефективного використання ресурсів, уповільнення інноваційних процесів та зниження фінансової стійкості підприємств. У зв'язку з цим важливою є розробка та впровадження концептуальних підходів, які дозволяють не лише оцінити фактори, що впливають на прибутковість, але й створити систему управлінських інструментів, що забезпечують стабільний фінансовий результат в умовах постійних змін і технологічних нововведень.

Зокрема, необхідно визначити ключові економічні інструменти та методи, що допомагають підприємствам оптимізувати прибутковість і адаптуватися до швидко змінюваного середовища. Постановка проблеми полягає у необхідності побудови організаційно-економічного механізму, що забезпечить ефективне управління прибутковістю та фінансовою стабільністю підприємств у сфері ІТ та медіа, враховуючи специфіку їхньої діяльності та умови високої інноваційної динаміки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання аналізу проблеми ефективності господарської діяльності підприємства є предметом багатьох зарубіжних та вітчизняних досліджень, таких як Дж. Шим, Дж. Фостер, І. Бланк, В. Бойко, Ю. Бондар, Ф. Бутинець, Р. Жовновач. Сутність прибутку, його природу виникнення та параметри оцінки досліджувалися як сучасними економістами так і класиками, серед яких виділимо А. Бабо, М. Білик, Ю. Брігхем, А. Дайле, Л. Дзюбенко, Б. Коласса, Е. Негашева, Л. Костирко, Д. Хана, Л. Чорну, А. Шеремета Т. Шматковську та ін. Незважаючи на існуючі наукові доробки, низка теоретичних, методологічних та мето-

дичних проблем залишається недостатньо дослідженою.

Формулювання мети статті. Метою статті є дослідження сутності, структури та основних підходів до побудови організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємств у сфері інформаційних технологій та медіа з урахуванням специфіки їхньої діяльності та інноваційної динаміки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна сутність прибутку є ключовим аспектом в управлінні фінансами будь-якого підприємства, а особливо в умовах висококонкурентних галузей, таких як інформаційні технології (ІТ) та медіа. Прибуток відображає фінансову ефективність діяльності підприємства та є основним показником його здатності генерувати додаткову вартість. Проте в умовах швидкої інноваційної динаміки, характерної для ІТ та медіа-секторів, сутність прибутку набуває нових рис, що вимагає переосмислення традиційних підходів до його визначення та вимірювання [1].

Прибуток у контексті цих секторів не тільки є результатом основної господарської діяльності, але й значною мірою залежить від ефективності впровадження інновацій, адаптації до змінюваних умов ринку, а також здатності підприємства до швидкого реагування на технологічні зрушення. Інновації в ІТ та медіа, як правило, сприяють створенню нових моделей бізнесу та змінюють традиційні джерела прибутку. Це може бути як результатом розробки нових технологічних продуктів, так і відображенням змін у споживчих перевагах, що потребують гнучкості у бізнес-моделях [2].

Зокрема, для ІТ-компаній, які працюють у середовищі постійного оновлення технологій, прибуток часто стає не тільки результатом продажу продуктів або послуг, але й вигодою, отриманою від адаптації до нових стандартів та швидкого впровадження інновацій. У медіа-секторі прибуток може бути пов'язаний із здатністю ефективно монетизувати контент, налагоджувати партнерства та залучати нові аудиторії через інноваційні платформи і канали комунікації.

Особливістю підприємств ІТ та медіа є також високий рівень цифровізації та інтеграції автоматизованих систем у бізнес-процеси, що значно підвищує ефективність їх діяльності і дозволяє оптимізувати управління прибутковістю. Ці фактори повинні враховуватися при побудові організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості, оскільки від ефективності управління прибут-

ковістю залежить не тільки фінансова стійкість компанії, але й її конкурентоспроможність на ринку [3].

Таким чином, визначення економічної сутності прибутку в ІТ та медіа-секторах є важливим етапом для подальшого розуміння того, як організаційно-економічний механізм може впливати на забезпечення стабільної прибутковості підприємств. Враховуючи специфіку цих секторів, прибуток стає не лише результатом поточної діяльності, але й індикатором стратегічної ефективності впроваджених інновацій та адаптації до змінюваного економічного середовища.

Формування прибутковості підприємств у сфері інформаційних технологій та медіа залежить від низки специфічних факторів, які визначають ефективність їхньої діяльності та здатність адаптуватися до умов швидко змінюваного ринку. Серед цих факторів можна виділити внутрішні та зовнішні умови, що впливають на доходи, витрати та інвестиційну привабливість підприємств у зазначених секторах.

Одним із основних факторів, що визначають прибутковість підприємств ІТ та медіа, є здатність організацій до впровадження інновацій. Технологічні зрушення, такі як розвиток штучного інтелекту, автоматизація процесів, впровадження нових медіа-платформ, зміни у вимогах до програмного забезпечення, значною мірою формують фінансовий результат. Інновації можуть як суттєво знизити витрати на виробництво та розповсюдження продуктів і послуг, так і створювати нові джерела доходу, такі як продаж ліцензій або підписки, монетизація цифрового контенту, чи розробка нових бізнес-моделей [4].

Конкуренція є невід'ємною частиною будь-якого бізнесу, але в ІТ та медіа-секторах вона має особливий характер. Високий рівень конкуренції зумовлений не лише численними гравцями на ринку, а й постійними технологічними оновленнями, що змушують підприємства швидко адаптуватися до змін. При цьому підприємства повинні розробляти ефективні стратегії ціноутворення, просування та залучення клієнтів, щоб залишатися конкурентоспроможними та отримувати прибуток. В умовах глобалізації, зокрема для медіа-платформ, важливо мати здатність конкурувати не тільки на локальному ринку, а й на міжнародному рівні [5].

ІТ та медіа-сектори постійно змінюються під впливом змін у споживчих перевагах і поведінці. Для ІТ-компаній це означає необхідність

своєчасного реагування на запити користувачів, адаптацію продуктів до нових технологічних вимог, впровадження нових функцій та покращення зручності користування. Для медіа-компаній зміни в попиті на контент, що залежить від вікових груп, культурних особливостей та інших соціальних факторів, можуть значно вплинути на формування прибутковості. Оскільки контент є важливим активом медіа-компаній, швидке реагування на зміни у вподобаннях аудиторії та налаштування рекламних моделей є критичними для забезпечення прибутковості [6].

Формування прибутковості неможливе без ефективної управлінської та фінансової стратегії. Рішення, пов'язані з інвестиціями, розподілом ресурсів, оптимізацією витрат та вибором джерел фінансування, значною мірою визначають фінансові результати. В умовах постійних змін, що характерні для ІТ та медіа, підприємства повинні мати чітке розуміння своїх фінансових показників та бути готовими до перегляду стратегій у відповідь на нові можливості або загрози. Це також стосується монетизації технологічних розробок і контенту, де вкрай важливо знаходити ефективні фінансові моделі [7].

ІТ та медіа-сектори перебувають під впливом різних регуляторних актів, що можуть істотно впливати на їх прибутковість. Зміни в законодавстві щодо захисту інтелектуальної власності, обмежень на рекламу, контролю за дистрибуцією контенту, а також політики в сфері цифрових технологій можуть мати значний вплив на операційну діяльність підприємств. Урахування цих факторів в управлінні допомагає уникнути юридичних ризиків і забезпечити стабільність доходів [8].

Інвестиції у нові технології, стартапи, контент та інші ресурси є важливим фактором для зростання прибутковості. Сприятливий інвестиційний клімат забезпечує доступ до капіталу, що дає змогу підприємствам розвивати нові продукти та виходити на нові ринки. Проте в умовах високої конкуренції та невизначеності інвестори можуть бути обережними, тому підприємства повинні мати чітку стратегію залучення фінансування та аргументувати свою привабливість для інвесторів [9].

Таким чином, для підприємств у сферах ІТ та медіа важливими факторами, що впливають на формування прибутковості, є технологічні інновації, конкурентне середовище, зміни в споживчих перевагах, управлінська стратегія, законодавчі ініціативи та інвести-

ційний клімат. Врахування цих аспектів при розробці організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості допомагає підприємствам ефективно реагувати на зміни ринку та підтримувати стабільний фінансовий результат.

Забезпечення стабільної прибутковості підприємств у сферах інформаційних технологій та медіа є складним та багатограним процесом, який вимагає застосування різних концептуальних підходів і адаптації організаційно-економічного механізму до швидких змін у ринковому середовищі. Основна мета такого механізму – створити сприятливі умови для ефективного використання ресурсів, збереження високої фінансової стабільності, а також збільшення прибутковості в умовах постійної конкуренції та інноваційних змін.

Організаційно-економічний механізм забезпечення прибутковості підприємства складається з кількох взаємопов'язаних елементів, серед яких особливе значення мають фінансова, управлінська та технологічна складові. Кожен із цих елементів має своє місце у загальній системі управління, але для досягнення стійкої прибутковості важливо забезпечити їх гармонійне функціонування.

1. Фінансова складова – включає ефективне використання капіталу, правильне формування цінової політики, оптимізацію витрат, а також вміння генерувати доходи від основної та супутньої діяльності. Принципи фінансового планування та прогнозування є основою для досягнення стабільних фінансових результатів, зокрема через баланс між прибутковістю і витратами.

2. Управлінська складова – охоплює розробку стратегії підприємства, яка орієнтована на довгострокове зростання прибутковості. Це також включає організацію внутрішнього контролю, ухвалення рішень на основі аналізу ефективності роботи підприємства, мотивацію персоналу та адаптацію управлінських процесів до змін у ринку.

3. Технологічна складова – полягає в інтеграції інноваційних технологій в усі аспекти діяльності підприємства. В умовах інформаційних технологій та медіа-секторів це означає використання передових ІТ-рішень для автоматизації бізнес-процесів, розвитку нових продуктів, удосконалення комунікацій з клієнтами та підвищення ефективності маркетингових стратегій [10].

Важливим елементом організаційно-економічного механізму є стратегічне управління інноваціями. У сучасних умовах високої кон-

куренції та швидких технологічних змін підприємства повинні інтегрувати інновації у свою діяльність для забезпечення стабільної прибутковості. Це може включати:

1. Інвестиції в дослідження та розвиток для створення нових продуктів та послуг, що відповідають вимогам ринку.

2. Впровадження цифрових технологій для автоматизації виробничих процесів, покращення обслуговування клієнтів та оптимізації витрат.

3. Застосування бізнес-моделей на основі підписки, SaaS чи іншої платформи для отримання стабільних доходів через регулярні платежі [11].

Застосування таких інновацій дозволяє не тільки підвищити прибутковість, але й створити передумови для довгострокової фінансової стійкості підприємства.

Ціноутворення є однією з головних стратегій для забезпечення прибутковості підприємства в ІТ та медіа-секторах. Правильна цінова політика повинна базуватись на детальному аналізі ринку та конкурентів, що дозволяє знайти оптимальний баланс між ціною продукту та його якістю. Важливими аспектами є:

– Гнучкість ціноутворення в залежності від типу продукту чи послуги, що пропонується, та вмінні коригувати ціни відповідно до змін попиту і умов ринку.

– Монетизація цифрового контенту, що включає використання рекламних моделей, підписок, одноразових платежів або комбінацій цих підходів.

– Прогнозування зміни цін в умовах нестабільності та ринкових коливань для оптимізації доходів підприємства.

Кожен організаційно-економічний механізм має враховувати потенційні ризики, які можуть вплинути на прибутковість підприємства. Ризики в ІТ та медіа-секторах можуть бути пов'язані з технологічними, економічними, політичними або соціальними змінами. Тому важливою частиною механізму є управління ризиками, яке включає:

– Аналіз та прогнозування ризиків, що можуть виникнути через зміну законодавства, нові технології або зменшення попиту.

– Диверсифікація джерел доходів та управління капіталом для зниження фінансових втрат у випадку несприятливих змін.

– Створення резервних фондів для покриття витрат у кризових ситуаціях [12].

Таким чином, концептуальні підходи до забезпечення стабільної прибутковості підприємств у сферах ІТ та медіа передбачають

не лише ефективне використання внутрішніх ресурсів, але й постійну адаптацію до змінюваного середовища. Для цього підприємства повинні комбінувати інноваційні стратегії, гнучке ціноутворення, оптимізацію витрат та надійне управління ризиками, щоб забезпечити сталий фінансовий результат.

Оцінка фінансових результатів є основою для прийняття управлінських рішень, спрямованих на стабільне зростання підприємства. Основним інструментом для оцінки прибутковості підприємств є фінансові показники, які дозволяють зрозуміти ефективність діяльності компанії, виявити сильні та слабкі сторони її роботи. До основних показників прибутковості належать:

1. Рентабельність продажів (ROA – Return on Assets) – визначає ефективність використання активів підприємства для генерування прибутку. Це важливий показник для ІТ-компаній та медіа-підприємств, оскільки він відображає здатність генерувати прибуток від основних операційних активів.

Формула:

$$ROA = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Активи підприємства}} \times 100$$

2. Рентабельність власного капіталу (ROE – Return on Equity) – відображає, як ефективно компанія використовує капітал своїх акціонерів для отримання прибутку. Для ІТ та медіа компаній цей показник є критичним для залучення інвестицій та оцінки потенційної прибутковості.

Формула:

$$ROE = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал}} \times 100$$

3. Рентабельність активів (ROI – Return on Investment) – вивчає прибуток від інвестицій у компанії, включаючи інноваційні проекти, маркетингові кампанії або впровадження нових технологій.

Формула:

$$ROI = \frac{\text{Чистий прибуток від інвестицій}}{\text{Вартість інвестицій}} \times 100$$

Ці показники дозволяють не тільки виміряти ефективність поточної діяльності підприємства, але й спрогнозувати її майбутні прибутки, враховуючи зміну ринкових умов.

Для підприємств, що функціонують у сферах інформаційних технологій та медіа, інвестиції в інновації є важливим аспектом забезпечення стабільної прибутковості. Оцінка ефективності інноваційних інвестицій є складним, але критично важливим завданням

для управлінців, оскільки допомагає спрогнозувати дохідність нових технологій або продуктів. Для цього використовуються наступні інструменти:

1. Аналіз витрат і вигод – дозволяє визначити економічну ефективність інвестицій у нові технології чи проекти, порівнюючи витрати на їх впровадження з очікуваними вигодами.

2. Метод внутрішньої норми доходності (IRR – Internal Rate of Return) – показує процентну ставку, при якій чиста теперішня вартість всіх майбутніх грошових потоків дорівнює нулю. Вищий рівень IRR означає більшу ймовірність того, що інвестиція буде прибутковою.

Формула для розрахунку:

$$NPV = \sum \frac{C_t}{(1+r)^t} - I$$

де C_t – грошові потоки в періоді t , r – внутрішня норма доходності, I – початкові інвестиції.

3. Аналіз чутливості – дозволяє оцінити, як зміни ключових параметрів, таких як витрати, ціни чи обсяги продажу, можуть вплинути на прибутковість інвестицій. Це дозволяє підприємствам краще готуватися до непередбачуваних змін в ринковому середовищі [13].

В умовах швидкого розвитку інформаційних технологій, підприємства ІТ та медіа повинні активно впроваджувати новітні інструменти для оцінки своєї прибутковості. Серед таких інструментів важливими є:

– Бізнес-аналітика та прогнозування – за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення (наприклад, SAP, Tableau, Power BI) можна отримати детальну картину фінансової діяльності підприємства, що дозволяє не тільки здійснювати поточний аналіз, але й прогнозувати майбутні фінансові результати.

– Автоматизація фінансових звітів – за допомогою ERP-систем компанії можуть автоматизувати збір та обробку фінансової інформації, що дозволяє швидше реагувати на зміни в ринковій ситуації та вчасно коригувати фінансові стратегії.

– Big Data та машинне навчання – використання великих даних і алгоритмів машинного навчання дозволяє глибше аналізувати споживачські вподобання, тенденції на ринку, що важливо для прогнозування прибутковості та визначення найбільш вигідних інвестиційних напрямків [14].

Сучасний підхід до дослідження та оцінки прибутковості передбачає інтеграцію фінансових показників з управлінськими рішеннями. Для цього важливо:

1. Визначити ключові показники ефективності (KPI), які будуть використовуватися для оцінки та моніторингу результатів у різних аспектах діяльності підприємства, включаючи фінансову ефективність, ефективність використання технологій, і досягнення стратегічних цілей.

2. Постійно коригувати стратегії розвитку компанії на основі аналізу фінансових показників, що дозволяє вчасно реагувати на зміни в ринкових умовах і забезпечувати стабільний розвиток підприємства.

Таким чином, методика дослідження та оцінки прибутковості підприємств у сфері інформаційних технологій та медіа вимагає використання комплексного підходу, що включає як традиційні фінансові інструменти, так і сучасні технології для збору, аналізу та прогнозування даних. Це дозволяє не тільки отримувати точну інформацію про фінансовий стан компанії, але й адаптувати стратегії та управлінські рішення для забезпечення стійкого зростання прибутковості в умовах швидких змін.

Висновки. Рекомендації щодо впровадження розробленого механізму у практику управління підприємствами

З метою ефективного впровадження розробленого організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємств у сфері інформаційних технологій та медіа, необхідно здійснити комплексну адаптацію теоретичних засад до практичної діяльності. Наведені нижче рекомендації спрямовані на підвищення рівня прибутковості, забезпечення конкурентоспроможності та стабільного розвитку підприємств.

1. Інтеграція інноваційних технологій та гнучкість бізнес-процесів. Підприємствам варто впроваджувати інновації в усіх аспектах своєї діяльності, що дозволить оперативно реагувати на зміни ринку. Зокрема, варто застосовувати автоматизацію управлінських процесів, впроваджувати новітні ІТ-рішення для підвищення продуктивності та зниження витрат.

2. Розробка стратегії управління ресурсами. Для забезпечення прибутковості під-

приємствам рекомендується оптимізувати використання ресурсів, зокрема людських, фінансових та матеріальних. Застосування принципів ефективного менеджменту допоможе підвищити загальну ефективність підприємства.

3. Фінансове планування та управління ризиками. Підприємствам слід проводити систематичний аналіз фінансових показників та розробляти стратегії для зниження фінансових ризиків. Впровадження сучасних методів оцінки ризиків та фінансового планування дозволить забезпечити стабільне зростання прибутків.

4. Підвищення кваліфікації персоналу. Підприємства повинні постійно інвестувати у навчання та розвиток своїх працівників. Підготовка кадрів до роботи в умовах інноваційних технологій підвищить конкурентоспроможність підприємства та покращить якість виконання робочих процесів.

5. Побудова партнерських відносин. Співпраця з іншими підприємствами, інвесторами та науковими установами сприятиме обміну знаннями та прискоренню процесу впровадження інновацій. Партнерство може включати як стратегічні альянси, так і участь у спільних дослідженнях та проєктах.

6. Застосування маркетингових інструментів. Активне використання сучасних методів цифрового маркетингу дозволить підприємствам розширити клієнтську базу, підвищити впізнаваність бренду та збільшити продажі. Успішне застосування маркетингових стратегій підтримає стабільний приріст доходу.

7. Аналіз та моніторинг ефективності впровадженого механізму. Регулярний моніторинг ключових показників діяльності дозволить оцінити ефективність реалізації механізму та внести необхідні корективи. Підприємствам рекомендується використовувати сучасні аналітичні інструменти для відстеження результативності та адаптації до змін зовнішнього середовища.

Дотримання наведених рекомендацій допоможе підприємствам у сфері інформаційних технологій та медіа забезпечити стабільний розвиток, підвищити прибутковість та зміцнити позиції на ринку в умовах сучасної конкуренції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Аранчій В. І., Томілін О. О., Дорогань-Писаренко Л. О. Фінансовий менеджмент: навч. посібник. РВВ ПДАУ. 2021. 300 с.

2. Павлюк, І. О. (2020). Управління прибутком підприємств в умовах сьогодення. *Вісник Хмельницького національного університету*, 1(2), 47–55.
3. Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2017). Achieving digital maturity: Adapting your company to a changing world. MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press. <https://www.sloanreview.mit.edu> (дата звернення: 10.01.2025)
4. Schilling, M. A., & Shankar, R. (2019). Strategic management of technological innovation (6th ed.). McGraw-Hill Education. 388 p.
5. Porter, M. E. (1980). Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors (27th ed.). Free Press. 396 p.
6. PwC. (2023). Global Entertainment and Media Outlook 2023–2027. Retrieved from <https://www.pwc.com> (дата звернення: 17.01.2025)
7. Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2019). Principles of corporate finance (13th ed.). McGraw-Hill Education. 960 p.
8. World Intellectual Property Organization. (2022). World Intellectual Property Report: The Direction of Innovation. Retrieved from <https://www.wipo.int> (дата звернення: 22.01.2025)
9. Воронкова Т. Є., Безпалько Н. Ю. Шляхи підвищення прибутковості підприємства в умовах нестабільного середовища. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 19. С. 42–44.
10. Чернікова, Н., Долгов, С., & Бондаренко, Д. (2023). Удосконалення корпоративної культури вітчизняних підприємств в умовах динамічного бізнес-середовища. *Економіка та суспільство*, (56). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-44> (дата звернення: 22.01.2025)
11. Малюта Л.Я. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства : навчальний посібник. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2016. 232 с.
12. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education. 136 p.
13. Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2013). Financial management: Theory & practice (14th ed.). Cengage Learning, pp. 503–565.
14. Messer, R. (2020). Financial modeling for decision making: Using MS-Excel in accounting and finance. Bingley, U.K.: Emerald Publishing Limited. 360 p.

REFERENCES:

1. Aranchii V. I., Tomilin O. O., Dorohan-Pysarenko L. O. (2021) *Finansovyi menedzhment: navch. posibnyk* [Financial management: textbook]. RVV PDAU, 300 p. (in Ukrainian)
2. Pavliuk I. O. (2020) Upravlinnia prybutkom pidpriemstv v umovakh sohodennia [Profit management of enterprises in today's conditions]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu – Bulletin of Khmelnytskyi National University*, 1(2), pp. 47–55.
3. Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2017). Achieving digital maturity: Adapting your company to a changing world. MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press. <https://www.sloanreview.mit.edu> (accessed January 10, 2025)
4. Schilling, M. A., & Shankar, R. (2019). Strategic management of technological innovation (6th ed.). McGraw-Hill Education. 388 p.
5. Porter, M. E. (1980). Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors (27th ed.). Free Press. 396 p.
6. PwC. (2023). Global Entertainment and Media Outlook 2023–2027. Retrieved from <https://www.pwc.com> (accessed January 17, 2025)
7. Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2019). Principles of corporate finance (13th ed.). McGraw-Hill Education. 960 p.
8. World Intellectual Property Organization. (2022). World Intellectual Property Report: The Direction of Innovation. Retrieved from <https://www.wipo.int> (accessed January 22, 2025)
9. Voronkova T. Ye., Bezpalko N. Yu. (2016) Shliakhy pidvyshchennia prybutkovosti pidpriemstva v umovakh nestabilnoho seredovyscha [Ways to increase enterprise profitability in an unstable environment]. *Investytsii: praktyka ta dosvid – Investments: Practice and Experience*, no. 19, pp. 42–44.
10. Chernikova N., Dolhov S., Bondarenko D. (2023) Udoskonalennia korporativnoi kultury vitchyznianskykh pidpriemstv v umovakh dynamichnoho biznes-seredovyscha [Improving corporate culture of domestic enterprises in a dynamic business environment]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, no. 56. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-44> (accessed January 22, 2025)

11. Maliuta L. Ya. (2016) Stratehichne upravlinnia innovatsiynym rozvytkom pidpriemstva: navch. posibnyk [Strategic management of enterprise innovative development: textbook]. Ternopil: FOP Palyanytsia V. A., 232 p. (in Ukrainian)
12. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education. 136 p.
13. Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2013). Financial management: Theory & practice (14th ed.). Cengage Learning, pp. 503–565.
14. Messer, R. (2020). Financial modeling for decision making: Using MS-Excel in accounting and finance. Bingley, U.K.: Emerald Publishing Limited. 360 p.