

[https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3\(2\)-37](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3(2)-37)

УДК: 330

ЯНКОВОЙ Роман

Заклад вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая»

<https://orcid.org/0000-0001-5307-0991>

МИКОЛАЙЧУК Василь

ПВНЗ «Херсонський економічно-правовий інститут»

<https://orcid.org/0000-0001-6490-2589>

ІНДУСТРІЯ РОЗВАГ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ СЕГМЕНТ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті досліджено індустрію розваг як один із ключових і стратегічно важливих сегментів цифрової економіки. Автор акцентує увагу на трансформаційних процесах, які відбуваються в розважальному секторі під впливом цифрових технологій, таких як великі дані, штучний інтелект, віртуальна та доповнена реальність. Проаналізовано нові бізнес-моделі та цифрові екосистеми, що формуються на основі платформених рішень, де споживач і творець контенту взаємодіють у реальному часі. Особливу увагу приділено взаємозв'язку між індустрією розваг і цифровим туризмом, що проявляється у гейміфікованих форматах культурного досвіду, VR-подорожах, медіаплатформах і кібер-туризмі. У статті розглянуто як глобальні тренди, так і національні виклики, зокрема фрагментарність українського ринку, обмежений доступ до інвестицій і брак інституційної підтримки. На підставі проведеного аналізу автор обґрунтовує необхідність формування цілісної державної політики щодо розвитку цифрової індустрії розваг, що включає стимулювання інновацій, підтримку локального контенту, розвиток партнерських платформ і інтеграцію до європейських ініціатив. Результати дослідження можуть бути використані в практиці стратегічного планування, цифрового маркетингу, культурної політики та регіонального розвитку.

Ключові слова: індустрія розваг, цифрова економіка, цифрова трансформація, бізнес-модель, платформа, цифровий туризм, медіаекосистема, інновації, креативна економіка, VR/AR технології, цифрова політика.

YANKOVOI Roman

Higher Educational Institution "International University of Science and Technology named after Academician Yuri Bugay"

MYKOLAICHUK Vasyly

Private Higher Educational Institution "Kherson Economic and Legal Institute"

THE ENTERTAINMENT INDUSTRY AS A STRATEGIC SEGMENT OF THE DIGITAL ECONOMY

The article delves deeply into the entertainment industry, presenting it as not only a central part of the global creative economy but also a strategically significant pillar of the modern digital economy. It explores how digital transformation is reshaping this sector, driven by rapid advancements in technologies such as big data analytics, artificial intelligence (AI), machine learning, blockchain, virtual reality (VR), and augmented reality (AR). These tools are redefining how content is produced, distributed, consumed, and monetized. The author provides a comprehensive overview of how these technologies contribute to new value chains, improve user engagement, and stimulate innovation in business models.

The study focuses on the evolution of platform-based ecosystems, where seamless interaction between creators and consumers is facilitated in real time. These platforms not only serve as content hubs but also as collaborative spaces that foster co-creation and personalization of digital experiences. Particular emphasis is placed on the convergence between the entertainment sector and digital tourism, highlighting emerging trends such as gamification of cultural heritage, immersive VR experiences for travelers, interactive storytelling, and the rise of cyber-tourism through multimedia platforms. This cross-sectoral integration enhances both user experience and economic potential.

The article also addresses global patterns of digital entertainment development while shedding light on specific national-level challenges, especially those faced by Ukraine. These include the fragmentation of domestic digital markets, limited venture capital accessibility, and insufficient institutional frameworks for innovation support. Through qualitative analysis and policy evaluation, the author justifies the urgent need for a cohesive national strategy aimed at nurturing the digital entertainment sector. Such a strategy should emphasize innovation incentives, support for local content producers, development of sustainable digital infrastructures, public-private partnerships, and alignment with European digital integration goals.

The findings and insights from this research can be utilized by policymakers, media professionals, cultural strategists, regional development agencies, and digital marketers. They provide a robust foundation for crafting forward-looking cultural policies, enhancing competitive digital services, and enabling sustainable development in the context of a rapidly evolving digital landscape.

Keywords: entertainment industry, digital economy, digital transformation, business model, platform, digital tourism, media ecosystem, innovation, creative economy, VR/AR technologies, digital policy.

Стаття надійшла до редакції / Received 17.04.2025

Прийнята до друку / Accepted 04.05.2025

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

У сучасних умовах цифровізації світова економіка переживає масштабну трансформацію, в якій ключову роль відіграють не лише традиційні виробничі галузі, а й новітні сектори, що базуються на створенні досвіду, емоцій, вражень та інтерактивної взаємодії. Одним із таких секторів виступає індустрія розваг, яка поступово перетворюється з периферійної культурної сфери на стратегічно важливий елемент цифрової

економіки. Зміна споживчих уподобань, зростання ролі цифрових платформ, а також широке впровадження інноваційних технологій — від big data до штучного інтелекту та доповненої реальності — зумовлюють необхідність переосмислення функціональної ролі розважального контенту як економічного ресурсу.

У контексті глобальної конкуренції країни, що прагнуть цифрової модернізації, змушені виводити індустрію розваг за межі культурної політики, інтегруючи її в стратегії розвитку цифрових сервісів, експорту контенту, туризму та креативної економіки загалом. Для України, яка прагне посилити свою присутність у глобальному цифровому просторі, розвиток цього сегменту є не лише перспективою економічного зростання, а й засобом культурної дипломатії та соціальної мобілізації. Попри це, вітчизняна індустрія розваг залишається фрагментарною, недостатньо інтегрованою в економічні процеси та часто позбавленою інституційної підтримки.

Актуальність проблеми зумовлена потребою у визначенні місця індустрії розваг у структурі цифрової економіки, вивченні її бізнес-моделей, інноваційних екосистем, а також формуванні національної політики, що сприяє її зростанню та глобальній конкурентоспроможності. Системне дослідження цього процесу дозволить не лише виявити рушійні сили трансформації, а й сформулювати практичні орієнтири для інтеграції України в європейський та світовий простір креативної цифрової економіки.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Питання цифрової трансформації економіки та місця індустрії розваг у її структурі досліджується у працях як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Серед ключових теоретичних підходів варто виділити концепцію цифрової економіки як нової парадигми соціально-економічного розвитку, представлену в роботах Бухта та Хикса, де обґрунтовано основні принципи вимірювання цифрових трансформацій у межах національних економік. В українському науковому дискурсі актуальність і глибину дослідження цифрової взаємодії демонструють праці Лук'яненка, Поручника, Антонюк, зокрема у сфері глобалізації, людського капіталу та інституційного середовища цифровізації.

Проблематиці цифрової інфраструктури, індексів цифрової економіки та інструментів інноваційного розвитку значну увагу приділяє С. М. Петько. Його дослідження охоплюють такі аспекти, як електронна комерція в цифровій екосистемі Республіки Корея, цифровий техноглобалізм, а також організаційні моделі функціонування корпорацій у високотехнологічних середовищах. Ці роботи є важливими для розуміння взаємозв'язку між культурними, технологічними та управлінськими складовими цифрової економіки.

Значну частину досліджень у сфері креативної економіки становлять аналізи ролі цифрових платформ та їх впливу на розвиток суміжних галузей. Зокрема, у роботі Garafonova et al. висвітлено тенденції цифровізації в умовах глобальної нестабільності, що дозволяє розглядати індустрію розваг як адаптивну систему в середовищі цифрових викликів.

Окремий пласт сучасних досліджень зосереджений на зв'язку між цифровими розважальними сервісами та туризмом, а також на соціально-економічних наслідках впровадження VR/AR-технологій у дозвілєву сферу. Водночас, значна частина праць акцентує на ролі цифрових екосистем, які забезпечують не лише створення контенту, але й побудову нових моделей взаємодії між акторами — споживачами, виробниками, платформами, рекламодавцями.

Попри розмаїття напрацювань, залишаються недостатньо дослідженими інтеграційні аспекти індустрії розваг у національну цифрову політику, економічні механізми підтримки та регуляторні умови розвитку відповідного сегменту в Україні. Також обмежено представлені порівняльні аналізи міждержавних моделей розважальної економіки, що формує потребу в подальших дослідженнях у цьому напрямі.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є обґрунтування стратегічної ролі індустрії розваг у формуванні цифрової економіки шляхом аналізу її трансформаційних процесів, актуальних бізнес-моделей, інноваційних технологічних рішень і взаємодії з іншими секторами — зокрема туризмом і медіа. Особливу увагу приділено виявленню можливостей для розвитку національного сегмента індустрії розваг в умовах цифровізації, а також формуванню рекомендацій щодо інтеграції розважального сектору в економічну стратегію України.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Індустрія розваг у XXI столітті зазнала кардинальних змін під впливом цифрових технологій, ставши одним із найдинамічніших секторів глобальної економіки. Перехід до цифрової моделі споживання контенту, автоматизація процесів створення розважальних продуктів і використання великих даних суттєво змінили принципи функціонування галузі. У контексті індустрії 4.0 зникають межі між технологічним і культурним простором: технології більше не лише інструмент для розповсюдження контенту, а повноцінна складова його створення.

Зростання популярності стримінгових сервісів, таких як Netflix, Amazon Prime, Spotify, змінило уявлення про традиційні медіа. Користувачі отримують не лише доступ до великого обсягу контенту, а й персоналізовані рекомендації, сформовані на основі алгоритмів машинного навчання. Це забезпечує

підвищення залученості аудиторії, створює нові канали монетизації та дозволяє компаніям ефективніше управляти споживчою поведінкою.

Крім того, інноваційні формати, як-от віртуальна (VR) та доповнена реальність (AR), інтерактивне телебачення, ігрові симуляції, стають невід'ємною частиною індустрії розваг. Вони дозволяють створювати багаторівневий досвід для споживача, де взаємодія стає інтерактивною, а розвага — багатоканальною. Наприклад, VR-технології використовуються в кіно, театрі, на віртуальних концертах та фестивалях, що відкриває нові формати культурного споживання та експорту цифрових культурних продуктів.

Цифровізація також вплинула на зміну структури праці в індустрії. Креатори, художники, розробники програмного забезпечення, гейм-дизайнери об'єднуються в гнучкі цифрові команди, що функціонують у режимі відкритої співпраці. Така модель сприяє розвитку цифрового підприємництва й самозайнятості, зменшуючи бар'єри для входу в ринок і створюючи умови для розвитку малого та середнього бізнесу.

Отже, цифрова трансформація не лише модернізує технічну сторону індустрії розваг, а й сприяє її стратегічному переосмисленню як потужного чинника економічного зростання та платформи інноваційної взаємодії в нових умовах глобального середовища.

Цифрова економіка змінила уявлення про класичні бізнес-моделі індустрії розваг. Замість лінійних ланцюгів створення вартості — від виробника до споживача — з'являються багаторівневі платформи, які одночасно інтегрують продюсерів, користувачів, рекламодавців, технологічних постачальників і аналітиків даних. Основу нових бізнес-моделей складають інструменти цифрової аналітики, мережеві ефекти та персоналізований підхід до клієнта.

Ці моделі базуються на декількох ключових принципах:

Платформенність: користувач виступає не лише споживачем, а й творцем (YouTube, TikTok, Twitch);

Фріміум-модель: базові функції доступні безкоштовно, а преміальні — за плату (Spotify, Steam);

Підписка: постійна грошова взаємодія через підписку на сервіси (Netflix, Disney+);

Монетизація уваги: продаж реклами в обмін на безкоштовний контент (Meta, Google Ads);

Партнерські екосистеми: об'єднання цифрових продуктів у єдине середовище, наприклад, Google Stadia чи Apple Entertainment Ecosystem.

Таблиця 1.

Порівняння традиційних і цифрових бізнес-моделей у сфері розваг

Параметр	Традиційна модель	Цифрова платформа
Формат взаємодії	Виробник → Розповсюдjuвач → Споживач	Користувач ↔ Платформа ↔ Творець
Джерело доходу	Продаж квитків, ліцензій	Підписка, реклама, донати
Масштабування	Локальне	Глобальне
Інноваційність	Повільна	Постійна
Централізація контенту	Так	Ні (контент децентралізований)
Взаємодія з аудиторією	Пасивна	Інтерактивна

*розроблено автором

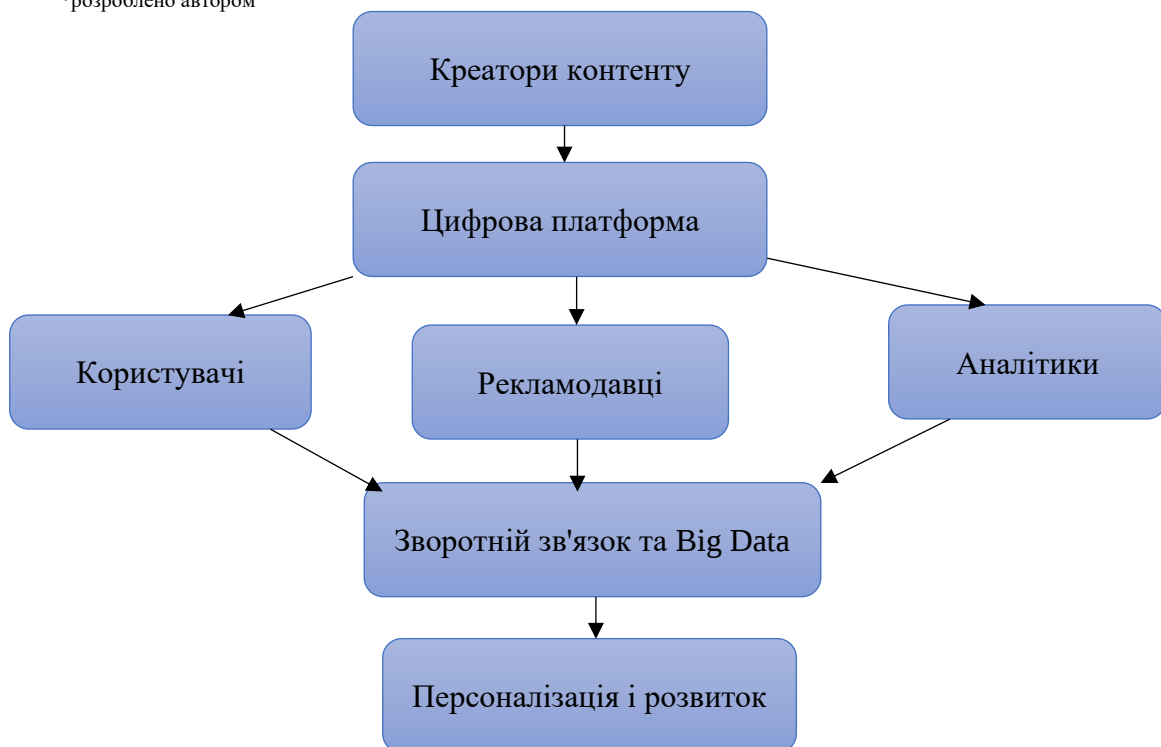


Рис. 1. Сучасна цифрова екосистема індустрії розваг

*розроблено автором

Цифрові екосистеми стають не лише інструментом генерації прибутку, а й простором для спільного створення інноваційних продуктів. Взаємодія між акторами платформи активує нові форми економічної діяльності — від створення NFT-контенту до віртуальних івентів у метавсесвітах. Компанії використовують дані про поведінку користувачів у реальному часі для моделювання попиту, коригування цінової політики та персоналізації досвіду.

Ключовою рисою сучасної індустрії є вбудованість в ширшу цифрову економіку, де розважальні платформи виступають основними каналами комунікації, соціалізації та споживання креативного продукту.

Індустрія розваг і туризм дедалі більше інтегруються в єдиний цифровий простір, формуючи так званий експерієнс-економіку (experience economy), де головним продуктом стає емоція, враження та участь у взаємодії. Цифрові технології дозволили не лише популяризувати туристичні дестинації, а й трансформувати саму суть подорожі: від фізичного переміщення до глибокого занурення у віртуальні чи змішані світи.

Сучасні розважальні сервіси стали ключовими каналами просування туристичних продуктів. Наприклад, серіали типу Game of Thrones чи Emily in Paris стимулювали попит на подорожі до відповідних локацій. Туристичний інтерес формують не лише класичні гіді, а й блогери, влогери, віртуальні гіді, 3D-карти, доповнена реальність.

Таблиця 2.

Цифрові технології в туризмі, пов'язані з індустрією розваг

Технологія	Приклад використання	Вплив на споживача
Віртуальна реальність (VR)	VR-екскурсії історичними місцями України	Емоційна залученість, візуалізація
Доповнена реальність (AR)	AR-навігатори у Львові та Києві	Орієнтація, гейміфікація
Інтерактивні платформи	Google Arts & Culture, Ukraine WOW	Цифрова освіта, імідж регіону
Інфлюенсер-маркетинг	Блогери розповідають про українські дестинації	Довіра до бренду, емоційна прив'язаність
Кібер-туризм / метавсесвіт	Віртуальні тури музеями та парками у VR-окулярах	Альтернатива фізичним подорожам

*розроблено автором

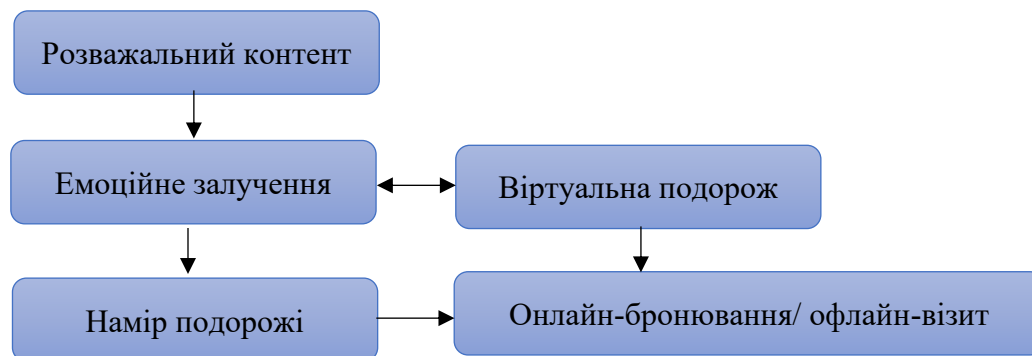


Рис. 2. Зв'язок між індустрією розваг і цифровим туризмом

*розроблено автором

Уже сьогодні популярними є сервіси, що дозволяють «відвідати» локації у форматі 360°, відчувати атмосферу міста через звуки, колорит, обличчя його жителів. Такі інструменти не просто стимулюють туризм — вони зменшують бар'єри для подорожей, особливо в умовах війни, пандемії чи інших обмежень.

В Україні, попри складні умови, також з'являються ініціативи на перетині розваг і туризму. Наприклад, мультимедійні виставки, історичні квести у VR, гейміфіковані тури для молоді в деокупованих містах — усе це створює підґрунтя для цифрового туризму, орієнтованого на нове покоління.

Таким чином, індустрія розваг не лише впливає на сприйняття туристичних маршрутів, а й створює нові економічні моделі взаємодії між регіонами, платформами, споживачами та контентом.

Вітчизняна індустрія розваг перебуває на перехресті між значним потенціалом і системними бар'єрами, що стримують її повноцінний розвиток. З одного боку, Україна володіє потужним людським капіталом, високим рівнем цифрової грамотності серед молоді, а також сформованим середовищем технічних фахівців, які можуть забезпечити створення якісного цифрового продукту. З іншого боку, ринок характеризується фрагментарністю, слабким рівнем комунікації між учасниками галузі, нестачею інституційної підтримки з боку держави та обмеженням доступом до джерел фінансування.

Проблеми посилюються низьким рівнем розвиненості цифрової інфраструктури в регіонах, що ускладнює масштабування інноваційних розважальних проєктів за межами великих міст. Український контент усе ще рідко представлений на глобальних стрімінгових платформах, що зменшує експортний потенціал галузі. У той же час загроза домінування іноземного продукту над національним, особливо в інформаційному просторі, формує ризики культурної експансії й втрати ідентичності.

Водночас ситуація не є безвихідною: зростає інтерес до української культури у світі, створюються нові партнерства, з'являються можливості залучення міжнародної технічної та фінансової допомоги. Осередки креативності формуються в громадах, навіть попри виклики війни. Ініціативи зі створення

цифрових культурних хабів, інтерактивних фестивалів, мультимедійних виставок і VR-проектів у деокупованих територіях демонструють, що індустрія розваг здатна стати інструментом регіонального розвитку, консолідації суспільства та підвищення стійкості місцевих економік.

Інституційна модернізація може розпочатися з ухвалення державної стратегії підтримки цифрової креативної економіки, з акцентом на стимулювання локального виробництва, запуску національних платформ дистрибуції контенту, а також надання податкових та грантових преференцій для проектів у сфері розваг, медіа й туризму. Важливо також інтегруватися в європейські культурні програми, такі як «Creative Europe» або «Horizon Europe», адже вони відкривають доступ до нетворкінгу, обміну досвідом, а головне — до інструментів сталого фінансування.

Таким чином, національні особливості становлять і ризик, і можливість водночас. Успіх залежатиме від того, наскільки швидко та ефективно будуть сформовані політики, інститути та інструменти, здатні перевести потенціал у системний розвиток. У новій цифровій реальності розваги — це не лише про дозвілля, це про майбутнє культурної сили країни та її конкурентоспроможність на глобальному ринку.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Індустрія розваг у цифрову епоху набуває нового значення як стратегічний сегмент економіки, що поєднує культурну, технологічну та інноваційну складові. Її трансформація відбувається під впливом цифрових технологій, що не лише змінюють способи створення й споживання контенту, а й формують нові бізнес-моделі та економічні екосистеми. У статті було доведено, що цифрові платформи, персоналізація послуг, взаємодія з користувачем у режимі реального часу, використання VR, AR, big data та AI є визначальними чинниками розвитку сучасної розважальної інфраструктури.

Аналіз довів, що індустрія розваг виступає потужним драйвером пов'язаних секторів економіки, зокрема цифрового туризму, маркетингу, освіти та медіа. Вона створює умови для формування нових видів зайнятості, стимулює розвиток малого й середнього бізнесу, а також сприяє міжнародному позиціонуванню національного культурного продукту.

Для України розбудова цифрової індустрії розваг є не лише економічною необхідністю, а й елементом культурної безпеки та конкурентоспроможності в умовах гібридних викликів і глобальної інформаційної конкуренції. Подолання внутрішніх бар'єрів, інтеграція до європейських ініціатив, стимулювання інноваційних хабів, розвиток цифрової інфраструктури — усе це має стати пріоритетом державної політики в найближчій перспективі. Таким чином, індустрія розваг може і повинна стати одним із векторів сталого економічного зростання та соціального згуртування в епоху цифрової трансформації.

Література

1. Глобальна економіка XXI століття: людський вимір : монографія / Д. Г. Лук'яненко [та ін.] ; за заг. ред. Д. Г. Лук'яненка, А. М. Поручника. — Київ : КНЕУ, 2008. — 424 с.
2. Петько С. М. Електронна комерція в цифровій екосистемі Республіки Кореї // *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. — 2022. — № 23. — С. 61–67. DOI: [10.20535/2307-5651.23.2022.264630](https://doi.org/10.20535/2307-5651.23.2022.264630).
3. Петько С. М. Масштаби та організаційні виміри діяльності південнокорейських корпорацій в умовах їх цифрової трансформації // *Інтелект XXI*. — 2021. — № 5. — С. 7–12. DOI: [10.32782/2415-8801/2021-5.1](https://doi.org/10.32782/2415-8801/2021-5.1).
4. Петько С. М. Механізми реалізації інвестиційних проектів в Південній Кореї та досвід для України // *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. — 2020. — № 2(113). — С. 32–38. DOI: [10.32840/1814-1161/2020-2-5](https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-2-5).
5. Петько С. М. Моделі корпоративного управління в діяльності корпорацій на світових ринках // *Молодий вчений*. — 2015. — № 2(17), ч. 2. — С. 225–229.
6. Петько С. М. Республіка Корея в індексах цифрової економіки // *Цифрова економіка та економічна безпека*. — 2022. — № 1(1). — С. 66–73. DOI: [10.32782/dees.1-11](https://doi.org/10.32782/dees.1-11).
7. Петько С. М. Цифровий техноглобалізм у становленні Республіки Корея на глобальному ринку напівпровідників // *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економіка»*. — 2022. — № 1(105). — С. 91–99. DOI: [10.37734/2409-6873-2022-1-12](https://doi.org/10.37734/2409-6873-2022-1-12).
8. Ресурси та моделі глобального економічного розвитку : монографія / Д. Г. Лук'яненко [та ін.] ; за заг. ред. Д. Г. Лук'яненка, А. М. Поручника. — Київ : КНЕУ, 2011. — 704 с.
9. Столярчук Я. Соціальна поляризація українського суспільства у контексті глобальних тенденцій // *Культура народів Причорномор'я*. — 2007. — № 103. — С. 50–54.
10. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку : монографія : у 2 т. Т. 1 / Д. Г. Лук'яненко [та ін.] ; за заг. ред. Д. Г. Лук'яненка, А. М. Поручника. — Київ : КНЕУ, 2006. — 816 с.

11. Цифрова економіка: Вплив інформаційно-комунікаційних технологій на людський капітал та формування компетентностей майбутнього : монографія / Л. Л. Антонюк [та ін.] ; за ред. Л. Антонюк, Д. Льницького, А. Севаст'юк. – Київ : КНЕУ, 2021. – 337 с.
12. Garafonova O., Dvornyk O., Sharov V., Zhosan H., Yankovoi R., Lomachynska I. Digitization Process in a Changing Global Environment // *TEM Journal*. – 2025. – Vol. 14, No. 1. – P. 251–265. DOI: [10.18421/TEM141-23](https://doi.org/10.18421/TEM141-23).

References

1. Lukianenko, D. H., et al. (2008). *The Global Economy of the 21st Century: The Human Dimension* (Monograph) / Eds. D. H. Lukianenko, A. M. Poruchnyk. Kyiv: KNEU. 424 p.
2. Petko, S. M. (2022). E-commerce in the Digital Ecosystem of the Republic of Korea. *Economic Bulletin of NTUU "KPI"*, 23, 61–67. <https://doi.org/10.20535/2307-5651.23.2022.264630>
3. Petko, S. M. (2021). The Scale and Organizational Dimensions of South Korean Corporations Amid Digital Transformation. *Intellect XXI*, 5, 7–12. <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2021-5.1>
4. Petko, S. M. (2020). Mechanisms for Implementing Investment Projects in South Korea and Lessons for Ukraine. *State and Regions. Series: Economy and Entrepreneurship*, 2(113), 32–38. <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-2-5>
5. Petko, S. M. (2015). Models of Corporate Governance in the Operations of Corporations on Global Markets. *Young Scientist*, 2(17), Part 2, 225–229.
6. Petko, S. M. (2022). The Republic of Korea in Digital Economy Indexes. *Digital Economy and Economic Security*, 1(1), 66–73. <https://doi.org/10.32782/dees.1-11>
7. Petko, S. M. (2022). Digital Technoglobalism in the Rise of the Republic of Korea in the Global Semiconductor Market. *Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade. Series: Economics*, 1(105), 91–99. <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2022-1-12>
8. Lukianenko, D. H., et al. (2011). *Resources and Models of Global Economic Development* (Monograph) / Eds. D. H. Lukianenko, A. M. Poruchnyk. Kyiv: KNEU. 704 p.
9. Stolyarchuk, Ya. (2007). Social Polarization of Ukrainian Society in the Context of Global Trends. *Culture of the Peoples of the Black Sea Region*, 103, 50–54.
10. Lukianenko, D. H., et al. (2006). *Management of International Competitiveness under Global Economic Development* (Monograph, Vol. 1) / Eds. D. H. Lukianenko, A. M. Poruchnyk. Kyiv: KNEU. 816 p.
11. Antonuk, L. L., et al. (2021). *Digital Economy: The Impact of ICT on Human Capital and the Formation of Future Competencies* (Monograph) / Eds. L. Antonuk, D. Il'nytskyi, A. Sevast'iyuk. Kyiv: KNEU. 337 p.
12. Garafonova, O., Dvornyk, O., Sharov, V., Zhosan, H., Yankovoi, R., & Lomachynska, I. (2025). Digitization Process in a Changing Global Environment. *TEM Journal*, 14(1), 251–265. <https://doi.org/10.18421/TEM141-23>