

DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2023-47-24>

УДК 338.4:325.145

**Пушкар Тетяна Андріївна**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки та маркетингу,  
Харківський національний університет міського господарства  
імені О.М. Бекетова  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2067-7484>

**Соболева Ганна Григорівна**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки та маркетингу,  
Харківський національний університет міського господарства  
імені О.М. Бекетова  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2375-3665>

**Славуца Олена Іванівна**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки та маркетингу,  
Харківський національний університет міського господарства  
імені О.М. Бекетова  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3597-9816>

**Tetiana Pushkar, Hanna Sobolieva, Olena Slavuta**  
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

**ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА****DIGITALIZATION AS A FACTOR OF ENSURING  
THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE**

**Анотація.** У статті розглянуто особливості формування конкурентних умов в умовах цифровізації та формування новітніх вимог до забезпечення конкурентних позицій. Метою дослідження є окреслення формування конкурентних позицій з урахуванням трансформації конкурентних умов та застосування цифрових інструментів для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Визначено, що в умовах цифрової економіки новітні тренди здійснюють багатфакторний вплив на конкурентні позиції підприємства. Активізація процесів цифровізації посилює конкуренцію на ринках, відкриваючи доступ до ринків новим підприємствам, що висуває більш жорсткі вимоги до забезпечення конкурентоспроможності. Окреслено, що застосування цифрових інструментів та платформ в таких сферах діяльності підприємства, як технологічна, ринкова, маркетингова, інноваційна, організаційно-управлінська, кадрова, створюють вагомні переваги для підвищення конкурентоспроможності.

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентні переваги, цифровізація, цифрові конкурентні стратегії, фактори підвищення конкурентоспроможності.

**Summary.** The article explores digital tools that enhance competitiveness and digitalization factors shaping the competitive environment in the context of digitalization. To achieve the objective of the study, the methods of analysis and synthesis, generalization, and comparative analysis were used. It has been determined that digitalization factors in the digital economy have a multifaceted impact, forming the latest competitive conditions and creating opportunities to ensure sustainable long-term competitive positions. The author analyses the world experience in assessing competitiveness and identifying promising areas for ensuring competitiveness based on the assessment of global competitiveness indicators and digital competitiveness. Based on the areas determined by the factors that form the Competitiveness and Digital Competitiveness Indices, the article identifies the components of an enterprise's activities in which the use of digital tools and platforms has positive effects in terms of improving the competitive position of the enterprise. In terms of technological, market, marketing, innovation, organizational, managerial, and personnel components, this article examines digitalization tools for enterprise activities and assesses their effect on enhancing an enterprise's competitiveness. The anticipated benefits comprise enhancing the production and product quality, minimizing transaction costs, enhancing business process efficiency, generating brand recognition for both the company and products, stream-

lining consumer interaction, refining supplier marketing and advertising campaigns, broadening revenue channels, optimizing workforce output and communications, and augmenting staff proficiency in digital technology. Developing a comprehensive approach to considering the external factors created by digitalization processes and the potential to enhance competitiveness through the utilization of digital tools. The practical significance of the study is revealed in the proposed digital tools and platforms for increasing competitiveness in terms of technological, market, marketing, organizational management and people components of the company.

**Keywords:** competition, competitive advantages, digitalization, digital competitive strategies, factors of increasing competitiveness.

**Постановка проблеми.** Формування цифрового суспільства як закономірність сучасного розвитку визначає фундаментальні зрушення в сприйнятті економічних процесів на усіх рівнях. Цифровізація усіх процесів суспільного життя, цифрові технології, які стають невід'ємною його частиною, розвиток цифрових компетенцій суспільства на тому рівні, коли їх реалізація є частиною повсякденного життя, спонукає сучасні підприємства шукати всі існуючі можливості включення в процеси цифрової трансформації та модернізації усіх бізнес-процесів, стратегій розвитку, підходів до планування своєї діяльності. На даний момент в Україні започатковано системний підхід до надання можливостей цифрових технологій в сфері бізнесу через реалізацію державних платформ та програм цифровізації. Підприємства України все активніше переводять більшість своїх бізнес-процесів в цифрове середовище, а Інтернет-мережа розкриває перспективи глобального представлення та надає варіанти ефективної взаємодії щодо будь-яких аспектів діяльності. Однак, поряд із значними перевагами, цифровізація висуває ряд викликів щодо успішного функціонування підприємств, серед яких підвищення ступеня конкурентної боротьби, вихід на новий рівень конкуренції, зокрема глобальний, активний прояв впливу новітніх видів конкурентних переваг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемні питання цифрової трансформації та рівні національної економіки, вплив даних процесів на національну та міжнародну конкурентоспроможність знайшли своє відображення у дослідженнях низки провідних українських вчених, зокрема Грудницького В., Ляшенка В., Вишневого О., Батракової Т., Пуцентейло П., Гуменюк О. [1–5]. Поряд з тим, все більшої актуальності здобуває вивчення перспектив цифровізації в окремих сферах діяльності, можливості цифровізації щодо підвищення ефективності діяльності, зокрема забезпечення сталих конкурентних позицій, для підприємств різних економіко-організаційних форм [6–9]. Як зазначають Далик В., Продеус О., Федорига З., активні процеси цифровізації, створюючи вагомні переваги підвищення ефективності бізнес-процесів, дозволяючи з точки зору маркетингу підприємствам отримати доступ до більшої аудиторії он-лайн, суттєво впливає на зміну топографії ринків [10]. Важливим аспектом забезпе-

чення конкурентних позицій в сучасних умовах, які визначає Котельникова Ю., є зростання цифрових технологій, які стають основними інструментами у боротьбі за споживача, насамперед, як основний засіб взаємодії з клієнтом через сервіси та додатки [11, с. 103]. Однак, взаємозв'язок розвитку цифровізації з високими конкурентними позиціями підприємства, вплив процесів цифровізації на забезпечення конкурентних переваг підприємства умовах поглиблення впливу цифрової трансформації потребує подальшого розгляду.

**Формулювання цілей статті.** Мета статті полягає у визначенні впливу цифровізації на формування умов конкуренції та забезпечення довгострокових конкурентних переваг.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** Цифрові тренди, які формують фундаментальні основи Четвертої промислової революції, в розрізі конкурентоспроможності підприємства здійснюють багатофакторний вплив:

1. Посилюють умови конкуренції, оскільки в цифровому середовищі, підприємство, незалежно від орієнтованості на певні види ринків, виходить на глобальний рівень конкуренції, що вимагає врахування більш жорстких умов конкуренції.

2. Створюють новітні можливості для співпраці, що дозволяє використання конкурентних переваг, які раніше не розглядалися підприємством як визначальні або важливі для забезпечення високого чи достатнього рівня конкуренції.

3. Розширюють можливості підприємства щодо розвитку конкурентних переваг, які пов'язані з іміджем підприємства та просуванням бренду, підвищення його впізнаваності.

4. Впливають на ефективність діяльності підприємства як конкурентну перевагу в цілому та окремих його сфер, надаючи можливості та варіанти скорочення витрат.

5. Виступають драйвером інноваційного розвитку підприємства та інноваційної діяльності, надаючи в умовах формування моделі відкритих інновацій ефективні варіанти співпраці в сфері інновацій без залучення значних ресурсів в капіталоемну сферу науково-дослідницьких робіт.

6. Надають можливості оперативного моніторингу зміни умов на ринку та реагування на такі зміни конкурентних позицій підприємства з метою поточного корегування заходів з утримання та забезпечення високих або достатніх конкурентних позицій.

7. Формуються новітні бізнес – моделі, які можуть створювати конкурентні переваги підприємства на усьому ланцюгу формування вартості та виступати вагомими конкурентними перевагами підприємства.

Технологічний розвиток в сфері цифрових трансформацій пропонує як низку спеціалізованих інструментів, які спрямовані на оптимізацію бізнес-процесів, проведення аналітики, просування брендів, так і універсальні цифрові платформи, які при обґрунтованому застосуванні, розкривають новітні варіанти підвищення конкурентних переваг підприємства. При врахуванні впливу цифровізації на конкурентну позицію підприємства необхідно визначити, до якого з напрямів впливу відноситься певний прояв трансформацій в залежності до середовища прояву:

– внутрішній прояв – застосування цифрових інструментів для зниження витрат та підвищення ефективності діяльності, а також удосконалення системи моніторингу, аналізу та оперативності прийняття управлінських рішень;

– зовнішній прояв – зростання рівня конкурентоспроможності на ринках за рахунок доступу до товарів та послуг в цифровому середовищі, формування новітніх умов для досягнення конкурентних переваг за рахунок підвищення відкритості доступу до інноваційних ідей та впровадження новітніх моделей забезпечення конкурентоспро-

можності та інноваційної діяльності, а також створення таких умов, в яких компанії, що певний період орієнтовані на цифрові технології, об'єктивно отримують переваги.

Фактори конкурентоспроможності підприємства в значній мірі збігаються із тими чинниками, які окреслюють загальний стан цифрової конкуренції в національній економіці. Рейтинг цифрової конкурентоспроможності IMD (WDC) аналізує та оцінює ступінь впровадження та розробки країнами цифрових технологій, що веде до трансформації в практиці урядових установ, бізнес-моделях та суспільстві загалом [12]. Цифрову конкурентоспроможність за WDC визначають за трьома основними факторами, які в свою чергу розбито на три підфактори, що формуються на базі 54 критеріїв. Фактор «Знання» визначає знання та ноу-хау необхідні для створення новітніх технологій, фактор «Технології» – загальну ситуацію, яка уможливило створення та розвиток цифрових технологій, фактор «Майбутня готовність» – рівень готовності до використання цифрових технологій (табл. 1).

Визначена методика оцінювання цифрової конкурентоспроможності IMD є складовою оцінювання конкурентоспроможності, яка базується на 336 критеріях конкурентоспроможності [13].

Запропонована оцінка конкурентоспроможності включає чотири фактори, кожен з яких включає п'ять підфакторів:

**Таблиця 1 – Складові показника оцінки цифрової конкуренції за методологією IMD (WDC) [12]**

№	Фактор	Підфактори	Критерії
1	Знання	талант	Оцінювання рівня освіти PISA – Math; міжнародний досвід, залучення закордонних висококваліфікованих кадрів, муніципальне управління, цифрові/технологічні навички, чистий потік іноземних студентів.
		навчання та освіта	Навчання співробітників, загальні державні витрати на освіту, досягнення вищої освіти, співвідношення учень/викладач (вища освіта), кількість осіб з науковим ступенем, кількість жінок з дипломами про вищу освіту.
		наукова концентрація	Загальні витрати на НДДКР (%), загальна кількість дослідницько-конструкторського персоналу на душу населення, жінки-дослідниці, продуктивність НДДКР за публікацією, зайнятість в науково-технічній сфері, видача патентів на високі технології, роботизовані технології в освіті та науці.
2	Технології	нормативна база	Початок бізнесу, забезпечення виконання договорів, імміграційне законодавство, розробка та застосування технологій, законодавство в галузі наукових досліджень, право інтелектуальної власності
		капітал	Капіталізація фондового ринку ІТ та ЗМІ, фінансування технологічного розвитку, банківський та фінансовий сектори, кредитний рейтинг країни, венчурний капітал, інвестування в інформаційно-комунікаційні технології.
		технологічна база	Інформаційно-комунікаційні технології, абоненти мобільного широкосмугового зв'язку, бездротовий широкосмуговий доступ, користувачі Інтернету, швидкість Інтернету, високотехнологічний експорт (%).
3	Майбутня готовність	адаптивні установки	Електронна партисіпація, Інтернет-торгівля, наявність планшетів, володіння смартфоном, ставлення до глобалізації
		ділова активність	Можливості та загрози, застосування роботизованих технологій, адаптивність компаній до новітніх технологій, використання великих даних та аналітики, трансфер знань, готовність підприємців ризикувати.
		ІТ-інтеграція	Електронний уряд, державно-приватне партнерство, кібербезпека, рівень піратства в сфері програмного забезпечення, урядовий потенціал кібербезпеки, законодавчий захист конфіденційності.

1. Економічні показники: вітчизняне виробництво, міжнародна торгівля, міжнародні інвестиції, ціни.

2. Ефективність уряду: публічні фінанси, податкова політика, інституційна база, законодавство в галузі підприємства, соціальна структура.

3. Ефективність бізнесу: продуктивність і ефективність, ринок праці, фінанси, менеджмент, ставлення та корпоративні цінності.

4. Інфраструктура: базова інфраструктура, технологічна інфраструктура, наукова інфраструктура, охорона здоров'я та навколишнє середовище, освіта [13].

Складові глобальної конкурентоспроможності, рівень їх розвитку формують зовнішні конкурентні переваги на рівні національних економік, використання яких, а також врахування національних та світових трендів формування конкурентних переваг, створюють можливості для підвищення конкурентоспроможності підприємства на усіх видах ринків. Конкурентоспроможність,

як комплексне поняття, невід'ємно пов'язана з усіма сферами діяльності підприємства: технологічною, ринковою, маркетинговою, інноваційною, організаційно-управлінською, кадровою, що зумовлює можливість застосування широкого кола інструментів, що в підсумку веде до зміцнення конкурентних позицій (табл. 2).

На сучасному етапі Четвертої промислової революції розроблена та пропонується значна кількість цифрових платформ та інструментів з відкритим кодом і за принципом SaaS («все враховано» зі сплатою за користування), які, надаючи вагому можливості розвитку діяльності та вирішення актуальних питань конкурентоспроможності, потребують, відносно до результатів, невеликих витрат.

В сучасних умовах застосування можливостей цифровізації є умовою сталих конкурентних позицій, оскільки в сучасному діджиталізованому світі, в якому час та інформація є визначальними

**Таблиця 2 – Характеристика впливу цифровізації на складові конкурентоспроможності підприємства**

Складова	Інструменти цифровізації	Очікуваний вплив на конкурентоспроможність
Технологічна	Використання новітніх цифрових технологій (штучного інтелекту, адаптивних технологій, роботизованих кіберсистем, віртуальної та доповненої реальності).	Підвищення якості продукції та виробництва, зростання конкурентних переваг за рахунок інноваційних пропозицій, завоювання конкурентних технологічних переваг.
Ринкова	Система керування взаєминами з клієнтами – CRM (Salesforce, Oracle), цифрові платформи створення електронного бізнесу та електронної комерції (Shopify, BigCommerce, Wix, Magento Open Source).	Зниження накладних витрат, скорочення трансакційних витрат, підвищення оперативності реагування на зміни на ринку.
Маркетингова	Цифрові платформи пошукової оптимізації (Google Search Central), ринкової аналітики (Google Analytics, Tableau), цифрові інструменти керування маркетинговими кампаніями (HubSpot, Hootsuite), створення профілей в соціальних мережах, інструменти цифрової реклами та керування рекламними кампаніями в Інтернеті (Google Ads, Search Ads 360).	Створення бренду підприємства та окремих товарів, розширення каналів збуту та цільової аудиторії, підвищення ефективності маркетингових кампаній, скорочення витрат та рекламу та підвищення ефективності рекламних кампаній, оперативне реагування на маркетингові потреби.
Інноваційна	Впровадження моделі відкритих інновацій, залучення до цифрових інноваційних хабів та платформ відкритих інновацій як донорами, так і учасниками, що презентують інноваційні ідеї у пошуках фінансування, участь у розробці спільних інноваційних проектів на їх базі.	Підвищення ефективності інноваційної діяльності за рахунок використання спільних розробок, розширення можливостей інвестування в інноваційні продукти, скорочення витрат на власні розробки та підвищення ефективності використання об'єктів інтелектуальної власності.
Організаційно-управлінська	Інструменти організації командної роботи (Google Workspace, Microsoft Teams), власні внутрішньокорпоративні системи, застосування корпоративних електронних порталів, застосування цифрових платформ цифрового документообороту («Вчасно»).	Оптимізація роботи персоналу, скорочення часу реагування, підвищення ефективності взаємодії та командної роботи, підвищення оперативності обміну інформацією та створення ефективних каналів комунікацій на підприємстві.
Кадрова	Цифрові платформи он-лайн навчання та онлайн професійної підготовки (Coursera, Udemy, Дія.Освіта).	Підвищення цифрових компетентностей персоналу та рівня його конкурентоспроможності.

Джерело: узагальнено авторами

ресурсами успіху, підприємства, які орієнтуються суто на традиційні підходи до забезпечення конкурентних переваг, поступово втрачають їх навіть при умові значних ресурсів, що спрямовуються на її забезпечення.

**Висновки.** Отже, забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах передбачає врахування активних процесів цифровізації, які, формуючи умови здійснення діяльності, визначають ряд факторів, що все активніше впливають на конкурентні позиції. Створюючи новітні можливості для забезпечення конкурентоспроможності, процеси цифровізації в глобалізованому світі виводять конкуренцію на новий рівень з більш жорсткими умовами. Однак,

поряд з новітніми викликами, цифровізація економічної діяльності надає значні можливості для підвищення конкурентних переваг, застосовуючи які, підприємство має можливості утримати конкурентні позиції на ринках, вийти на нові ринки, підвищити конкурентний потенціал за усіма складовими своєї діяльності. Подальшими напрямками дослідження є оцінювання ефективності застосування конкретних цифрових інструментів та платформ у розрізі зростання конкурентних позицій підприємства, впливу новітніх тенденцій цифровізації на умови на ринках, а також зміни у формуванні ланцюга вартості продукції підприємства, що потребує впровадження новітніх бізнес-моделей конкурентоспроможності.

### Список використаних джерел:

1. Грудницький В.М. Економічна конкуренція за умов цифрової та інформаційної економіки. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2011. Вип. 7. С. 109–112.
2. Ляшенко В.І., Вишневецький О.С. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку : монографія. Київ, 2018. 252 с.
3. Бречко О. Детермінанти цифрової трансформації національної економіки. *Вісник економіки*. 2020. № 4. С. 7–24.
4. Батракова Т.І., Линовецька В.Ю. Особливості та принципи цифрової економіки України. *Економічні студії*. 2018. № 2 (20). С. 94–97.
5. Пуцентейло П.Р., Гуменюк О.О. Цифрова економіка як новітній вектор реконструкції традиційної економіки. *Інноваційна економіка*. 2018. № 5-6 (75). С. 131–143.
6. Боденчук Л.Б., Ліганенко І.В. Малий і середній бізнес та цифрові платформи: можливості та загрози. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2021. № 1(7). С. 4–13.
7. Сокирник І.В. Формування та реалізація стратегій підприємств ресторанного господарства в умовах цифрової трансформації економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 3. С. 165–171.
8. Гірченко Т.Д., Пархоменко К.С. Цифровий маркетинг як важливий інструмент забезпечення конкурентної позиції банку. *Вісник університету банківської справи*. 2021. № 2 (41). С. 59–65.
9. Бужимська К.О., Желіховська М.В. Сучасні тенденції та моделі розвитку підприємництва в умовах цифрової економіки. *Підприємництво і торгівля*. 2021. № 28. С. 15–19.
10. Далик В., Продеус О., Федорига З., Бабій С. Формування стратегії цифрового маркетингу в умовах висококонкурентного середовища. *Академічні візії*. 2023. Вип. 19. URL: <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/367/321> (дата звернення: 13.11.2023).
11. Котельникова Ю.М. Підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах цифровізації. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 4. С. 101–108.
12. IMD World Digital Competitiveness Ranking. URL: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-digital-competitiveness-ranking/> (дата звернення: 13.11.2023).
13. IMD World ranking of competitiveness. URL: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/2023/> (дата звернення: 13.11.2023).

### References:

1. Hrudnytskyi V.M. (2021) Ekonomichna konkurentsia za umov tsyfrovoy ta informatsiynoy ekonomiky [Economic competition under the conditions of the digital and information economy]. *Yurydychnyi naukovyi elektronnyi zhurnal*, vol. 7, pp. 109–112. (in Ukrainian)
2. Liashenko V.I., Vyshnevskyi O.S. (2018) *Tsyfrova modernizatsiia ekonomiky Ukrainy yak mozhlyvist proryvnoho rozvytku : monohrafiia* [Digital modernization of the economy of Ukraine as an opportunity for breakthrough development: monograph]. Kyiv. (in Ukrainian)
3. Brechko O. (2020) Determinanty tsyfrovoy transformatsii natsionalnoi ekonomiky [Determinants of digital transformation of the national economy]. *Visnyk ekonomiky*, no. 4, pp. 7–24.
4. Batrakova T.I., Lynovetska V.Yu. (2018) Osoblyvosti ta pryntsyipy tsyfrovoy ekonomiky Ukrainy [Peculiarities and principles of the digital economy of Ukraine]. *Ekonomichni studii*, no. 2(20), pp. 94–97. (in Ukrainian)
5. Putsenteilo P.R., Humeniuk O.O. (2018) Tsyfrova ekonomika yak novitnii vektor rekonstruktsii tradytsiynoy ekonomiky [Digital economy as the newest vector of traditional economy reconstruction]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 5-6(75), pp. 131–143. (in Ukrainian)
6. Bodenchuk L.B., Lihanenko I.V. (2021) Maliy i serednii biznes ta tsyfrovi platformy: mozhlyvosti ta zahrozy [Small and medium-sized businesses and digital platforms: opportunities and threats]. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*, no. 1(7), pp. 4–13. (in Ukrainian)

7. Sokyrnyk I.V. (2019) Formuvannia ta realizatsiia stratehii pidpriemstv restorannoho hospodarstva v umovakh tsyfrovoi transformatsii ekonomiky [Formation and implementation of restaurant business strategies in conditions of digital transformation of the economy]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no. 3, pp. 131–143. (in Ukrainian)
8. Hirchenko T.D., Parkhomenko K.S. (2021) Tsyfrovyyi marketynh yak vazhlyvyi instrument zabezpechennia konkurentnoi pozytsii banku [Digital marketing as an important tool for ensuring the bank's competitive position]. *Visnyk universytetu bankivskoi spravy*, no. 2(41), pp. 59–65. (in Ukrainian)
9. Buzhymyska K.O., Zhelikhovska M.V. (2021) Suchasni tendentsii ta modeli rozvytku pidpriemnytstva v umovakh tsyfrovoy ekonomiky [Modern trends and models of entrepreneurship development in the conditions of the digital economy]. *Pidpriemnytstvo i torhivlia*, no. 28, pp. 15–19. (in Ukrainian)
10. Dalyk V., Prodeus O., Fedoryha Z., Babii S. (2023) Formuvannia stratehii tsyfrovoho marketynhu v umovakh vysokokonkurentnoho seredovyscha [Formation of a digital marketing strategy in a highly competitive environment]. *Akademichni vizii*, vol. 19. Available at: <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/367/321> (accessed November 13, 2023).
11. Kotelnikova Yu.M. (2022) Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv v umovakh tsyfrovizatsii [Increasing the competitiveness of enterprises in the conditions of digitalization]. *Innovation and Sustainability*, no. 4, pp. 101–108. (in Ukrainian)
12. IMD World Digital Competitiveness Ranking. Available at: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-digital-competitiveness-ranking/> (accessed November 13, 2023).
13. IMD World ranking of competitiveness. Available at: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/2023/> (accessed November 13, 2023).

*Стаття надійшла до редакції 20.11.2023*