

Шталь Т. В.

Доктор економічних наук, професор,
проректор з наукової роботи та міжнародного співробітництва
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1256-9854>

Курцев О. Ю.

Кандидат юридичних наук, доцент,
Доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4951-3718>

ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРЕЗ ЛОГІСТИКУ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ

**JEL Classification: L83, M11, O32, R40, F23
SECTION “ECONOMICS”: Економіка**

Анотація. У статті досліджено процеси трансформації бізнес-процесів туристичних підприємств крізь призму логістики та інноваційного розвитку в умовах цифровізації міжнародного ринку туристичних послуг. Метою представленої роботи є визначення особливостей трансформації бізнес-процесів з урахуванням логістичної складової та інноваційного розвитку в умовах цифровізації. Обґрунтовано, що зростання глобальної конкуренції, динамічні зміни споживчих уподобань і впровадження цифрових технологій зумовлюють необхідність переосмислення традиційних підходів до управління діяльністю туристичних підприємств. Особливу увагу приділено ролі логістики як інтеграційного елементу, що забезпечує узгодженість інформаційних, фінансових та сервісних потоків у межах бізнес-процесів. Проаналізовано вплив цифрових інструментів, платформних рішень і інноваційних логістичних моделей на підвищення операційної ефективності, гнучкості та адаптивності туристичних підприємств до умов міжнародного ринку. Визначено ключові напрями трансформації бізнес-процесів, спрямовані на формування конкурентних переваг та стійкого розвитку в цифровому середовищі. Результати дослідження можуть бути використані в практиці стратегічного управління туристичними підприємствами, а також у подальших наукових розвідках з проблематики інноваційного розвитку та цифрової трансформації туристичного бізнесу.

Ключові слова: трансформація, цифрова трансформація, детермінанти розвитку, туристичні підприємства, логістичний процес, логістика, інноваційний розвиток, бізнес-процеси, туристи, розвиток, інновації.

Annotation. The article examines the processes of transformation of business processes of tourism enterprises through the prism of logistics and innovative development in the conditions of digitalization of the international tourism services market. It is noted that even under the influence of transformations, conflicts and global shifts, the tourism sector remains one of the main areas in the services market. The purpose of the presented work is to determine the features

of the transformation of business processes taking into account the logistics component and innovative development in the conditions of digitalization. The main methods that were used in writing the work: logical method for constructing a logical presentation of the material and the sequence of research, methods of analysis and synthesis, induction and deduction methods, generalization method for identifying individual features in the presented work, systematization method, graphical method for generalization and visual representation of individual elements of the work. It is substantiated that the growth of global competition, dynamic changes in consumer preferences and the introduction of digital technologies necessitate a rethinking of traditional approaches to managing the activities of tourism enterprises. Particular attention is paid to the role of logistics as an integration element that ensures the consistency of information, financial and service flows within business processes. The impact of digital tools, platform solutions and innovative logistics models on increasing the operational efficiency, flexibility and adaptability of tourism enterprises to international market conditions is analyzed. Key areas of business process transformation aimed at creating competitive advantages and sustainable development in the digital environment are identified. The results of the study can be used in the practice of strategic management of tourism enterprises, as well as in further scientific research on the issues of innovative development and digital transformation of tourism business.

Key words: transformation, digital transformation, determinants of development, tourism enterprises, logistics process, logistics, innovative development, business processes, tourists, development, innovations.

Вступ

Туристична індустрія перебуває на перетині глобальних економічних змін, цифровізації та посиленої конкуренції на міжнародному ринку. У сучасних умовах успішне функціонування туристичних підприємств неможливе без системного перегляду традиційних бізнес-процесів та впровадження ефективних логістичних і інноваційних стратегій. Цифровізація створює нові можливості для автоматизації управління потоками ресурсів, інформації та послуг, дозволяючи підприємствам не лише оптимізувати операційну діяльність, а й формувати додаткову цінність для споживачів.

В умовах динамічного міжнародного ринку особливого значення набуває інтеграція логістичних процесів з інноваційними підходами до управління. Рационалізація потоків ресурсів і інформації підвищує оперативність прийняття рішень, скорочує витрати та забезпечує безперервність і узгодженість сервісних операцій. Водночас застосування цифрових технологій, аналітики даних та інструментів персоналізації послуг дозволяє туристичним підприємствам підвищувати гнучкість, адаптивність до змін ринкової кон'юнктури та рівень задоволеності клієнтів. Трансформація бізнес-процесів через логістику та інноваційний розвиток стає не лише засобом підвищення ефективності діяльності, а й стратегічним інструментом забезпечення довгострокової конкурентоспроможності.

Трансформація бізнес-процесів туристичних підприємств у сучасних умовах зумовлена комплексом факторів, серед яких ключовими є цифровізація, зростання вимог споживачів, інтернаціоналізація ринку та необхідність підвищення конкурентоспроможності. Ефективна організація логістики стає не лише інструментом оптимізації ресурсів, а й базою для інтеграції інноваційних рішень, що дозволяють підприємствам адаптуватися до динамічних змін ринку. Незважаючи на значну кількість наукових досліджень у сфері цифрових технологій та інновацій, існує недостатня систематизація знань щодо впливу логістичної трансформації на розвиток туристичних підприємств у контексті глобалізованої економіки.

Аналіз сучасних наукових публікацій свідчить про різноплановість підходів до цієї проблематики. Саме тому, доцільно розглянути роботи окремих авторів із зазначенням їх внеску у розвиток представлено питання. Дослідження Гавкалової Н. [1] підкреслюють роль

енергоефективних та інноваційних технологій як факторів підвищення конкурентоспроможності підприємств у сучасному бізнес-середовищі, що має безпосереднє відношення до оптимізації ресурсів у туристичній сфері. Роботи Крисоватого А. та співавторів [2, 3, 17] акцентують на впливі цифрової економіки на фінансовий менеджмент та трансформацію бізнес-процесів глобальних підприємств, демонструючи, що цифровізація створює умови для більш ефективного управління потоками ресурсів, інформації та послуг.

При цьому Прокопенко О. та її співавтори [4] висвітлюють концепції логістики для оптимізації бізнес-процесів, наголошуючи на інтеграції логістичних систем і управлінських рішень як ключового чинника підвищення ефективності діяльності. Дослідження Васильєвої Н. [5], Десятнюк О. [6], Птащенко О. [6, 13], Кириленка С. [7, 8] акцентують на трансформації бізнес-моделей під впливом цифровізації, зазначаючи, що інтеграція цифрових інструментів у бізнес-процеси є стратегічною умовою розвитку сучасних підприємств.

Особливу увагу в науковій літературі приділено застосуванню цифрових технологій у туристичній сфері. Кожухівська Р. [9], Лисюк Т. [10, 11] та Марусей Т. [12], Середа Н. [14], Тарасюк Г. [15], Фернандес Р. [16] досліджують вплив цифрових інновацій на управління туристичними потоками, підкреслюючи значення інтегрованих платформ для координації операцій і підвищення якості обслуговування.

Отже, проблематика досліджень концентрується на взаємозв'язку логістики, цифровізації та інноваційного розвитку туристичних підприємств. Системний аналіз літератури показує, що впровадження сучасних логістичних підходів і цифрових інструментів дозволяє не лише оптимізувати операційні процеси, а й формувати умови для стратегічної адаптації, підвищення якості обслуговування та закріплення конкурентних переваг на міжнародному ринку.

Метою роботи є визначення особливостей трансформації бізнес-процесів з урахуванням логістичної складової та інноваційного розвитку в умовах цифровізації.

Результати

Зростання глобальної конкуренції, динамічні зміни споживчих уподобань і активне впровадження цифрових технологій істотно трансформують умови функціонування туристичних підприємств, зумовлюючи необхідність переосмислення традиційних підходів до управління їхньою діяльністю. Туристичний ринок, який раніше значною мірою ґрунтувався на стабільних туристичних потоках і відносно передбачуваній поведінці споживачів, нині характеризується високим рівнем мінливості, що посилює вимоги до гнучкості та адаптивності управлінських рішень [12].

Глобалізація туристичних ринків призвела до зростання кількості учасників і зниження бар'єрів входу для нових підприємств, зокрема завдяки розвитку онлайн-платформ і міжнародних каналів дистрибуції. У результаті конкуренція в галузі виходить за межі локальних ринків і набуває глобального характеру. Туристичні підприємства змушені конкурувати не лише з безпосередніми аналогами у своєму регіоні, а й з альтернативними пропозиціями з інших країн, що часто мають доступ до ширших ресурсів і технологічних можливостей [11, 12]. За таких умов традиційні управлінські підходи, орієнтовані на стабільність і повторюваність операцій, виявляються недостатньо ефективними.

Паралельно з посиленням конкурентного тиску відбуваються суттєві зміни у структурі та характері споживчих уподобань. Сучасний турист дедалі частіше орієнтується не лише на ціну або стандартний набір послуг, а на унікальний досвід, індивідуалізацію пропозиції та рівень сервісу. Зростає попит на персоналізовані маршрути, тематичні подорожі, екологічно відповідальний туризм і гнучкі формати бронювання, що змінює логіку формування туристичного продукту й вимагає від підприємств переходу від масових стандартизованих рішень до клієнтоорієнтованих моделей управління, у яких ключову роль відіграє здатність швидко реагувати на зміни попиту.

Впровадження цифрових технологій суттєво підсилює ці трансформаційні процеси. Онлайн-системи бронювання, цифрові канали комунікації, аналітика поведінки споживачів і платформи

управління взаємовідносинами з клієнтами змінюють способи взаємодії туристичних підприємств із ринком. Цифрові інструменти надають доступ до великих обсягів даних, що дозволяє глибше аналізувати очікування клієнтів, прогнозувати попит і адаптувати пропозицію в режимі близькому до реального часу. Водночас зростає прозорість ринку, оскільки споживачі мають можливість порівнювати пропозиції, оцінювати якість послуг і впливати на репутацію підприємств через цифрові канали.

У таких умовах традиційні підходи до управління туристичними підприємствами, які базуються на жорсткій ієрархії, довгостроковому плануванні без урахування високої невизначеності та обмеженому використанні аналітичних інструментів, потребують ґрунтовного перегляду. На перший план виходить необхідність формування гнучких управлінських моделей, здатних інтегрувати стратегічні цілі розвитку з оперативною адаптацією до ринкових змін. Управління дедалі більше спирається на дані, міжфункціональну взаємодію та клієнтоцентричний підхід.

Також зауважимо, що зростання складності організаційних структур, багатоканальність взаємодії з контрагентами та підвищені вимоги до якості обслуговування зумовлюють необхідність узгодження інформаційних, фінансових і сервісних потоків. Саме логістика забезпечує таке узгодження, виконуючи функцію координації між стратегічними цілями підприємства та щоденною операційною діяльністю. Представлене дає змогу узагальнити роль логістики в трансформації бізнес-процесів та сформулювати висновки в таблиці 1.

Таблиця 1

Роль логістики як інтеграційного елементу бізнес-процесів

Сфера потоків	Зміст потоків у межах бізнес-процесів	Інтеграційна роль логістики	Управлінський результат
Інформаційні потоки	Дані про замовлення, запаси, графіки постачання, виконання операцій	Забезпечення єдиного інформаційного простору та синхронізації даних між підрозділами	Підвищення узгодженості рішень і зменшення інформаційних розривів
Фінансові потоки	Платежі, витрати на транспортування, складування, обслуговування	Координація руху фінансових ресурсів відповідно до логістичних операцій	Оптимізація витрат і підвищення прозорості фінансового контролю
Сервісні потоки	Рівень обслуговування клієнтів, терміни доставки, післяпродажний супровід	Узгодження сервісних стандартів із можливостями логістичної системи	Підвищення задоволеності клієнтів і лояльності
Внутрішні бізнес-процеси	Взаємодія між виробництвом, закупівлями, збутом і сервісом	Інтеграція функціональних підрозділів через логістичні регламенти	Зменшення дублювання функцій і підвищення операційної ефективності
Зовнішні взаємозв'язки	Співпраця з постачальниками, перевізниками, дистриб'юторами	Синхронізація дій учасників ланцюга створення вартості	Підвищення стійкості та надійності партнерських відносин

Стратегічні цілі розвитку	Розширення ринків, підвищення конкурентоспроможності	Узгодження логістичних рішень із довгостроковими цілями підприємства	Формування цілісної моделі сталого розвитку
---------------------------	--	--	---

Джерело: узагальнено авторами

Аналіз взаємодії потоків свідчить про те, що логістика виконує координуючу функцію не лише на операційному, а й на стратегічному рівні. Узгодження інформаційних потоків підвищує якість управлінських рішень, синхронізація фінансових потоків сприяє раціональному використанню ресурсів, а інтеграція сервісних потоків дозволяє підтримувати стабільний рівень обслуговування клієнтів. У сукупності це формує основу для підвищення керованості бізнес-процесів та прозорості діяльності підприємства.

Таким чином, логістика в сучасних умовах виконує роль інтегратора, що поєднує поточні операційні завдання з довгостроковими цілями розвитку. Вона забезпечує цілісність функціонування підприємства, підвищує його адаптивність до змін зовнішнього середовища та створює передумови для сталого підвищення конкурентоспроможності. Саме завдяки такій інтеграційній ролі логістика набуває стратегічного значення в системі управління сучасним підприємством.

Зазначимо, що сучасні туристичні підприємства функціонують у контексті глобальної конкуренції, високої мінливості попиту та розширення цифрових каналів взаємодії з клієнтами. У таких умовах традиційні моделі управління виявляються недостатньо ефективними для забезпечення швидкого реагування на ринкові зміни та оптимізації операційних витрат. Цифрові інструменти, платформні рішення та інноваційні логістичні моделі стають ключовими факторами підвищення операційної ефективності, гнучкості та адаптивності підприємств до умов міжнародного ринку. Вони дозволяють інтегрувати процеси бронювання, обслуговування, постачання ресурсів та управління персоналом у єдину координаційну систему, що підвищує швидкість прийняття рішень і забезпечує стійкість бізнесу до зовнішніх коливань (табл. 2).

Таблиця 2

Впливу цифрових та інноваційних рішень

Категорія впливу	Тип цифрового/платформного рішення	Конкретний ефект для туристичного підприємства	Результат для операційної ефективності та стратегічного розвитку
Автоматизація процесів	CRM-системи, онлайн-бронювання, системи управління запасами	Скорочення ручної обробки замовлень та зниження помилок	Підвищення точності і швидкості обслуговування клієнтів
Аналітика та прогнозування	ВІ-платформи, алгоритми прогнозування попиту	Оптимізація планування ресурсів і маршрутизування	Зниження операційних витрат та ефективне управління пропускнуою спроможністю
Гнучке управління ресурсами	Інтегровані ERP-системи, мобільні додатки для персоналу	Швидке переналаштування роботи персоналу та транспортних засобів	Підвищення гнучкості та оперативності реагування на зміни попиту
Партнерська інтеграція	Платформи B2B/B2C, API для взаємодії з постачальниками	Узгодження дій між постачальниками, турагентствами та	Зменшення логістичних затримок і підвищення надійності обслуговування

		транспортними компаніями	
Персоналізація та сервіс	Системи рекомендацій, цифрові портали клієнта	Надання індивідуальних маршрутів та послуг	Підвищення лояльності та конкурентної привабливості на міжнародному ринку
Стійкість до змін	Хмарні платформи, модульні логістичні рішення	Швидке реагування на коливання попиту та регуляторні зміни	Підвищення адаптивності та конкурентоспроможності підприємства

Джерело: сформовано авторами

Отже, цифрові інструменти, платформні рішення та інноваційні логістичні моделі створюють умови для комплексного підвищення операційної ефективності туристичних підприємств. Крім того, інтеграція цифрових платформ дозволяє оперативного адаптуватися до умов міжнародного ринку, зменшувати ризики і формувати конкурентні переваги за рахунок персоналізованого обслуговування, оптимізації ресурсів і налагодженої взаємодії з партнерами. У сукупності це забезпечує стійкий розвиток підприємств у високодинамічному глобальному середовищі.

У цьому контексті трансформація бізнес-процесів стає не просто фактором оптимізації, а ключовим механізмом забезпечення конкурентних переваг та стійкого розвитку. Основні напрями такої трансформації можна групувати за технологічним, організаційним та стратегічним вимірами.

Так одним із пріоритетних напрямів є впровадження цифрових технологій у ядро бізнес-процесів. Це передбачає автоматизацію рутинних операцій, створення інтегрованих платформ управління та використання аналітичних інструментів для прийняття рішень у реальному часі. Цифровізація дозволяє скоротити час на виконання ключових операцій, мінімізувати людський фактор і підвищити прозорість управлінських рішень. Для досягнення конкурентної переваги важливо інтегрувати цифрові системи не лише всередині компанії, а й із партнерами та постачальниками, створюючи екосистему обміну даними та спільного розвитку.

Трансформація бізнес-процесів неможлива без зміни підходів до взаємодії з клієнтами. Використання аналітики великих даних та алгоритмів штучного інтелекту дозволяє сегментувати аудиторію і формувати персоналізовані пропозиції, що значно підвищує лояльність клієнтів. Водночас, трансформація повинна охоплювати внутрішні процеси, орієнтовані на підвищення залученості та компетентності співробітників, що забезпечує гнучкість організації та швидку адаптацію до змін ринку.

Зауважимо, що сучасні компанії переходять від ієрархічних структур до більш гнучких моделей управління такі, як Agile, Lean, DevOps [10, 17]. Це дозволяє швидко реагувати на зміни ринку, зменшувати витрати та покращувати якість продуктів і послуг. Оптимізація ланцюгів створення цінності передбачає не лише скорочення непродуктивних операцій, а й активне впровадження принципів сталого розвитку: мінімізацію енергетичних та матеріальних витрат, зменшення екологічного сліду, розвиток «зелених» продуктів.

Також слід звернути увагу на те, що впровадження систем Business Intelligence, аналітики поведінки споживачів та прогнозування попиту дозволяє приймати обґрунтовані рішення, уникати ризиків та формувати ефективні стратегії розвитку [17]. Особливе значення має прогнозування не лише фінансових показників, а й екологічних, соціальних та технологічних трендів, що забезпечує комплексну стійкість бізнесу.

Саме тому, трансформація бізнес-процесів у цифровому середовищі представляє собою багатовимірний процес, який поєднує технологічні, організаційні та стратегічні зміни. Компанії, які успішно інтегрують цифрові інструменти, фокусуються на клієнтах, оптимізують ланцюги створення цінності, використовують аналітику для прийняття рішень і формують культуру інновацій, здатні не

лише підвищити ефективність, а й отримати стійкі конкурентні переваги та забезпечити довгостроковий розвиток.

Висновки

Таким чином, трансформація бізнес-процесів туристичних підприємств у сучасних умовах цифровізації міжнародного ринку є критичною умовою для забезпечення конкурентоспроможності та стійкого розвитку. Логістичний аспект цієї трансформації виступає не просто як функція організації руху ресурсів і туристичних потоків, а як стратегічний інструмент підвищення ефективності діяльності. Оптимізація логістичних процесів дозволяє скоротити витрати, підвищити якість обслуговування та забезпечити гнучке реагування на коливання попиту в різних регіонах світу.

Інноваційний розвиток за таких умов виступає ключовим драйвером адаптації до цифрового середовища. Впровадження сучасних технологій дозволяє підприємствам формувати нові конкурентні переваги. Водночас інтеграція цифрових рішень забезпечує прозорість операцій, покращує комунікацію з клієнтами та партнерами, а також сприяє створенню гнучких моделей управління, здатних оперативно реагувати на міжнародні економічні та соціальні зміни.

Комплексний підхід, що поєднує логістику, інноваційні технології та цифровізацію, формує не тільки ефективні бізнес-процеси, а й довгострокову стійкість туристичних підприємств на глобальному ринку. Такий підхід дозволяє максимально використовувати потенціал міжнародних ринків, забезпечувати персоналізовані туристичні продукти, зменшувати ризики операційної діяльності та активно інтегрувати принципи сталого розвитку в стратегії компаній. У підсумку, зауважимо, що саме синергія логістики та інноваційного розвитку у цифровому середовищі визначає новий рівень конкурентоспроможності туристичних підприємств і створює основу для їхнього успішного функціонування на глобальному ринку.

Список використаних джерел

1. Gavkalova, N., Smereka, S., Kadyrus, I., Kyrylenko, S., & Kasatkina, M. (2025). Energy-Saving Technologies and Innovations: Driving Competitiveness in Contemporary Business. *Grassroots Journal of Natural Resources*, 8(1), 138-162. <https://doi.org/10.33002/nr2581.6853.080105>
2. Krysovatyu A., Ptashchenko O., Ivashchenko O., Karp V., Kurtsev O. (2025) The Influence Of Digital Economy On Financial Management And Analysis: Transforming Business Processes In Global Enterprises. *International Journal for Quality Research*. 19(3) 873–886, DOI: 10.24874/IJQR19.03-13, <https://www.ijqr.net/paper.php?id=1275>, <https://www.ijqr.net/journal/v19-n3/13.pdf>
3. Krysovatyu, A., Desyatnyuk, O., & Ptashchenko, O. (2024). Digital Innovations and their Ramifications for Financial and State Security. *African Journal Of Applied Research*, 10(1), 431–441. <https://doi.org/10.26437/ajar.v10i1.713>
4. Prokopenko, O., Kichuk, Ya., Ptashchenko, O., Yurko, I., & Cherkashyna, M. (2021). Logistics Concepts to Optimise Business Processes. *Estudios de Economia Aplicada Vol 39*, No 3 (2021) DOI: <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v39i3.4712>
5. Васильева Н. Б., Нижниченко Я. Є., Заболотна О. С. Вплив цифровізації на трансформацію бізнес-моделей у традиційних галузях економіки. *Академічні візії*. 2024. No 37. С. 1–9.
6. Десятнюк О.М., Птащенко О.В. Управління ризиками в цифровій економіці: фінансова безпека та трансформаційні зміни. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*, 2(14), 238-247. URL: <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/338>

7. Кириленко С.В. Вовк В.А., Використання цифрового інструментарію в підприємстві: фінансовий, організаційний та маркетинговий аспекти. Вісник економіки №2, 2025, С. 100-110, DOI: 10.35774/visnyk2025.02.100
8. Кириленко С.В. Інноваційний розвиток бізнес-структур в умовах цифрової економіки. Журнал стратегічних економічних досліджень, № 5(22), 2024. - С.43-51, DOI: 10.30857/2786-5398.2024.5.4, <https://econ-vistnyk.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/17/2025/03/5-2024-4.pdf>
9. Кожухівська Р. Б. Логістичний Інтернет-провайдинг у туризмі. Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. 2019. № 4. С. 196–200. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2019_4_36.
10. Лисюк Т.В., Ройко Л.Л., Білецький Ю.В. Цифрові інноваційні технології в секторі туризму України. Економіка та суспільство. 2023. № 52. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-36>.
11. Лисюк Т.В., Ройко Л.Л., Горяєва А.І. Інноваційні інформаційні процеси у розвитку туристичного сектору України. Економіка та суспільство. 2024. № 59. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-60>.
12. Марусей Т. В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах. Ефективна економіка. 2020. № 8. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.8.73.
13. Птащенко О.В., Шершенюк О.М. Кізілов І. Impact of digital transformation on the innovative activity of logistics enterprises. Журнал стратегічних економічних досліджень, № 3(21), 2024. - С.140-149, DOI: 10.30857/2786-5398.2024.3.14, <https://econ-vistnyk.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/17/2024/11/3-2024-14.pdf>
14. Середа Н. М. Маркетингова туристична діяльність в логістичних потоках. Науковий вісник Льотної академії. Серія: Економіка, менеджмент та право. 2021. Випуск 5. С. 22–28. DOI: <https://doi.org/10.33251/2707-8620-2021-5-22-28>.
15. Тарасюк Г.М. (2021). Логістичні рішення та управління постачаннями в компанії: виклики часу. Економіка, управління та адміністрування. 2021. № 4(98). С. 42–48. DOI: [https://doi.org/10.26642/ema2021-4\(98\)-42-48](https://doi.org/10.26642/ema2021-4(98)-42-48).
16. Фернандес Р. К. Е. Парадигма цифрової трансформації бізнес-процесів підприємства. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences. 2024. No326(1). С. 410–414.
17. Цифрова економіка : підручник / за ред. д.е.н., проф. А. І. Крисоватий, д.е.н., проф. О. М. Десятнюк, д.е.н., проф. О. В. Птащенко, Тернопіль : ЗУНУ, 2024. 520 с.