

УДК 339.3(477)

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-3-12>

Мардус Н.Ю.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічного аналізу та обліку
Харківського технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8551-1544>

Mardus Nataliia

PhD in Economics,
Associate Professor of Economic Analysis and Accounting Department
Kharkiv Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ПОЗИЦІЙ ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИКІВ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ ТОВАРІВ

DETERMINATION OF STRATEGIC POSITIONS OF DOMESTIC MANUFACTURERS IN THE DOMESTIC MARKET

Стаття присвячена дослідженню стратегічних позицій вітчизняних виробників на внутрішньому ринку товарів, яке базується на оцінюванні зміни внутрішнього й зовнішнього середовища стану внутрішнього ринку задля виявлення характеру розвитку внутрішнього ринку товарів та визначення стратегічних орієнтирів забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів з урахуванням умов відкритості національної економіки та підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки як однієї з основних умов інтеграції. Результати моніторингу дають змогу оцінити розміри реалізації стратегії та можливості її вдосконалення, означити коло проблем, завдяки яким визначаються перешкоди в реалізації стратегії, що є доцільним під час формулювання концепції стратегічного забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів і дає змогу визначити його стратегічні напрями, тобто напрями розвитку, які приведуть до реалізації стратегічної концепції.

Ключові слова: внутрішній ринок товарів, моніторинг, товар, рейтинг, зміна, динаміка, оцінка.

Статья посвящена исследованию стратегических позиций отечественных производителей на внутреннем рынке товаров, основанном на оценивании изменения внутренней и внешней среды состояния внутреннего рынка с целью выявления характера развития внутреннего рынка товаров и определения стратегических ориентиров обеспечения развития внутреннего рынка товаров с учетом условий открытости национальной экономики и повышения уровня конкурентоспособности национальной экономики как одного из основных условий интеграции. Результаты мониторинга позволяют оценить размеры реализации стратегии и возможности ее совершенствования, обозначить круг проблем, благодаря которым определяются препятствия в реализации стратегии, что является целесообразным при формулировании концепции стратегического обеспечения развития внутреннего рынка товаров и позволяет определить его стратегические направления, то есть направления развития, которые приведут к реализации стратегической концепции.

Ключевые слова: внутренний рынок товаров, мониторинг, товар, рейтинг, изменение, динамика, оценка.

The article is devoted to the research of strategic positions of domestic producers in the domestic market of goods. Developing recommendations for determining the strategic position of domestic producers in terms of openness of the national economy is a pressing issue that needs research. Specificity of definition of strategic positions, practically not covered in the writings of scientists. There is a need to determine methodological approaches to obtaining reliable information, which will provide the best possible definition of strategic positions of domestic producers. The study is based on an assessment of changes in the internal and external environment of the state of the internal market in order to identify the nature of development of the internal market for goods and to determine the

strategic guidelines for ensuring the development of the internal market for goods. One of the main requirements is to study the internal market for goods, taking into account the conditions of openness of the national economy and increasing the level of competitiveness of the national economy, as one of the main conditions for integration. In order to find out what they exist, they researched their trends, and they used macro environments and aggregates that were nationally open and based on social, historical, demographic, political, legal, natural, and international factors. The monitoring results make it possible to estimate the size of the strategy implementation and its improvement and to identify the range of problems. The monitoring identifies obstacles to the implementation of the strategy, which is appropriate in formulating the concept of strategic support for the development of the internal market for goods. An important element of monitoring is the level of risk, which implies the development of measures to manage them. This allows defining strategic directions of development of the internal market of goods that is directions of development which will lead to realization of strategic concept. In view of this, the study of the principles of formation of competitiveness of the national economy and the development of priority directions for its enhancement, capable of adapting economic systems to the laws of the modern paradigm of socio-economic development, geopolitics, is an extremely important problem and urgent task for the Ukrainian state.

Keywords: internal market for goods, monitoring, commodity, rating, change, dynamics, evaluation.

Постановка проблеми. Стратегія забезпечення внутрішнього ринку товарів передбачає ґрунтування як на внутрішніх ресурсах внутрішнього ринку товарів, так і на зовнішніх, а саме на відкритості національного ринку для інших країн (внутрішня й зовнішня комунікаційна стратегія забезпечення внутрішнього ринку товарів), тому важливим і рекомендованим етапом під час формування стратегічних орієнтирів забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів є елементи стратегічного планування, які передбачають аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів внутрішнього ринку товарів і дають змогу з'ясувати перешкоди та небезпеки на шляху реалізації стратегії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку теорії та методичних підходів до визначення стратегічних орієнтирів знайшли своє відображення в працях багатьох учених, таких як А.Т. Зуб, Ю.О. Івахів, Н.А. Іщенко, Е.В. Кадишева, В.О. Новак, М.М. Лепа, Г. Мінцберг, С. Гошал, С.В. Корчанов, С. Субраманьям, Г.М. Тарасюк, О.В. Федорова, З.Є. Шершньова.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте активність дослідження питань зі стратегічного управління не вирішила всіх проблем, пов'язаних із теоретичним та методичним його забезпеченням як інструменту обґрунтування стратегічних рішень у контексті визначення стратегічних позицій вітчизняних товаровиробників. Крім того, специфіка визначення стратегічних позицій практично не висвітлена в працях науковців. Виникає необхідність визначення методичних підходів до одержання достовірної інформації, яка забезпечить найбільш якісне визначення стратегічних позицій вітчизняних товаровиробників.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є розроблення інформаційної бази щодо визначення стратегічних позицій товаровиробників для підвищення обґрунтованості вибраного стратегічного напрямку розвитку внутрішнього ринку товарів і визначення стратегічних орієнтирів забезпечення його розвитку з позиції вітчизняних товаровиробників в умовах відкритості національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перш за все оцінювання відкритості національної економіки доцільно розпочинати з аналізу зміни внутрішнього й зовнішнього середовища.

Так, мінімальний обсяг товарообігу в Україні зафіксовано у 2009 році, коли він склав

817,5 млрд. грн., максимальний – у 2017 році, коли він склав 1 908,7 млрд. грн., у 2018 році він становив 2 215,4 млрд. грн. Загалом за 2008–2018 роки спостерігалось зростання обсягів оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі України в діючих цінах на 91,14%. У 2016–2017 роках знову намітилась позитивна тенденція до зростання обсягів оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі як у діючих цінах (на 25,06 та 22,67%), так і в цінах попереднього року (на 11,26 та 7,89%). У 2018 році цей показник знизився як у діючих цінах (на 6,6%), так і в цінах попереднього року (на 6,08%), але загалом можна вважати, що останніми роками зберігається більш-менш позитивна динаміка.

За 2008–2018 роки збільшилась середня величина обсягів оптового товарообороту по регіонах з 36,98 до 76,35 млрд. грн. у 2017 році і на 81,03 млрд. грн. у 2018 році. При цьому більша частина регіонів вирізняється значеннями показника, що є нижчими за середній рівень. Останні роки досліджуваного періоду характеризувались невинним зростанням середньоквадратичного відхилення обсягів оптового товарообігу по регіонах. Загалом за 2008–2018 роки середньоквадратичне відхилення за показником зросло із 76,36 до 195,46 млрд. грн. у 2017 році і 207,72 млрд. грн. у 2018 році. Це привело до підвищення коефіцієнта варіації з 206,5% до 256% у 2017 році і до 271,87% у 2018 році.

Останній рік досліджуваного періоду характеризувався зниженням обігу роздрібною торгівлі з 1 159,3 млрд. грн. до 816,6 млрд. грн. у 2017 році і до 930,6 млрд. грн. у 2018 році. Загалом за 2008–2018 роки величина обігу роздрібною торгівлі по Україні в діючих цінах зросла з 449,3 до 930,6 млрд. грн., тобто на 481,3 млрд. грн. У 2018 році за зростання обсягів обігу роздрібною торгівлі в діючих цінах на 43,53% індекс фізичного обсягу обігу роздрібною торгівлі зменшився на 0,2%.

Спостерігаємо, що показники, які характеризують розподіл обсягів обігу роздрібною торгівлі України за регіонами за 2008–2018 роки, показали, що збільшилась середня величина обсягів обігу роздрібною торгівлі по регіонах з 16,64 до 32,66 млрд. грн. При цьому більша частина регіонів вирізняється значеннями показника, що є нижчими за середній рівень (17–18 регіонів). Останні роки досліджуваного періоду характеризувались невинним зростанням середньоквадратичного відхилення обсягів обігу роздріб-

ної торгівлі по регіонах. Загалом за 2008–2018 роки середньоквадратичне відхилення за показником зросло з 13,12 до 32,07 млрд. грн. Це привело до підвищення коефіцієнта варіації із 78,8% до 98,2%.

Відношення максимального та мінімального рівня за показником також зросло (з 13 разів у 2008 році до 27 разів у 2017 році і до 22 разів у 2018 році).

У 2018 році за зростання обсягів роздрібного товарообігу в діючих цінах на 1,0% індекс фізичного обсягу роздрібного товарообігу зменшився на 1,72%. За 2008–2018 роки збільшилась середня величина обсягів роздрібного товарообігу по регіонах з 9,03 до 23,51 млрд. грн. При цьому більша частина регіонів вирізняється значеннями показника, що є нижчими за середній рівень.

Загалом за 2008–2018 роки середньоквадратичне відхилення за показником зросло з 9,28 до 31,28 млрд грн. Це привело до підвищення коефіцієнта варіації зі 102,7% до 120,1%. Відношення максимального та мінімального рівня за показником також зросло (з 19 разів у 2008 році до 43 разів у 2017 році, 35 разів у 2018 році).

Все перераховане свідчить про зростання ступеня диференціації між регіонами України за обсягами роздрібного товарообігу.

За 2008–2018 роки збільшилась середня величина обсягів роздрібного товарообігу по регіонах з 9,03 до 23,51 млрд. грн. у 2017 році і до 26,68 млрд. грн. у 2018 році. При цьому більша частина регіонів вирізняється значеннями показника, що є нижчими за середній рівень. Досліджуваний період характеризувався зростанням середньоквадратичного відхилення обсягів роздрібного товарообігу по регіонах. Загалом за 2008–2018 роки середньоквадратичне відхилення за показником зросло з 9,28 до 27,96 млрд. грн. у 2017 році і до 31,28 млрд. грн. у 2018 році. Це привело до підвищення коефіцієнта варіації зі 102,7% до 118,9% у 2017 році і до 120,1% у 2018 році. Відношення максимального та мінімального рівня за показником також зросло (з 19 разів у 2008 році до 43 разів у 2017 році), але знизилось до 35 разів у 2018 році.

Все перераховане свідчить про зростання ступеня диференціації між регіонами України за обсягами роздрібного товарообігу.

Найменше споживчі ціни зростали у 2008 році по Чернігівській, Харківській, Закарпатській, Чернівецькій та Тернопільській областях, а у 2018 році найбільшим зростанням ціни характеризувались Донецька, Волинська, Сумська й Харківська області, а найменшим зростанням цін – Вінницька, Запорізька, Черкаська, Херсонська, Чернівецька області.

У 2015–2018 роках оптовий товарообіг продовольчих товарів мав тенденцію до зростання і досяг свого максимального рівня у 314 млрд. грн. у 2017 році і 356 млрд. грн. у 2018 році, що є вдвічі більшим за рівень 2008 року, на 24,2% більшим за рівень 2016 року і більшим на 13,37% за 2017 рік.

За 2015–2017 роки оптовий товарообіг непродовольчих товарів зростав і досяг у 2018 році максимальної величини у 1 859,3 млрд. грн.

Загалом за 2008–2018 роки обсяг оптового товарообігу непродовольчими товарами зріс на

751,2 млрд грн., або на 89,05%. Водночас слід відзначити, що обсяг оптового товарообігу як продовольчих, так і непродовольчих товарів збільшувався значною мірою за рахунок впливу інфляційного чинника.

За 2008–2018 роки, незважаючи на коливання, частка непродовольчих товарів так і не перевищила рівня, що спостерігався на початку досліджуваного періоду. У 2017 році значення цього показника складало 83,5%, що на 0,3% менше за рівень 2016 року, а також на 1% менше за рівень 2008 року, а у 2018 році – на 0,4% більше показника 2017 року і на 0,6% менше за рівень 2008 року. Це свідчить про те, що зміни структури оптового товарообігу за товарними групами не можна назвати прогресивними.

За 2008–2018 роки питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва в оптовому товарообігу непродовольчих товарів знизилась із 63,9% до рекордно низького рівня 37,1%. Це свідчить про домінування негативних тенденцій щодо зміни структури оптового товарообігу непродовольчих товарів за суб'єктами (виробниками продукції, представленої на внутрішньому ринку).

Позитивні структурні зрушення, які спостерігалися в оптовій торгівлі продовольчими товарами, були нестабільними та настільки несуттєвими, що не спроможні були компенсувати негативні структурні зрушення, що домінували в оптовій торгівлі непродовольчими товарами. Як наслідок, частка продажу товарів вітчизняного виробництва в оптовому товарообігу за досліджуваний період знизилась із 65,6% у 2008 році до 43,4% у 2018 році, що негативно характеризує зміни структури оптового товарообігу за суб'єктами (виробниками продукції, представленої на внутрішньому ринку).

В структурі роздрібного товарообігу переважають непродовольчі товари, хоча їх частка була меншою, ніж за оптовим товарообігом. У 2018 році значення цього показника склало 56,7%, що на 3,5% менше за рівень 2017 року і на 8,9% менше за рівень 2008 року. Це свідчить про те, що зміни структури роздрібного товарообігу за товарними групами не можна назвати прогресивними. Загалом за 2008–2018 роки питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва в роздрібному товарообігу непродовольчих товарів знизилась із 51,2% до рекордно низького рівня 32,6% у 2017 році і до 31,5% у 2018 році. Це свідчить про домінування негативних тенденцій щодо зміни структури роздрібного товарообігу непродовольчих товарів за суб'єктами (виробниками продукції, представленої на внутрішньому ринку).

Більшість респондентів, опитаних фахівцями Антимонопольного комітету (близько 60–65%), оцінювала внутрішню українську конкуренцію як більш високу, ніж конкуренцію з імпортерами товарів. Найменш значна частина опитаних, навпаки, вважала, що зовнішня конкуренція є більш значною порівняно зі внутрішньо українською. Така різниця може пояснюватися приналежністю опитуваних суб'єктів господарювання до різних галузей національної економіки, які мають певні галузеві особливості, що обумовлюють різну інтенсивність конкуренції всередині країни. Як свідчать висновки Антимонопольного комітету, наведені у звіті за 2018 рік, вплив конкуренції на діяльність вітчизняних виробників є зага-

Держава та регіони

лом сприятливим, адже під тиском конкуренції низка підприємств змушена підвищити ефективність своєї роботи (у 2018 році – близько 41%), знижувати ціни на вироблену продукцію (43%).

Отже, внутрішній ринок об'єктивно забезпечує процес товарообігу, а аналітичні дослідження дали змогу діагностувати диференціації між регіонами України за обсягами обігу оптової та роздрібною торгівлі України. Встановлено, що за обсягами оптової та роздрібною торгівлі в Україні спостерігається зростання ступеня регіональної диференціації [1–3].

Для вивчення впливу зовнішніх факторів доцільно дослідити їх з точки зору умов та тенденцій, які утворюються у макросередовищі і у своїй сукупності визначають рівень відкритості національної безпеки, базуються на загальноекономічних, соціальних, демографічних, політичних, правових, природних, міжнародних факторах тощо. В табл. 1 наведено дані щодо рейтингу України за складовими рейтингу “Doing Business” у 2008–2018 роках [4].

Як видно з даних табл. 1, Україна покращила значення рейтингових оцінок за всіма складовими частинами, окрім забезпечення виконання контрактів, за яким рейтингова оцінка країни знизилась на 7,98 пункти. Покращення складо:

- 26,53 пункти в галузі реєстрації підприємств;
- 66,41 пункти в галузі отримання дозволів на будівництво;
- 26,2 пункти в галузі підключення до системи електропостачання;
- 19,59 пункти в галузі реєстрації власності;
- 19,79 пункти в галузі отримання кредитів;
- 20,00 пункти в галузі захисту прав міноритарних інвесторів;
- 57,94 пункти в галузі оподаткування;
- 32,87 пункти в галузі міжнародної торгівлі;
- 20,5 пункти в галузі відновлення платоспроможності.

Отже, можна стверджувати, що регуляторний вплив держави за 2008–2018 роки мав стимулюючий характер на розвиток усіх складових частин національної економіки, зокрема на розвиток внутрішнього ринку товарів. Зменшення відбулося лише за показником забезпечення виконання контрактів на 7,94 пункти. З огляду на це дослідження засад формування конкурентоспроможності національної економіки та розроблення пріоритетних напрямів її підвищення, здатних адаптувати економічні системи до закономірностей сучасної парадигми соціально-економічного розвитку, геополітики, є надзвичайно важливою проблемою й актуальним завданням для української держави [5]. Сприятливі умови для розвитку бізнесу є необхідною передумовою досягнення Україною більш високого рівня економічного розвитку та інтеграції до спільного ринку ЄС.

Україна посіла у 2018 році 83 місце у Глобальному рейтингу конкурентоспроможності країн, складеному фахівцями Всесвітнього економічного форуму (WEF). Всього в рейтингу цього року аналізується ситуація у 140 країнах чи територіях. Україна, згідно з рейтингом, посідає 77 місце за рівнем адаптації технологій, 110 місце за рівнем розвитку державних інститутів, 131 місце за рівнем макроекономічної стабільності, 94 місце за станом охорони здоров'я, 58 місце за рівнем інноваційних можливостей, 46 місце за рівнем освіти, 66 місце за ринком праці [6]. У 2018 році в рейтингу за Індексом економічної свободи Україна посіла 150 місце серед 180 країн світу з індексом 51,9 і перейшла до другої групи рейтингу країн, а саме до країн, переважно не вільних, що вказує також на її низький рівень економічної свободи. Проте зростання індексу до 51,9 є незначним, але позитивним кроком для України. Серед країн-сусідів, країн СНД і Східної Європи Україна має найнижчий рейтинг щодо індексу економічної свободи. На підставі аналізу зовнішніх чинників до-

Таблиця 1

Рейтинг Doing Business для України у 2008–2018 роках

| Рік | Реєстрація підприємств | Отримання дозволів на будівництво | Підключення до системи електропостачання | Реєстрація власності | Отримання кредитів | Захист міноритарних інвесторів | Оподаткування | Міжнародна торгівля | Забезпечення виконання контрактів | Відновлення платоспроможності |
|------|------------------------|-----------------------------------|--|----------------------|--------------------|--------------------------------|---------------|---------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| 2008 | 64,47 | - | - | 49,91 | 56,25 | 33,33 | 18,31 | 40,13 | 66,94 | 10,90 |
| 2009 | 66,64 | 11,79 | - | 50,80 | 56,25 | 33,33 | 17,98 | 43,12 | 67,19 | 10,95 |
| 2010 | 67,94 | 4,00 | 32,25 | 51,29 | 56,25 | 40,00 | 17,98 | 48,29 | 67,19 | 10,95 |
| 2011 | 77,35 | 4,00 | 32,2 | 47,46 | 81,25 | 40,00 | 20,91 | 50,38 | 67,19 | 9,48 |
| 2012 | 79,84 | 14,67 | 32,39 | 47,87 | 81,25 | 40,00 | 20,05 | 48,80 | 67,19 | 10,69 |
| 2013 | 83,77 | 6,78 | 32,54 | 55,87 | 81,25 | 40,00 | 49,13 | 51,00 | 66,25 | 10,43 |
| 2014 | 85,53 | 68,72 | 52,04 | 68,21 | 87,50 | 46,67 | 54,88 | 53,44 | 66,25 | 28,34 |
| 2015 | 85,55 | 59,8 | 54,57 | 68,20 | 75,00 | 46,67 | 70,64 | 65,24 | 57,11 | 28,56 |
| 2016 | 92,09 | 60,2 | 54,84 | 69,32 | 75,00 | 54,00 | 74,66 | 65,15 | 57,11 | 28,43 |
| 2017 | 91,03 | 60,8 | 58,45 | 69,50 | 75,00 | 62,00 | 74,25 | 73,00 | 58,96 | 31,1 |
| 2018 | 91,00 | 78,2 | 58,40 | 69,7 | 75,00 | 64,00 | 80,8 | 73,00 | 59,00 | 31,4 |

цільно оцінити фактори впливу на підприємство або галузь, у якій воно працює. Макроекономічні та галузеві зовнішні чинники рекомендовано згрупувати за PEST-аналізом (політичні, економічні, соціальні, інформаційно-технологічні). При цьому слід оцінювати не лише поточну ситуацію, але й минулу динаміку та можливі зміни зовнішніх чинників у майбутньому.

Висновки. Базуючись на даних моніторингу та оцінюванні зібраної інформації за результатами контролю виконання стратегічного плану забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів доцільно проводити оцінювання виконання завдань на базі індикаторів результативності розвитку внутрішніх і зовнішніх факторів розвитку внутрішнього ринку товарів. Результати даних моніторингу дають змогу оцінити розміри щодо реалізації стратегії та можливості її вдосконалення, означити коло проблем, завдяки яким визначаються перешкоди в реалізації стратегії, що є доцільним пі час формулювання концепції стратегічного забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів і дає змогу визначити його стратегічні напрями, тобто напрями розвитку, які приведуть до реалізації стратегічної концепції. Якщо внутрішні фактори можна покращити за рахунок внутрішніх резервів, то вплив зовнішніх факторів може привести до зміни напрямку розвитку забезпечення внутрішнього ринку товарів, що потребує відповідної корекції стратегічних сценаріїв, тактичних планів тощо. При цьому важливим елементом моніторингу є рівень ризиків, що передбачає розроблення заходів щодо управління ними.

Бібліографічний список:

1. Мардус Н.Ю. Аналітика кількісних та якісних параметрів функціонування внутрішнього ринку товарів. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2018. № 2 (101). С. 26–34.

2. Mardus N., Brik S. Business analytical and estimation of the state of the internal market of foods. *Scientific development and achievements*. 2018. Vol. 2. P. 88–102.
3. Мардус Н.Ю. Визначення місткості внутрішнього ринку товарів. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 3-1 (46). С. 74–79.
4. Doing Business. Оценка бизнес-регулирувания. URL: <http://russian.doingbusiness.org/custom-query> (дата звернення: 24.03.2020).
5. Тимошенко О.В. Конкурентоспроможність національної економіки: теоретико-методологічні аспекти. 2017. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/26-1-2017/3.pdf> (дата звернення: 28.04.2020).
6. Україна в міжнародних рейтингах. URL: <https://www.sfii.gov.ua/%> (дата звернення: 28.04.2020).

References:

1. Mardus N.Yu. (2018). Analitika kilkisnih ta yakisnih parametriv funkcionuvannya vnutrishnogo rinku tovariv [Analysis of quantitative and qualitative parameters of functioning of the internal market of goods] *Derzhava ta regioni*, no. 2 (101), pp. 26–34.
2. Mardus N., Brik S. (2018). Business analytical and estimation of the state of the internal market of foods. *Scientific development and achievements*, vol. 2, London, United Kingdom, pp. 88–102.
3. Mardus N.Yu. (2018). Vznachennya mistkosti vnutrishnogo rinku tovariv [Determining the capacity of the domestic market for goods]. *Biznes-navigator*, vol. 3-1 (46), pp. 74–79.
4. Doing Business ochenka biznes regulirovaniya. [Doing Business assessment of business regulation] URL: <http://russian.doingbusiness.org/custom-query> (accessed: 24 March 2020).
5. Timoshenko O.V. (2017). Konkurentospromozhnist nacionalnoyi ekonomiki: teoretiko-metodologichni aspekti. [Competitiveness of the national economy: theoretical and methodological aspects]. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/26-1-2017/3.pdf> (accessed: 28 April 2020).
6. Ukrayina v mizhnarodnih rejtingah. URL: <https://www.sfii.gov.ua/%> (accessed: 28 April 2020).