

Український державний університет залізничного транспорту

Кафедра економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом

УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ
ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Пояснювальна записка і розрахунки
до кваліфікаційної роботи

МРЕ.187.01.06 ПЗ

Розробив: студент 2 курсу, групи 218-П-Д24
спеціальності 051 «Економіка»

(роботу виконано самостійно, відповідно до
принципів академічної доброчесності)



(підпис)

Максим КІСТАНОВ

Керівник: професор, д-р екон. наук

Володимир ДИКАНЬ

Рецензент: професор, д-р екон. наук

Олена КІРДІНА

Український державний університет залізничного транспорту

Факультет економічний

Кафедра економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом

Рівень вищої освіти: магістр

Спеціальність: 051 «Економіка»

Освітня програма: «Економіка підприємства»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри,
професор, д-р екон. наук



Володимир ДИКАНЬ

« ____ » _____ 2026 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ Кістанову Максиму Володимировичу

1 Тема «Управління продажами малого підприємства в умовах цифровізації»

керівник Дикань Володимир Леонідович, д-р екон. наук, професор

затверджені розпорядженням по економічному факультету

від «27» лютого 2025 року № 59/25

2 Строк подання студентом закінченої роботи «06» січня 2026 року

3 Вихідні дані: Баланс ФОП Зінченко В.О. за 2021-2024 рр.

Звіт про фінансові результати ФОП Зінченко В.О. за 2021-2024 рр.

Звіт про рух грошових коштів ФОП Зінченко В.О. за 2021-2024 рр.

Науково-методична література

Статистична інформація

Періодичні видання

4 Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1 Управління продажами малих підприємств в умовах цифровізації

2 Аналіз господарської діяльності малого підприємства

3 Обґрунтування напрямів цифрової трансформації процесу управління продажем малого підприємства

5 Перелік графічного матеріалу

1 Мета, завдання, предмет та об'єкт кваліфікаційної роботи

2 Особливості впливу цифрових технологій на діяльність підприємств

3 Етапи еволюції споживача в цифрову епоху

4 Проблеми малих підприємств

5 Цифрова трансформація збутової діяльності

6- 8 Аналіз господарської діяльності ФОП Зінченко В.О. за 2021-2024 роки

9 Переваги цифрової трансформації для сучасних підприємств

10 Зовнішні та внутрішні чинники, які сприяють цифровій трансформації у сфері збуту

11 Складові моделі цифрової трансформації продажів

12 -13 Розрахунок економічної ефективності впровадження

14 Напрями оптимізації управління малим підприємством при плануванні і аналізі продажів від впровадження автоматизованої системи управління

6 Консультанти окремих розділів

Розділ	Прізвище, ініціали, посада та науковий ступінь консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7 Дата видачі завдання «24» лютого 2025 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапів	Строк виконання етапів	Примітка
1 Управління продажами малих підприємств в умовах цифровізації	17.03.2025	викон.
2 Аналіз господарської діяльності малого підприємства	30.04.2025	викон.
3 Обґрунтування напрямів цифрової трансформації процесу управління продажем малого підприємства	09.10.2025	викон.
Висновки	03.11.2025	викон.
Графічна частина	02.12.2025	викон.

Студент  Максим КІСТАНОВ

Керівник  Володимир ДИКАНЬ

Зміст

Вступ	6
1 Управління продажами малих підприємств в умовах цифровізації	11
1.1 Вплив цифровізації на діяльність підприємств	11
1.2 Цифрові технології для малого підприємства	18
1.3 Вплив цифрової трансформації на процеси управління продажами	31
Висновки до розділу 1	37
2 Аналіз господарської діяльності малого підприємства	39
2.1 Загальна характеристика діяльності ФОП Зінченко В.О.	39
2.2 Аналіз використання основних фондів підприємства	44
2.3 Аналіз показників праці та заробітної плати	51
2.4 Аналіз операційних витрат малого підприємства	56
2.5 Аналіз собівартості продукції	60
2.6 Аналіз фінансових результатів підприємства	64
Висновки до розділу 2	67
3 Обґрунтування напрямів цифрової трансформації процесу управління продажем малого підприємства	68
3.1 Необхідність цифрових змін у сфері продажів	68
3.2 Вплив сучасних технологій на інтернет-продажі: аналіз інноваційних інструментів і підходів	77

					<i>МРЕ. 187.01.06 ПЗ</i>			
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата	Управління продажами малого підприємства в умовах цифровізації	Лім.	Арк.	Аркуші
Розроб.		Кістанов						
Перевір.		Дикань					4	111
Рецензент						<i>УкрДУЗТ</i>		
Н. Контр.		Назаренко						
Затверд.		Дикань						

3.3 Оцінка ефективності впровадження цифрових інструментів в збутову діяльність малого підприємства	85
Висновки до розділу 3	98
Висновки	101
Список використаних джерел	104

					МРЕ.187.01.06 ПЗ	Арк.
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дат		

АНОТАЦІЯ

Дана кваліфікаційна робота включає в себе 14 слайдів презентації, 111 аркушів пояснювальної записки формату А4, що включає 20 рисунків, 10 таблиць, 74 літературних джерела.

Ключові слова: УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ, МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА, ЦИФРОВІЗАЦІЯ, ТРАНСФОРМАЦІЯ, ІНТЕРНЕТ-ПРОДАЖІ, ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, ЕФЕКТИВНІСТЬ.

Об'єктом дослідження є процеси управління продажами малих підприємств в контексті змін, які відбуваються у економічній та цифровій сферах.

Метою дослідження є теоретико-методичних підходів і аналіз прикладних аспектів, пов'язаних із процесами управління продажами малого підприємства в умовах цифровізації.

У кваліфікаційній роботі розкрито створення теоретико-методичних основ і рекомендацій для ефективного управління малим підприємством в умовах діджиталізації.

Розроблені методичні підходи та рекомендації щодо ефективного управління продажами малого підприємства в умовах цифровізації.

Розкрито особливості впливу сучасних технологій на інтернет-продажі через аналіз інноваційних інструментів і підходів.

ABSTRACT

This qualification work includes 14 presentation slides, 111 sheets of explanatory notes in A4 format, including 20 figures, 10 tables, 74 literary sources.

Keywords: SALES MANAGEMENT, SMALL ENTERPRISES, DIGITIZATION, TRANSFORMATION, INTERNET SALES, SALES ACTIVITIES, EFFICIENCY.

The object of the study is the sales management processes of small enterprises in the context of changes occurring in the economic and digital spheres.

The purpose of the study is to develop theoretical and methodological approaches and analyze applied aspects related to the sales management processes of a small enterprise in the context of digitalization.

The qualification work reveals the creation of theoretical and methodological foundations and recommendations for effective management of a small enterprise in the context of digitalization.

Methodological approaches and recommendations for effective sales management of a small business in the context of digitalization have been developed.

The peculiarities of the impact of modern technologies on online sales have been revealed through the analysis of innovative tools and approaches.

Список використаних джерел

- 1 Господарський кодекс України: офіц. текст: станом на 16.01.2003 р. Х.: Одісей, 2007. 240 с.
- 2 Про господарські товариства України : закон України: [офіц. текст : станом на 15.11. 2024 р.]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/850-20#Text>
- 3 Про підприємництво: закон України [офіц. текст станом 5 квітня 2015 року N 273/96-ВР]. Відомості Верховної Ради. 1991. № 14. стаття 168. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
- 4 Про надання будівельної продукції на ринку: закон України [офіц. текст : станом на 17 жовт. 2010 р.]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/850-20#Text>
- 5 Азьмук Н. А. Трансформація зайнятості при переході до цифрової економіки: глобальні виклики та стратегії адаптації: монографія. Київ : Знання, 2019. 335 с.
- 6 Бавико О.Є., Фаєнгольд М.А. Бізнес-процеси як об'єкт управління діяльністю сучасних підприємницьких структур. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2022. № 1 (19). С. 36-44. DOI: 10.15276/EJ.01.2022.4
- 7 Бужимська К. О. Організація ефективної системи управління продажами на виробничо-торговельному підприємстві. *Підприємництво і торгівля*. 2022. Вип. 33. С. 24–30. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2022-33-033>.
- 8 Голобородько А. Ю. Цифрова економіка: підходи та особливості розвитку. *Бізнес Інформ*. 2022. № 9. С. 10–18. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-9-10-18>
- 9 Голобородько А.Ю., Гусєва О.Ю., Легомінова С.В. Г 61 Цифрова економіка підруч. Київ : Видавництво ДУТ, 2020. 400 с. URL: <https://vstup.htek.com.ua/wp-content/uploads/2024/10/27.4-Holoborotko.pdf>

10 Гриценко А., Бурлай Т. Вплив цифровізації на соціальний розвиток. *Економічна теорія*. 2020. № 3. С. 24–51. DOI: <https://doi.org/10.15407/etet2020.03.024>

11 Гудзь Ю. Ф. Інституціональний базис розвитку економічного потенціалу підприємств АПК. *Торгівля і ринок України*. 2017. № 1. С. 61–73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tiru_2017_1_11

12 Державна служба статистики України : сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

13 Дикань В.Л., Кірдіна О.Г. Сутнісні аспекти конкурентоспроможності національної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2009. № 28. С. 13-20.

14 Дикань В. Л. Товарознавство та комерційна діяльність: підручник / В. Л. Дикань та ін.; за ред. В. Л. Дикань. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с.

15 Дикань В. Л., Воловельська І. В. Інноваційні стратегії підприємств: проблеми, шляхи вирішення. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 67. С. 9–17.

16 Дикань В. Л., Воловельська І. В., Маковоз О. В. Економічна безпека підприємства: навч. Посібник. Х.: УкрДАЗТ, 2011. 243 с.

17 Дикань В. Л., Єлагін Ю .В., Сухорукова Т. Г. Економіка праці на підприємствах залізничного транспорту: підручник. Х.: УкрДАЗТ, 2012. 275 с.

18 Дикань В. Л., Козинець А. С., Чупир Т. Я. Економічний аналіз ефективності діяльності залізниці: навчальний посібник. Харків, 2004. 161 с.

19 Дикань В. Л., Корінь М. В. Державне регулювання промислового розвитку України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. №. 61. С. 9-19.

20 Дикань В. Л., Маслова В.О. Організація виробництва: навчальний посібник. Харків, УкрДАЗТ, 2013. 422 с.

21 Дикань В.Л., Островерх Г.Є. Удосконалення механізмів державного управління розвитком залізничної галузі України у євроінтеграційному просторі. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 11–19.

22 Дикань В.Л., Толстова А.В. Розвиток економіки України на основі принципу рівноправності відносин держави, бізнесу та суспільства. *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2018. № 63. С. 9-19.

23 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 1. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 55 с.

24 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 2. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 45 с.

25 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 3. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 49 с.

26 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 4. Харків : УкрДУЗТ, 2022. 50 с.

27 Дідик А.М. Економічна безпека підприємства : підручник. Львів : Львівська політехніка, 2019. 624 с.

28 Дячун О., Радянський С. Сучасні проблеми управління продажем. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2019. Вип. 1(20). С. 107–117.

29 Іванечко Н. Р., Оконський М. В. Управління продажами у сфері послуг. *Галицький економічний вісник*. 2023. Том 85. № 6. С. 167–173. DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.06.167

30 Каличева Н.Є., Кістанов М.В. Роль цифровізації в управлінні продажами. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2025. № 4 (93). URL: <https://www.daemmt.odessa.ua/index.php/daemmt/article/view/609>

31 Канцедаль Н. А. Бухгалтерський облік цифрової епохи: розширення термінологічних кордонів. *Accounting and Finance*. 2019. № 1(83). С. 28–34. DOI: [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-1\(83\)-28-34](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-1(83)-28-34)

32 Кістанов М. Вплив цифровізації на діяльність підприємств: тези доповідей. Матеріали 85-ї студентської науково-технічної конференції (10 - 11 грудня 2025 р. м. Харків). Харків: УкрДУЗТ. 2025. С. 506-507.

33Ковінько О. М., Поліщук І. І., Іваніцька І. В. Оцінка управління продажем на виробничому підприємстві. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*. 2015. Вип. 13(1). С. 96–99.

34 Ковтуненко К.В., Кодинець Г.С. Цифрові компетенції персоналу як фактор конкурентоспроможності підприємства в умовах цифрової економіки. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2023. № 23. С. 352–363. DOI: 10.20535/2307-5651.23.2023.269856.

35Колот А. М. «Праця 4.0» як модель та платформа нової (цифрової) економіки. Сфера зайнятості і доходів в умовах цифрової економіки: механізми регулювання, виклики та доміанти розвитку: зб. тез. доп. учасників Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 23-24 жовтня 2019 р.). Київ: КНЕУ, 2019. С. 13–28.

36 Колот А. М., Герасименко О. О. Праця XXI : філософія змін, виклики, вектори розвитку. Київ : КНЕУ, 2021. 487 с.

37Лінгур Л., Мартинюк О., Єсіна О. Впровадження стандартів якості в управління підприємствами малого та середнього бізнесу. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2023. №1 (107). С. 12-18. DOI: 10.37734/2409-6873-2023-1-2.

38 Любохинець Л.С., Шпуляр Є.М. Цифрова трансформація національної економіки: сучасний стан та тренди майбутнього. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. №. 4. С. 213–217. URL: <https://elar.khmnpu.edu.ua/handle/123456789/82028>

39Мацюк Н. О. Управління продажами торговельного підприємства з використанням інтегрованого ABC-R/S-XYZ-аналізу. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 3(2). С. 70–79.

40Міщук І. П., Залога Н. І., Луньов Є. Т., Яковчук М. В. Управління продажами як інструмент активізації діяльності спеціалізованих магазинів: актуальність, зміст, напрями реалізації. *Підприємництво і торгівля*. 2019. Вип. 25. С. 5–14. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2019-25-014>.

41Ніколаєнко І.В., Гальченко В.І. Особливості інтернет-продажів в B2B-секторі. *Держава та регіони*. 2021. № 6 (123). С. 58-62. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2021/6_2021/11.pdf

42Окландер М.А., Романенко О.О. Цифровий маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка: реалії часу*. 2022. № 1 (59). С. 43–51. DOI: 10.15276/ETR.01.2022.6.

43Продіус О.І., Донецькова В.А. Інструменти digital-маркетингу у комплексному просуванні. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2022. № 1 (19). С. 56–66. DOI: 10.15276/EJ.01.2022.6

44Проскурніна Н., Бестужева С., Козуб В. Аналітичні аспекти дослідження поведінки споживачів в умовах цифровізації економіки України. *Економіка та суспільство*. 2022. № 36. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-40>

45Сергієнко О. А., Мащенко М. А., Швець А. Д. Аналіз маркетингових інструментів удосконалення стратегії управління продажами компанії. *Ефективна економіка*. 2024. No 1. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.1.235>

46Слободяник А., Білич В., Лисий В., Дудковський Т. Стан цифрової сфери роздрібної інтернет торгівлі. *Київський економічний науковий журнал*. 2024. № 5. С. 136–142. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-5-20>

47Тімченко О. Д. Оцінка ефективності управління продажами підприємства торгівлі. *Бізнес Інформ*. 2021. No 6. С. 184-189. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-6-184-1898>.

48Тяжкун Є. Інтеграційна взаємодія маркетингу та логістики: сучасні тенденції. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-72>

49CRM для продажу товарів, для інтернет-магазину. URL: https://salesdrive.ua/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=crm&gad_source=1&gad_campaignid=1042140871&gbraid=0AAAAADDmp-

jGtjxZUhL_03XRLbxGXRk4u&gclid=Cj0KCQjw58PGBhCkARIsADbDilyPo13Mga2qxoV-WVkjy73toJrTMezSrnl4Kbf8MbzNjIQh_t_tscaAtPaEALw_wcB

50 Alavi S., Habel J. The human side of digital transformation in sales: review & future paths. *Journal of Personal Selling & Sales Management*. 2021. Vol. 41. No. 3. P. 223–233. DOI: <https://doi.org/10.1177/2394964320917445>

51 Altman E.J., Kiron D., Jones R., Schwartz J. Orchestrating Workforce Ecosystems: Strategically Managing Work Across and Beyond Organizational Boundaries. *MIT Sloan Management Review and Deloitte*. 2022. URL: <https://sloanreview.mit.edu/projects/orchestrating-workforce-ecosystems/>

52 Bagheri M., Mitchelmore S., Bamiatzi V., Nikolopoulos K. Internationalization orientation in SMEs: the mediating role of technological innovation. *Journal of International Management*. 2019. № 25(1). P. 121–139. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.intman.2018.08.002>

53 Bakator M., Čoćkalo D., Makitan V., Stanisavljev S., Nikolić M. The three pillars of tomorrow: How Marketing 5.0 builds on Industry 5.0 and impacts Society 5.0? August 2024. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11399675>

54 Bringsjord S., Govindarajulu N.S. Artificial Intelligence. The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Fall 2018 Edition) / Ed. by E.N. Zalta. URL: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2018/entries/artificial-intelligence/>

55 Calderon-Monge E., Ribeiro-Soriano D. The role of digitalization in business and management: a systematic literature review. *Review of Managerial Science*. 2023. Vol. 18. No. 2. P. 449–491. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11846-023-00647-8>.

56 Costa Melo D. I., Queiroz G. A., Alves Junior P. N., Sousa T. B., Yushimito W. F., Pereira J. Sustainable digital transformation in small and medium enterprises (SMEs): A review on performance. *Heliyon*. 2023. № 9(3), e13908. DOI: <https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2023.E13908>

57 Euromonitor International. 2023 Retailing in Ukraine. 2023. URL: <https://www.euromonitor.com/retailing-inukraine/repo>

58 Gruber H. Proposals for a digital industrial policy for Europe. *Telecommunications Policy*. 2019. Volume 43, Issue 2. P. 116–127. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0308596117303749>

59 Guenzi P., Habel J. Mastering the Digital Transformation of Sales. *California Management Review*. 2020. Vol. 62. No. 4. P. 57–85. DOI: <https://doi.org/10.1177/0008125620931857>.

60 Jangjarat K., Jewjinda C. Impact of the digital economy and innovation on the businesses of small and medium enterprises. *Corporate & Business Strategy Review*. 2023. № 4(3). P. 102–110. DOI: <https://doi.org/10.22495/cbsrv4i3art10>.

61 Kolot A., Herasymenko O., Shevchenko A., Ryabokov I. Employment in the coordinates of digital economy: current trends and foresighg trajectories. *Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці*. 2022. № 11. С. 78–123. DOI: <http://doi.org/10.33111/nfmte.2022.078>

62 Kraus S., Jones P., Kailer N., Weinmann A., Chaparro-Banegas N., Roig-Tierno N. Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research. *SAGE Open*. 2021. Vol. 11. No. 3. DOI: <https://doi.org/10.1177/21582440211047576>

63 Krugman P. Lumps of labor. *The New York Times*. 2003. URL: <http://surl.li/smqiq>

64 Kumar V., Sindhwani R., Behl A., Kaur A., Pereira V. Modelling and analysing the enablers of digital resilience for small and medium enterprises. *Journal of Enterprise Information Management*. 2023. № 53(2). P. 580–599. DOI: <https://doi.org/10.1108/JEIM-01-2023-0002/FULL/XML>

65 Lemonakis C., Vassakis K., Tabouratzi E., Tsoukatos E. Determinants of technological and non-technological innovation in SMEs: The case of crete. *Global Business and Economics Review*. 2018. № 20(5/6). P. 544. DOI: <https://doi.org/10.1504/GBER.2018.10009290>

66 McKinsey Digital. The Case for Digital Reinvention. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/the-case-for-digital-reinvention>

67 McLaurin J. P. Why the New Workplace Ecosystem Is Key to the Future of Work. 2022. URL: <https://www.gensler.com/blog/what-does-the-new-workplace-ecosystem-look-like>

68 Naushad M., Sulphery M. M. Prioritizing technology adoption dynamics among SMEs. *TEM Journal*. 2020. № 9(3). P. 983–991. DOI: <https://doi.org/10.18421/TEM93-21>

69 Sala G. Approaches to skills mismatch in the labour market: a literature review. *Papers: Revista de Sociologia*. 2011. Vol. 96. № 4. P. 1025–1045.

70 Subramony M., Solnet D., Groth M., Yagil D., Hartley N., Beomcheol Kim P., Golubovskaya M. Service work in 2050: toward a work ecosystems perspective. *Journal of Service Management*. 2018. № 29(5). P. 956–974. DOI: <https://doi.org/10.1108/JOSM-05-2018-0131>

71 Weinstein A. Creating Superior Customer Value in the Now Economy. *Journal of Creating Value*. 2020. Vol. 6. No. 1. P. 70–80. DOI: <https://doi.org/10.1177/2394964320917445>.

72 Wengler S., Hildmann G., Vossebein U. Digital transformation in sales as an evolving process. *Journal of Business and Industrial Marketing*. 2021. Vol. 36. No. 6. P. 917–927. DOI: <https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2020-0457>

73 Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 051 «Економіка» / укладачі : В. Л. Дикань, І.В. Токмакова, І. Л. Назаренко. - Харків: УкрДУЗТ, 2023. - 62 с.

74 Студентська навчальна звітність. Текстова частина (пояснювальна записка). Загальні вимоги до побудови, викладення та оформлення: методичний посібник з додержання вимог нормоконтролю у студентській навчальній звітності /Козар Л.М. [та ін.]; за заг. ред. Л.М. Козара. Х.: УкрДУЗТ, 2018. 54 с.