

Юлія В. Костинець*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

В статті визначені особливості розвитку ринку послуг в умовах цифрової трансформації економіки. Цифровізація всебічно впливає на торгівлю й відкритість ринку. Швидкі технологічні розробки сприяють торгівлі послугами за допомогою цифрових мереж, відкривають нові можливості завдяки розширенню меж, що зумовлює появу більшої кількості угод. Послуги інформаційних і комунікаційних технологій становлять основу цифрової економіки, забезпечуючи необхідну мережеву інфраструктуру й підтримуючи оцифрування інших видів послуг. Після того як діяльність послуг може бути оцифрована, вони можуть передаватися через електронні мережі на міжнародному рівні. Швидке збільшення обсягів даних і кількості підключених пристроїв посилюють попит споживачів на швидкі й надійні комунікаційні мережі.

Визначено передумови, чинники та тенденції розвитку ринку послуг в умовах цифрової трансформації економіки. Ефективне управління розвитком ринку послуг в національній економіці базується на теоретичному дослідженні наукових підходів до її секторального поділу та сутності послуг як економічної категорії та економічної діяльності, що створює додаткову вартість, і, відповідно, бере участь у формуванні ВВП країни.

Проаналізовано середовище ринку послуг в умовах цифрової трансформації економіки. Діджиталізація бізнес-процесів вітчизняних компаній з надання послуг в сучасних умовах цифрової трансформації економіки є стратегічним напрямком їх розвитку та передбачає визнання необхідності діджиталізації; складання цифрової моделі бізнесу та формування споживчої цінності у нових формах, внаслідок чого має змінитися бізнес-модель та відбудеться комплексна діджиталізація бізнесу.

Ключові слова: управління розвитком, ринок послуг, управління на засадах маркетингу, цифрова трансформація економіки, цифрова економіка

Рис. 1. Табл. Літ. 14.

DOI: 10.32752/1993-6788-2020-1-229-6-15

Юлія В. Костинець

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В статье определены особенности развития рынка услуг в условиях цифровой трансформации экономики. Цифровизация оказывает всестороннее влияние на торговлю и открытость рынка. Быстрые технологические разработки способствуют торговле услугами с помощью цифровых сетей, открывают новые возможности благодаря расширению границ, что приводит к появлению большего количества сделок. Услуги информационных и коммуникационных технологий составляют основу цифровой экономики, обеспечивая необходимую сетевую инфраструктуру и поддерживая оцифровку других видов услуг. После того, как деятельность услуг может быть оцифрована, они могут передаваться через электронные сети на международном уровне. Быстрое увеличение объема данных и количества подключенных устройств усиливают спрос потребителей на быстрые и надежные коммуникационные сети.

Определены предпосылки, факторы и тенденции развития рынка услуг в условиях цифровой трансформации экономики. Эффективное управление развитием рынка услуг в

* National Academy of Management. Ukraine.

национальной экономике базируется на теоретическом исследовании научных подходов к ее секторальному разделению и сущности услуги как экономической категории и экономической деятельности, что создает дополнительную стоимость, и, соответственно, принимает участие в формировании ВВП страны.

Проанализирована среда рынка услуг в условиях цифровой трансформации экономики. Диджитализация бизнес-процессов отечественных компаний по предоставлению услуг в современных условиях цифровой трансформации экономики является стратегическим направлением их развития и предполагает признание необходимости диджитализации; составление цифровой модели бизнеса и формирование потребительской ценности в новых формах, в результате чего изменится бизнес-модель и состоится комплексная диджитализация бизнеса.

Ключевые слова: управление развитием, рынок услуг, управление на принципах маркетинга, цифровая трансформация экономики, цифровая экономика

Iuliia V. Kostynets

PECULIARITIES OF SERVICES MARKET DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY

The article identifies the features of the market of services in the digital transformation of the economy. Digitalization has a comprehensive impact on trade and market openness. Rapid technological developments facilitate the trade of services through digital networks, open up new opportunities through the expansion of borders, which leads to the appearance of more transactions. Information and communication technology services form the basis of the digital economy, providing the necessary network infrastructure and supporting the digitization of other types of services. Once service activities can be digitized, they can be transmitted across electronic networks internationally. The rapid increase in data volumes and the number of connected devices increase consumer demand for fast and reliable communication networks.

Preconditions, factors and tendencies of development of the market of services in the conditions of digital transformation of economy are defined. Effective management of the development of the service market in the national economy is based on a theoretical study of scientific approaches to its sectoral division and the essence of service as an economic category and economic activity that creates added value and, accordingly, participates in the formation of the country's GDP.

The environment of the services market in the conditions of digital transformation of economy is analyzed. Digitization of business processes of domestic companies providing services in modern conditions of digital transformation of the economy is a strategic direction of their development and involves recognition of the need for digitization; drawing up a digital business model and forming consumer value in new forms, as a result of which the business model should change and complex digitalization of business will take place.

Keywords: development management, market of services, management on the basis of marketing, digital transformation of economy, digital economy

Peer-reviewed, approved and placed: 03.07.2020.

Постановка проблеми. Цифровізація всебічно впливає на торгівлю й відкритість ринку. Швидкі технологічні розробки сприяють торгівлі послугами за допомогою цифрових мереж, відкривають нові можливості завдяки розширенню меж, що зумовлює появу більшої кількості угод. Послуги інформаційних і комунікаційних технологій становлять основу цифрової економіки, забезпечуючи необхідну мережеву інфраструктуру й

підтримуючи оцифрування інших видів послуг. Після того як діяльність послуг може бути оцифрована, вони можуть передаватися через електронні мережі на міжнародному рівні. Швидке збільшення обсягів даних і кількості підключених пристроїв посилюють попит споживачів на швидкі й надійні комунікаційні мережі. Тому політика, яка заохочує конкуренцію й інвестиції у високошвидкісні мережі, має важливе значення для розкриття всього потенціалу цифрової трансформації [9].

Ефективне управління розвитком ринку послуг в національній економіці базується на теоретичному дослідженні наукових підходів до її секторального поділу та сутності послуги як економічної категорії та економічної діяльності, що створює додаткову вартість, і, відповідно, бере участь у формуванні ВВП країни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам визначення сутності та особливостей послуг, а також питанню визначення їх конкурентоспроможності присвячено праці та впровадження ряду зарубіжних та вітчизняних науковців та практиків, зокрема Д. Аакера, М. Бейкера, С. Брю, В.О. Василенко, Ю.Б.Голяка, В.П.Гриня, М.М. Єрмошенка, В.Є. Пешкової, Ф. Котлера, Ю. Коваленко, І.М. Ліфіца, М. Мальської, К. Макконела, С. Мочерного, В.Д. Немцова, М. Портера, М.П. Сагайдака та ін. Питання структури економіки та її секторального поділу розглядали у своїх працях Д. Белл, А. Фішер, К. Кларк, У. Росту та інші.

Метою статті є визначення особливості розвитку ринку послуг у умовах цифрової трансформації економіки.

Основні результати дослідження. Існують декілька теорій секторального поділу економіки. Однією з них є теорія трисекторної економіки, яку в своїх дослідженнях поглибили А. Фішер та К. Кларк, розробивши відому модель Фішера-Кларка для національної економіки. Відповідно до цієї моделі в суспільному виробництві виділяють три сектори: первинний, вторинний і третинний. Первинний сектор формують галузі, діяльність яких пов'язана з отриманням первинних ресурсів, а саме сільське господарство та добувна промисловість. Вторинний сектор сформовано за рахунок галузей переробної промисловості та будівництва. Третинний сектор суспільного виробництва представлений сферою послуг. А. Фішер вважав, що із зростанням доходів суспільства основний попит переміщується з первинного до вторинного, а потім — до третинного сектору економіки [13]. К. Кларк здійснив поділ економіки не на первинний, вторинний, третинний, а на сектори землеробства, промисловості та послуг. При цьому за характером результатів праці, на думку К.Кларка, продукція третинного сектору не піддається перевезенню, тому не може бути предметом обміну, зокрема міжнародного. Концепцію продуктивної і непродуктивної праці розглядав ще А.Сміт, виокремлюючи матеріальні блага і послуги. Останній він розглядав як благо без природної субстанції, а отже, не існує причин для введення його у суспільне багатство [8].

В теорії У. Росту трисекторна модель економіки отримала подальший розвиток за рахунок того, що автор виділив п'ять етапів економічного зростання, що обумовлені такими чинниками, як рівень розвитку техніки,

галузева структура господарства, частка нагромадження в національному доході, структура споживання [14]. В подальших дослідженнях окремих вчених-економістів з “третинного” сектору були “вилучені” освіта та сфери, що забезпечують використання вільного часу, і названі “четвертим” сектором. Виокремлення цього сектора, на їх думку, обґрунтоване функціями, які виконує саме цей сектор національної економіки [3].

Д. Белл, стверджуючи, що людське суспільство у своєму розвитку проходить через три стадії: доіндустріальне, індустріальне і постіндустріальне, відзначав, що особливістю переходу до постіндустріальної економіки є розширення сфери послуг. Визначальним для доіндустріального суспільства він вважав домінування добувної, гірничої промисловості, сільського господарства, рибальства, лісництва; індустріального суспільства – виробництва продукції високого рівня обробки; постіндустріального суспільства – виробництва послуг [1].

Сьогодні висновки науковців про неухильне зростання “третинного” сектору підтверджуються реаліями економічного розвитку в світі.

Погоджуємося з думкою Т.Е. Беялова, що постіндустріальна революція так само відбувається тоді, коли секторальна структура національного ВВП та зайнятих в економіці протягом декількох десятиріч суттєво трансформується від схем “20–40–40” або “20–50–30” до схем “10–20–70”, “5–25–70” або, навіть, “5–20–75”. У всіх випадках частка сільського господарства продовжує знижуватися, але одночасно знижується й частка промисловості, а відповідно частка сфери послуг революційно збільшується [2]. Структура ВВП за секторами найбільших економік світу ВВП більше за 350 млрд. дол. США за поточним курсом наведена в табл. 1.

За результатами аналізу даних, наведених в табл. 1, можна зробити висновок, що на сьогодні серед найбільших економік світу структура виробленого валового внутрішнього продукту помітно відрізняється. Зокрема, видно, що в окремих найбільших економіках світу вже сформувалася нова структурна міжсекторальна схема формування ВВП за типом “менше 5 - 20 - більш 75”, та групу країн, що розвиваються, до якої входять Індонезія, Індія, Саудівська Аравія, Нігерія, Іран, Таїланд, та де поки що не закінчилася промислова революція, але, одночасно з тим, в окремих сферах життя відбуваються процеси, що є притаманними для проходження від стадії індустріального суспільства до стадії постіндустріального суспільства.

Можна відмітити, що серед найбільших економік світу сформувалися три групи країн:

- 1) країни, у яких вже відбулася постіндустріальна революція, сформовано та розвивається постіндустріальне суспільство (це такі країни, як США, Японія, Німеччина, Франція, Нідерланди);

- 2) країни, у яких вже відбувається постіндустріальна революція та постіндустріальне суспільство ще не сформовано (до таких країн належать, зокрема (Росія, Мексика, КНР);

- 3) країни, у яких постіндустріальна революція відбувається ще до закінчення індустріальної, та одночасно формується постіндустріальне суспільство (Іран, ОАЕ, Саудівська Аравія).

Таблиця 1. Структура ВВП за секторами найбільших економік світу в 2019 році, складено автором на основі даних [7]

Країни	ВВП, млрд. дол. США	Первинний сектор	Вторинний сектор	Третинний сектор
		% до ВВП		
1	2	3	4	5
Світ	87698	5,8	30,5	63,7
США	21734	1,1	19,1	79,7
КНР	14393	8,4	40,0	51,6
Японія	5082	1,1	26,8	72,1
Німеччина	3846	0,8	28,1	71,1
Індія	2875	17,0	25,9	57,1
Велика Британія	2827	0,7	21,0	78,3
Франція	2716	1,8	18,3	79,9
Італія	2001	1,9	24,1	75,0
Бразилія	1840	5,2	27,4	67,4
Канада	1736	1,7	28,5	69,8
Росія	1700	3,7	35,6	60,7
Південна Корея	1642	2,6	39,5	57,9
Іспанія	1394	3,2	24,1	72,7
Австралія	1393	3,7	26,2	70,1
Мексика	1258	3,7	34,2	62,1
Індонезія	1119	14,1	45,9	40,0
Нідерланди	909	2,7	24,0	73,3
Саудівська Аравія	793	2,0	66,9	31,1
Туреччина	754	8,9	28,1	63,0
Швейцарія	703	1,3	27,7	71,0
Польща	592	3,4	33,6	63,0
Таїланд	544	13,3	34,0	52,7
Швеція	531	1,8	26,9	71,3
Бельгія	530	0,7	21,6	77,7
Аргентина	450	10,0	30,7	59,2
Нігерія	448	17,8	25,7	54,6
Австрія	446	1,5	29,5	69,0
Іран (2017)	445	11,2	40,6	48,2
ОАЕ	421	0,7	59,4	39,8
Норвегія	403	2,7	38,3	59,0
Ізраїль	395	1,7	26,6	71,7
Ірландія	389	1,4	26,5	72,1
Філіппіни	377	10,4	31,6	59,0
Сінгапур	372	0,3	26,3	73,4
Гонконг	366	0,5	26,8	72,7
Малайзія	365	14,3	22,5	63,2
Південна Африка	351	12,7	38,3	59,0

Процес формування постіндустріального суспільства супроводжується революційним збільшенням ділової активності та частки зайнятих у секторі послуг, що, з огляду на поступове зростання національного ВВП та населення більшості країн світу, також призводить до швидкого розвитку цифрової економіки, яка, з одного боку, є частиною сектору послуг, а з іншого, приймаючи до уваги особливості її розвитку та специфіку послуг, її можна розглядати і як ще один четвертий сектор економіки.

Розвиток цифрової економіки в рамках уже сформованого постіндустріального суспільства розвивається в умовах інших тенденцій. Новий тип економіки вимагає пришвидшеного розвитку інформаційних технологій та формування особливих центрів інформаційних технологій, що дозволяють отримати нове поєднання людського та технологічного факторів виробництва, необхідне для створення економічних благ.

Розвиток цифрової економіки в країні залежить від того, як в умовах загальносвітових тенденцій поступового переходу до постіндустріального суспільства, розвиваються його трансформаційні процеси. Так, у країнах, де вже сформовано постіндустріальне суспільство, трансформація соціально-економічної системи відбувається в умовах розвинутості фінансових ринків та відсутності перспектив “вибухового розвитку”. Інші країни, які тільки перебувають на шляху побудови постіндустріального суспільства можуть мати різні перспективи трансформації національної моделі соціально-економічної системи залежно від напрямів, сили та швидкості зміни інституціонального середовища та наявності синергетичних ефектів у тому числі завдяки впровадженню елементів цифрової економіки.

Цифрова економіка пронизує всі сектори за всіма категоріями: державний та приватний; реальний, невиробничий та фінансовий; видобувний, обробний та сектор послуг.

Поняття “digitalization” у перекладі з англійської мови означає “оцифровування”, “цифровізація”, або “цифрова трансформація”. Нині у лексиці все більше використовують слово “діджиталізація”.

На думку деяких дослідників, діджиталізація – це способи приведення будь-якого різновиду інформації в цифрову форму [4, с. 259]. О. Халапсіс визначає діджиталізацію не як спосіб, а як процес, пов’язаний із тенденцією приведення в електронний вигляд найрізноманітніших видів інформації, що використовується людиною, умовно названий дослідником “оцифровуванням буття” [5].

Ми погоджуємося з твердженням Ж.-П. де Клерка, що діджиталізація полягає у використанні цифрових технологій та даних (оцифрованих та існуючих у цифровій формі спочатку) з метою одержання прибутку, розвитку бізнесу, зміни/трансформації бізнес-процесів (відмінних від суто діджиталізації останніх) та створення належного середовища для їх реалізації, в основі якого – використання цифрової інформації [12].

На нашу думку, в умовах цифрової трансформації розвиток ринку послуг залежить від характеру послуги залежно від її здатності до діджиталізації (цифровізації).

Відповідно, послуги в цифровій економіці можна розділити на:

- такі, що підлягають абсолютній цифровізації (absolutely digital) – це послуги, які можна створювати і споживати безпосередньо в цифровому середовищі (онлайн)

- частково цифровізовані (partially digital) – послуги, які створюються у цифровому середовищі (онлайн), а споживаються у реальному середовищі (офлайн), або навпаки.

- такі, що не можуть бути цифровізовані (non-digital) – послуги, що створюються і споживаються в реальному середовищі (офлайн)

Зведена схема цих видів послуг наведена на рис. 1.

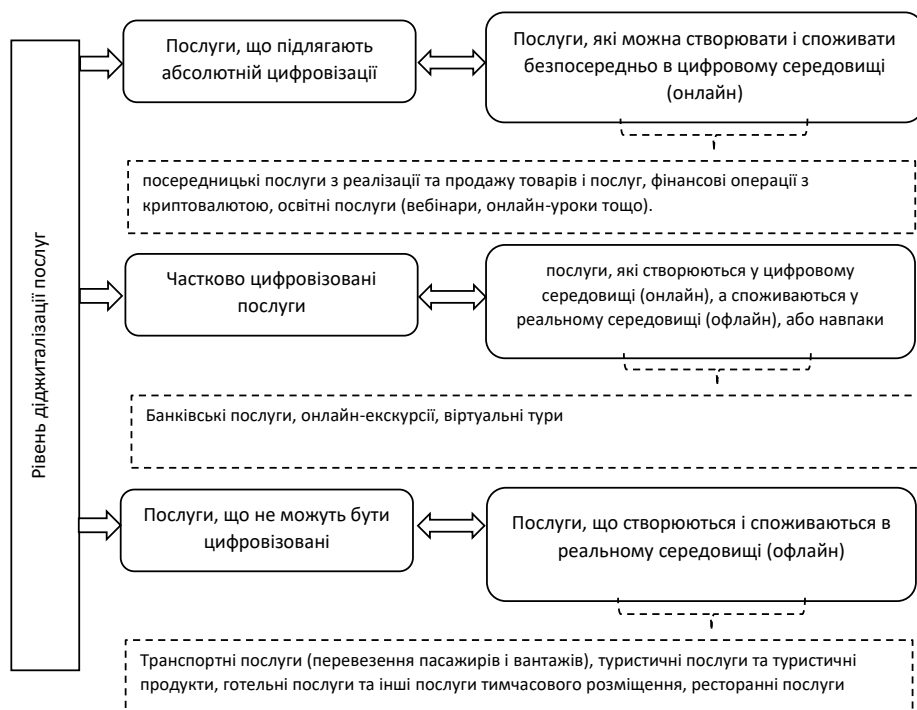


Рис. 1. Сектори послуг в цифровій економіці залежно від рівня та можливостей їх діджиталізації, розроблено автором

Ця здатність послуг до повної або часткової діджиталізації, або їх нездатність до діджиталізації обумовлена сутністю та ключовими характеристиками послуги як предмету суспільного обміну.

Не можна повністю цифровізувати туристичні послуги та туристичний продукт, який фактично є комплексним втіленням туристичних послуг, що поєднує не менш, ніж дві такі послуги, які реалізуються або пропонуються для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).

Не підлягають цифровізації транспортні, готельні та ресторанный послуги, послуги салонів краси, медичні послуги тощо, тобто ті, створення і споживання яких безпосередньо залежить від присутності споживача у місці їх надання або від присутності поруч із споживачем особи, що безпосередньо їх надає, за умови, що створення і споживання послуги неможливе поза полем безпосередньої взаємодії споживача і надавача послуг.

Проте повністю в діджитал-просторі можна надавати посередницькі послуги з реалізації як комплексних туристичних продуктів, так і окремих туристичних та супутніх послуг (бронювання, консультації, оплати тощо). На цей процес у вітчизняній національній економіці суттєво впливають національні особливості цифровізації. В сучасних умовах розвитку інформаційних технологій як цифрової інфраструктури туристичної галузі достатньо кількох хвилин, аби спланувати мандрівку: миттєво забронювати літак, прочитати відгук про будь-який ресторан, знайти та орендувати житло у будь-якому куточку світу. Технології зробили це все можливим і піднесли на новий рівень. Розвиток цифрової економіки формує основні тенденції розвитку туристичного ринку в усьому світі, в тому числі, і в Україні. На думку експертів, найбільш важливими серед них є: “глобалізація туристичного бізнесу; активний розвиток транснаціональних Інтернет ресурсів; зближення постачальників туристичних послуг та споживачів; поява нових каналів дистрибуції; масовий вихід офлайн-компаній в Інтернет; зміна моделі споживання: персоніфікація підходу в організації подорожі; використання мобільних додатків” [11]. Нові технології, які створюються, дозволяють туристу безпосередньо працювати з виробником туристичної послуги, що сприяє наданню споживачеві більш якісного і недорогого продукту, підвищуючи відповідальність виробника [6].

Підтримуємо думку вітчизняних дослідників, що технологія трансформацій до цифрової компанії з надання послуг повинна складатися з трьох частин: стратегії, діджиталізації маркетингу і автоматизації операційних процесів. Стратегія починається із вбудовування діджиталізації в стратегію розвитку бізнесу в цілому. Бізнес, де налагоджено автоматизацію з оцифруванням “зони росту” (тобто впроваджені автоматизовані CRM-системи, за допомогою яких відбувається спілкування з клієнтами та продаж), можуть випередити у своєму розвитку неавтоматизовані аналоги. Наступним кроком є перебудова під цифрові технології бізнес-процесів і актуальним буде прийняти рішення про інвестиції, включаючи покупку програмного забезпечення, оновлення техніки та навчання співробітників. До стратегії також відноситься розвиток в компанії “діджитального мислення” в цілому. [10].

Висновки. Отже, у найближчій перспективі для більшості галузей економіки будуть характерні істотні перетворення, пов’язані зі зміною бізнес-моделей, лідерів, та впровадженням проривних інновацій. Беручи до уваги нові тенденції, гравці ринку послуг будуть боротися за клієнта в цифровому просторі, що є наслідком глобальної діджиталізації.

В цілому цифровізація операційних процесів повинна включати: оцифровку документообігу; установку ERP- чи CRM-системи; IoT у

технологіях надання послуг; діджиталізацію управління, логістики, фінансової системи, управління персоналом, тендерних закупівель, інше.

Таким чином, діджиталізація бізнес-процесів вітчизняних компаній з надання послуг в сучасних умовах цифрової трансформації економіки є стратегічним напрямком їх розвитку та передбачає визнання необхідності діджиталізації; складання цифрової моделі бізнесу та формування споживчої цінності у нових формах, внаслідок чого має змінитися бізнес-модель та відбудеться комплексна діджиталізація бізнесу.

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл ; В.Л. Иноземцев (пер. с англ.). М. : Academia, 1999. 956 с.
2. Белялов Т.Е. Особенности деятельности підприємницького університету в постіндустріальній економіці. Причорноморські економічні студії. Випуск 33. 2018. С. 41-46
3. Костинець В. В. Теоретичні аспекти управління розвитком ринку послуг у національній економіці // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного ун-ту. Серія : Економіка і менеджмент. 2015. Вип. 14. С. 70-73
4. Кузьменко В. Діджиталізація публічних послуг: досвід України // Public Administration and National Security. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15803245814464.pdf>
5. Куприна К. А. Диджитализация: понятие, предпосылки возникновения и сферы применения Вестник научных конференций. Качество информационных услуг: по материалам международной научно-практической конференции. 31 мая 2016. г. Тамбов. 2016. № 5-5 (9). С. 259-262
6. Марусей Т.В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/75.pdf
7. Офіційний сайт Світового банку. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>
8. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит;. [пер. с англ.; предисл. В.С. Афанасьева]. М.: Эксмо, 2007. 960 с.
9. Стадник М. Перешкоди, що виникають у разі торгівлі послугами в умовах діджиталізації в країнах G20 https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZ001998
10. Цвілий С.М., Бублей Г.А. Діджиталізація бізнес-процесів компаній з надання міжнародних туристичних послуг http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/download/3765/3430
11. Шамликашвили В. А. Виртуальный туризм как новый вид туризма // Креативная экономика. 2014. №10(94). С.128-138
12. De Clerck J.-P. Digitization, digitalization and digital transformation: the differences. URL: <https://www.i-scoop.eu/digitization-digitalization-digitaltransformation-disruption>
13. Fisher A.G.B. Primary, Secondary, Tertiary Production // Economic Record. / Fisher A.G.B. 1939. June
14. Rostow W. The Stages of Economic Growth: A Non - Communist Manifesto. N.Y., 1960. 198 p.

1. Bell D. Hriadushchee postyndustrialnoe obshchestvo. Opyt sotsyalnoho prohnozyrovanyia / D. Bell ; V.L. Ynozemtsev (per. s anhl.). М. : Academia, 1999. 956 s.
2. Bielialov T.E. Osoblyvosti diialnosti pidpriemnytskoho universytetu v postindustrialnii ekonomitsi. Prychornomorski ekonomichni studii. Vypusk 33. 2018. S. 41-46
3. Kostynets V. V. Teoretychni aspekty upravlinnia rozvytkom rynku posluh u natsionalnii ekonomitsi // Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho un-tu. Seria : Ekonomika i menedzhment. 2015. Vyp. 14. S. 70-73
4. Kuzmenko V. Didzhytalizatsiia publicznykh posluh: dosvid Ukrainy // Public Administration and National Security. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15803245814464.pdf>
5. Kupryna K. A. Dydzhytalizatsiia: poniatye, predposylky vozniknoveniia y sfery prymeneniia Vestnyk nauchnykh konferentsyi. Kachestvo ynformatsyonnykh usluh: po materyalam mezhdunarodnoi nauchno-praktycheskoi konferentsyy. 31 maia 2016. h. Tambov. 2016. № 5-5 (9). S. 259-262
6. Marusei T.V. Didzhytalizatsiia turystychnoho sektoru yak instrument rozvytku v suchasnykh umovakh http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/75.pdf

7. Ofitsiinyi sait Svitovoho banku. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>
8. Smyt A. Yssledovanye o pryrode y prychynakh bohatstva narodov / A. Smyt;. [per. s anhl.; predysl. V.S. Afanaseva]. M.: Ёksmo, 2007. 960 s.
9. Stadnyk M. Pereshkody, shcho vynykaiut u razi torhivli posluhamy v umovakh didzhitalizatsii v krainakh G20 https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZ001998
10. Tsvilyi S.M., Bublei H.A. Didzhitalizatsiia biznes-protsesiv kompanii z nadannia mizhnarodnykh turystychnykh posluh http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/download/3765/3430
11. Shamlykashvily V. A. Vyrtualnyi turizm kak novyi vyd turyzma // Kreatyvnaia ekonomyka. 2014. №10(94). S.128-138
12. De Clerck J.-P. Digitization, digitalization and digital transformation: the differences. URL: <https://www.i-scoop.eu/digitization-digitalization-digitaltransformation-disruption>
13. Fisher A.G.B. Primary, Secondary, Tetriary Production // Economic Record. / Fisher A.G.B. 1939. June
14. Rostow W. The Stages of Economic Growth: A Non - Communist Manifesto. N.Y., 1960. 198 p.