



УДК 330.331

[https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-10\(10\)-1160-1185](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-10(10)-1160-1185)

**Романчук Любов Анатоліївна** кандидат філологічних наук, замдиректора ФОП «Дмитро Щитов», м. Дніпро, тел.: (099) 185-21-10, <https://orcid.org/0000-0001-5759-0126>

**Щитов Дмитро Миколайович** кандидат економічних наук, докторант Університету митної справи та фінансів, м. Дніпро, тел.: (099) 288-49-41, <https://orcid.org/0000-0003-4306-8016>

**Мормуль Микола Федорович** кандидат технічних наук, доцент, доцент Університету митної справи та фінансів, м. Дніпро, тел.: (098) 487-76-86, <https://orcid.org/0000-0002-8036-3236>

## СИСТЕМА ОЦІНКИ ПРИВАБЛИВОСТІ ДЕРЖАВ ДЛЯ ЖИТТЯ ТА БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНИ ТА НІМЕЧЧИНИ

**Анотація.** У статті розглянуто рейтингові системи привабливості країн, визначено їх переваги та недоліки. Виходячи із практичного досвіду тривалого перебування у Західній Європі, запропоновано розгорнуту і обґрунтовану рейтингову систему, яка складається із 14 найбільш суттєвих, на думку авторів, критеріїв якості та зручності життя: 1) міська інфраструктура, 2) медична допомога, 3) житло, 4) стан малого і середнього бізнесу, 5) клімат, 6) споживчий кошик, 7) податки та штрафи, 8) дороги, 9) екологія, 9) ступінь свободи (побутової, комерційної, фінансової, електронної як користування веб-сайтами чи соцмережами, тощо), 10) ландшафт, 11) наявність теплого моря, 12) розмір соціальної допомоги, 14) право на правдиву інформацію. Здійснено порівняльний аналіз запропонованих критеріїв на прикладі України та Німеччини. За наведеними показниками обчислено ступінь привабливості цих країн за допомогою експертних оцінок та побудови інтегрального критерія якості. Доведено, що надто малий рейтинг України, зазначений у рейтингових списках, не відповідає дійсності, а високий рівень Німеччини, навпаки, завищений. Проведений аналіз показав також, що в Україні зручніше та вигідніше займатися електронної торгівлі на території України, навіть за воєнних умов: через нижчі податки, більшу ступінь свободи, кращу якість мобільного зв'язку, кращу швидкість Інтернет-доставок, тощо. Запропоновано провести аналогічне порівняння за наведеною у статті рейтинговою системою ступені привабливості (зручності, комфортності та якості) проживання в інших країнах Західної Європи, але обов'язково за наявності практичного досвіду, набутого протягом тривалого проживання в обраних країнах.





**Ключові слова:** привабливість країн, рейтинг, Україна, Німеччина, якість життя, ваги показників, експертні оцінки, інтегральний критерій.

**Romanchuk Lyubov Anatolyivna** candidate of philological sciences, deputy director of the "Dmytro Shchytov" FOP, Dnipro, tel.: (099) 185-21-10, <https://orcid.org/0000-0001-5759-0126>

**Shchytov Dmytro Mykolayovych** candidate of economic sciences, doctoral student of the University of Customs and Finance, Dnipro, tel.: (099) 288-49-41, <https://orcid.org/0000-0003-4306-8016>

**Mormul Mykola Fedorovych** candidate of technical sciences, associate professor, associate professor of the University of Customs and Finance, Dnipro, tel.: (098) 487-76-86, <https://orcid.org/0000-0002-8036-3236>

## THE SYSTEM OF ASSESSING THE ATTRACTIVENESS OF COUNTRIES FOR LIFE AND BUSINESS: A CASE STUDY OF GERMANY AND UKRAINE

**Abstract.** Abstract. The article examines the rating systems of the attractiveness of countries, identifies their advantages and disadvantages. Based on the practical experience of a long stay in Western Europe, a comprehensive and substantiated rating system is proposed, which consists of 14 most significant, in the opinion of the authors, criteria for the quality and convenience of life: 1) urban infrastructure, 2) medical services, 3) housing, 4) the state of small and medium-sized businesses, 5) climate, 6) consumer basket, 7) taxes and fines, 8) roads, 9) ecology, 9) degree of freedom (domestic, commercial, financial, electronic such as using websites or social networks, etc.), 10) landscape, 11) the presence of a warm sea, 12) the amount of social assistance, 14) the right to information. A comparative analysis of the proposed criteria is conducted using the examples of Germany and Ukraine. The attractiveness of these countries was calculated using the above indicators using expert assessments and the construction of an integral quality criterion. It was proven that the too low rating of Ukraine, indicated in the rating lists, does not correspond to reality, and the high level of Germany, on the contrary, is overestimated. The analysis also showed a greater attractiveness of conducting e-commerce in Ukraine, even under wartime conditions: due to lower taxes, a greater degree of freedom, better quality of mobile communications, better speed of Internet deliveries, etc. It is proposed to conduct a similar comparison using the rating system given in the article of the degree of attractiveness (quality and convenience) of living in other countries of Western Europe, but necessarily with the presence of practical experience gained during a long stay in the selected countries.





**Keywords:** attractiveness of countries, rating, Germany, Ukraine, expert assessments, indicator weights, integral criterion, quality of life.

**Постановка проблеми.** До 2022 року українці відвідували західно-європейські країни лише як туристи, і свої уявлення про них базували на зовнішніх картинках та ствердженнях акторів, політиків, письменників, які перебували там на тому чи іншому святі (конференціях, гастролях, зустрічах тощо), але були зовсім не обізнані з буденним життям. Починаючи з 24 лютого цього року внаслідок розпочатою Росією війни з Україною європейські країни розкрили свої кордони біженцям. І, звісно, у тих, хто виїхав за кордон, за два роки з'явилася можливість на практиці порівняти справжню ступінь привабливості тієї чи іншої країни з уявною, створеною завдяки кількох чинників: 1) абстрагованих рейтингів; 2) оповідями людей, що порівнювали святкове перебування закордоном (у відпустці чи на запрошеннях) з буденним життям у власній країні (це різнопланове порівняння: звичайно, свято чи відпустка кращі за буденність в будь-якій країні, але вони, на відміну від буднів, короткочасні); 3) притаманній зарубіжним країнам свободі інформації (тобто, чи висвітлюються там негативні події, чи допустима критика і свобода слова і таке інше, чим підтверджується чи, навпаки, руйнується позитивний імідж держави).

Різноманітні рейтинги з доволі умоглядними системами критеріїв доводили, що життя у країнах ЄС порівняно з іншими державами і, зокрема, Україною, набагато ліпше, комфортніше та вільніше. Але за роки проживання там українців виявилось, що показники привабливості, які зазначені в офіційних рейтингах, багато в чому не відповідають дійсності. Більш того, маса показників, важливих для визначення якості життя, не враховуються. А ті, що враховуються, навпаки, ніякого суттєвого впливу на життя не мають.

За роки проживання українців у різних країнах Європи виявилось, що офіційні рейтинги привабливості країн часто не відображають реального стану справ. Багато з показників, які вказані в цих рейтингах, не мають істотного впливу на якість життя, а важливі фактори, які реально визначають комфорт і добробут, часто не враховуються взагалі.

У цій статті автори планують розробити нову систему оцінки, ґрунтуючись на наукових дослідженнях та власному досвіді, в якій будуть враховані чинники, що дійсно впливають на життя людей.

**Метою статті** є створення інтегрального показника, що дозволить більш точно оцінити привабливість країни для проживання. Кожному з критеріїв, які важливі для якості життя, буде надано відповідну «вагу» (значущість), а експерти оцінять їхній стан. Враховуючи різні потреби й вимоги різних соціальних груп, можна буде отримати кілька варіантів інтегрального показника, що дозволить дати більш детальну та обґрунтовану оцінку кожній країні з огляду на різні аспекти життя.





Таким чином, ця нова система оцінки стане більш точною і практично корисною для людей, які шукають країни для еміграції або переїзду, оскільки вона враховуватиме не тільки загальні статистичні показники, але й специфічні чинники, важливі для конкретних груп населення.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі питання.

1. Скласти систему критеріїв, які визначатимуть ступінь привабливості країн для життя та бізнесу. Це включає розробку системи критеріїв, що враховує не лише економічні та політичні аспекти, а й соціальні, культурні, екологічні та інші чинники, важливі для комфортного життя та ведення бізнесу.

2. Проаналізувати запропоновані показники і надати їм оцінки на прикладі України та Німеччини. Це дозволить на практиці перевірити доцільність обраних критеріїв та їх вплив на реальну ситуацію в кожній з цих країн. Аналіз має бути комплексним і охоплювати різні аспекти якості життя та бізнес-середовища.

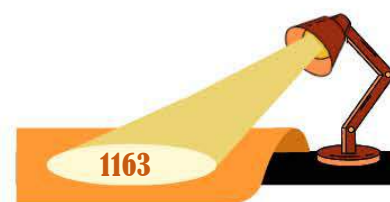
3. За допомогою методики експертних оцінок нормалізувати якісні критерії, надавши їм кількісні оцінки. Це дозволить перевести суб'єктивні оцінки в об'єктивні числові значення, що забезпечить порівнянність та точність результатів.

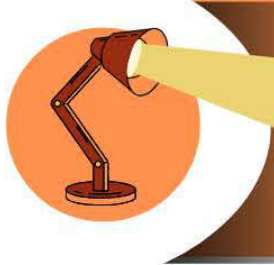
4. Скласти інтегральний критерій якості та обчислити його значення для двох країн. Це дозволить оцінити загальний рівень привабливості кожної країни на основі множинних критеріїв та їх ваги, що важливо для порівняння.

5. На основі отриманих значень інтегральних критеріїв якості зробити висновки щодо ступеня привабливості України та Німеччини. Це дасть змогу порівняти обидві країни з точки зору їх звабливості для життя і ведення бізнесу, враховуючи різноманітні фактори, важливі для громадян і підприємців.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Робіт, де досліджуються критерії привабливості країн, порівняно небагато. Більшість з них зосереджуються на вивченні чинників, які впливають на інвестиційну привабливість країн. Наприклад, І. Якушко у роботі [1] та Т. Китайчук у [2] аналізують механізми оцінювання інвестиційної привабливості, зокрема (як Якушко) через врахування формалізованих факторів і прогнозування тих, що не піддаються формалізації. Автори роботи [3] зосереджують увагу на інвестиційній привабливості України в умовах війни та повоєнної відбудови. Згідно з дослідженнями в [4], на основі міжнародних рейтингів доводиться необхідність оцінки інвестиційної привабливості України в контексті екологічних та економічних умов. У статті [5] запропоновано зведений рейтинговий показник для оцінки інвестиційного клімату країн ЄС та України.

Інші роботи орієнтовані на аналіз країн за аутсорсинговою привабливістю, як, наприклад, робота [6].





Однак більшість вітчизняних досліджень зосереджуються на оцінці України у міжнародних рейтингах, погоджуючись з її низькою позицією в оціночних системах, визначених іноземними економістами та політиками, як автори статті [7]. О. І. Іващук аналізує позиції країн за рівнем відкритості економіки, включаючи Україну [8]. Є. Тихомирова у [9] обговорює проблеми, з якими доводиться стикатися при спробі визначити рейтингові характеристики глобального іміджу України, зокрема через економічні, політичні та соціальні аспекти. Стаття І. Габро [10] присвячена аналізу міжнародних рейтингів і індексів, створених провідними організаціями для оцінки різних аспектів діяльності країн, а також розглядаються основні методики та фактори, що складають інтегральний показник. У роботі [11] аналізується імідж України на основі даних міжнародних рейтингів, зокрема через інформаційні ресурси, які формують уявлення про країну в міжнародній спільноті (і це, додам, є головним фактором створення іміджів країн). М. О. Шмагельська вивчає процес створення системи рейтингів, вказуючи, що рейтинговий процес має не лише методичну, але й моральну складову, визначаючи систему національних рейтингових шкал для оцінки кредитоспроможності емітента [12].

Таким чином, більшість досліджень зосереджуються на інвестиційних, економічних та політичних аспектах привабливості країн, зокрема України, у міжнародних рейтингах, що свідчить про потребу у більш широкому підході до оцінки якості життя та привабливості країн для проживання.

Багато дослідників при аналізі міжнародних рейтингових систем акцентують увагу на негативному впливі уявлення про низький рейтинг України на її економіку, а також на процеси трансформації економічних і політичних процесів у країні. Так, О. Ю. Гребініченко, розглядаючи цю проблему, зазначає, що такі рейтинги можуть мати значний деструктивний ефект на політичну систему країни. Він підкреслює необхідність протидії негативним впливам міжнародних усталених рейтингів і моніторингових, що можуть несправедливо впливати на репутацію країни, а також на її внутрішні процеси на різних рівнях політичної системи [13], [14]. А. М. Єріна, вивчаючи рейтингові методики, пропонує алгоритми для згортки об'єктивних (статистичних) і суб'єктивних (оціночних) первинних даних. Вона акцентує увагу на важливості банківської системи та бізнес-середовища, які, на її думку, значною мірою формують імідж країни на міжнародній арені. Ці фактори, за її оцінкою, є найбільш впливовими в процесі формування загального враження про країну [15].

Проте у нашій статті ми стверджуємо, що низька позиція України в цих рейтингах не відображає реальний стан справ.

Незважаючи на численні дослідження, в яких оцінюється привабливість країн через призму бізнес-розвитку чи інвестиційного клімату, ми не знайшли робіт, що аналізують цю привабливість з точки зору пересічних громадян.





Тобто, в літературі мало досліджень, які б оцінювали рівень комфорту, свободи (фінансової, правової, інформаційної), а також інтересу та зручності життя людей у тих чи інших країнах. Оцінка можливостей для започаткування і розвитку бізнесу, зокрема в сфері електронної комерції, також часто не враховується в традиційних рейтингах. Це створює потребу в новому підході, який би більш точно враховував фактори, важливі для звичайних громадян і їхнього повсякденного життя.

У роботі [16] авторів цієї статті складено систему оцінок стосовно пересічних громадян та побутового життя. Рейтингова система, запропонована у [17], стосується ступеня зручності, прибутковості та самої можливості ведення електронної торгівлі в країнах Європи. В цій статті ми об'єднуємо ці системи.

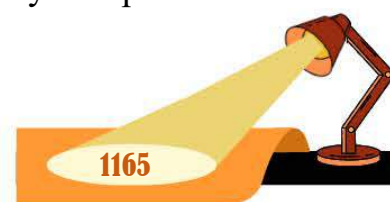
**Виклад основного матеріалу.** Рейтинг можна розглядати як показник, що відображає успішність, важливість, компетентність, значущість або популярність певного об'єкта чи явища, виражений у числовій або порядковій формі. Існують різні типи рейтингів: спортивні, політичні, фільмові, товарні, літературні, корпоративні, соціологічні, споживчі, тощо. У економічному контексті А. М. Єріна пропонує таке визначення цього терміну:

«Рейтинг – це багатовимірний інтегральний показник, що узагальнює найбільш значущі властивості складних соціально-економічних явищ, які неможливо виміряти безпосередньо (конкурентоспроможність, інвестиційна привабливість, якість життя населення тощо). Явища такого типу виявляються певною множиною різного плану ознак-симптомів» [17, с. 56].

Існує кілька методик розрахунку рейтингів країн. Одна з яких – «Індекс людського розвитку» (ІЛР), розроблений ООН. Цей інтегральний критерій, запропонований економістом Махбубом ель Хаком у 1990 році, і з 1993 року використовуваний у звітах ООН, відображає зрілість суспільства за допомогою чотирьох основних показників:

- 1) реальний дохід на душу населення;
- 2) середня тривалість життя;
- 3) процент грамотності населення;
- 4) екологія, або показник стану зовнішнього середовища (природного і штучного).

Однак, на нашу думку, цього набору чинників недостатньо для комплексної оцінки якості життя в країні. Тривалість життя може бути частково зумовлена генетичними особливостями жителів, а не лише станом охорони здоров'я чи медичної інфраструктури країни. Показник стану зовнішнього оточення, який часто обчислюється в середньому по країні, може не відображати реальний стан справ у конкретних містах чи регіонах, оскільки різні місця можуть мати значно різний рівень екологічної ситуації. Крім того, цей показник має обмежений вплив на комфорт і добробут пересічних





громадян, адже не завжди екологічна ситуація безпосередньо впливає на повсякденне життя.

Що стосується рівня грамотності, то в сучасному світі цей показник у багатьох країнах є досить високим, і різниця між державами часто незначна, за винятком деяких країн Африки та Азії, де рівень грамотності залишається низьким.

У 2012 році була створена інша методологія рейтингу, яка оцінює країни «за рівнем щастя». Цей рейтинг враховує значно більше показників, зокрема 33 індикатори благополуччя, згруповані в різні категорії, що дозволяє краще відобразити реальний стан якості життя в країні. Тому для більш точного і всебічного оцінювання привабливості країн, на наш погляд, необхідно розширити кількість критеріїв, включивши, зокрема, такі аспекти як рівень свободи, економічна стабільність, доступ до освіти, безпека, доступність медичних послуг, а також суб'єктивні чинники на кшталт відчуття щастя та благополуччя у повсякденному житті [18].

Недосконалість цієї системи в тому, що майже всі її пункти спираються лише на результати опитування громадян, думка яких може бути як помилковою (через необізнаність), так і відверто неправдивою.

У 2013 році компанія *Economist Intelligence Unit* розробила методологію оцінки якості життя, яка враховувала 9 показників для визначення привабливості країни. Ці показники включають:

1. Здоров'я та тривалість життя.
2. Сімейне благополуччя, рівень якого встановлюється кількістю розлучень на 1 тисячу осіб: оцінка від 1 до 5.
3. Активність суспільного життя, що визначається значенням 1, якщо громадяни часто відвідують церкви або є членами профспілок чи інших громадських організацій.
4. Рівень матеріального благополуччя, на який вказує величина ВВП (валового внутрішнього продукту) на душу населення та паритет купівельної спроможності, який порівнює вартість одного й того ж набору товарів і послуг в різних країнах з урахуванням валютних курсів.
5. Рівень безпеки та політичної стабільності, на що вказують відповідні.
6. Клімат та географія.
7. Гарантія працевлаштування та рівень безробіття (у відсотках до зайнятих).
8. Ступінь політичної та громадянської свободи: від 1 (повністю вільна) до 7 (невільна).
9. Гендерна (зараз сюди додана і трансгендерна) рівність, яка вимірюється шляхом поділу середньої зарплати жінок або трансгендерів на зарплату чоловіків [19].





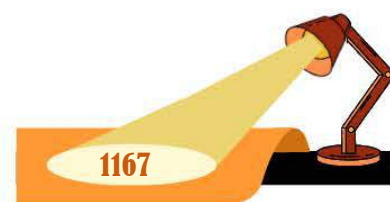
Загалом ця методологія враховує важливі соціальні, економічні та політичні аспекти, однак деякі показники, такі як громадське життя, політична свобода, гендерна/трансгендерна рівність і політична стабільність, здаються менш суттєвими для безпосереднього відчуття комфортного життя. Вони можуть бути не настільки очевидними або важливими для щоденного досвіду громадян, і до того ж мають певну абстрактність в дефініціях, що ускладнює їх реальну оцінку.

Спираючись на власний досвід, набутий в ході проживання в західноєвропейських країнах, ми пропонуємо більш конкретну та практичну систему критеріїв для визначення рівня якості, зручності та комфорту життя, орієнтовану безпосередньо на потреби та уявлення людей, які є громадянами, гостями або мігрантами, що проживають на території країни. Важливо зазначити, що багато з цих показників не враховуються в інших методологіях оцінки привабливості країн, хоча вони можуть мати великий вплив на загальне відчуття комфорту та благополуччя в країні.

Такий підхід дозволить створити більш точну та практичну оцінку якості життя, яка відповідатиме реальним потребам людей, що щодня стикаються з різними аспектами життя в країні.

Запропонована нами зведена система критеріїв для визначення рівня якості, зручності та комфорту життя та ведення бізнесу (е-комерції) має наступний вигляд (табл. 1).

№ з/п	Критерій	Побутове значення	Значення для бізнесу (е-комерції)
1	2	3	4
1	Інфраструктура	Крокова доступність для мешканців кожного мікрорайону кожного міста необхідних для комфортного життя закладів (магазинів, поліклініки, дитячого садку, школи) скорочує час, що витрачається на побутові потреби.	Незручність інфраструктури забирає багато зайвого часу та сприяє виникненню втрати, що відображається на бізнесі (якості та кількості проведених електронних операцій).
2	Медична допомога	Доступність, швидкість надання медпослуг та їх вартість, відстань від дому поліклініки, наявність в аптеках ліків мають неабиякий вплив на життя людини та ступінь її свобод.	Те ж саме значення вони мають для комерсанта. До того ж, чим більше вільного часу у споживача, тим частіше він може переглядати асортимент товарів і, отже, більше робити покупок
3	Житло	Мати власне житло – це мрія будь-якої людини. Відсоток власників житла свідчить про ступінь благополуччя країни.	Вартість оренди житла та офісу значно впливає на витрати від електронної торгівлі.







*Продовження табл.*

1	2	3	4
4	Малий та середній бізнес	Численність дрібних пунктів обслуговування: ремонт речей, ларьки, оренда речей, кав'ярні, магазинчики тощо, полегшує та здешевлює життя людини.	Ведення е-комерції регулярно потребує ремонту мобільних телефонів, комп'ютерів, ноутбуків, інших гаджетів. Якщо ці послуги відсутні або погано розвинуті, і доводиться щоразу купувати нові пристрої, то вартість витрат е-комерції значно зростає.
5	Клімат	Середньорічна температура, кількість опадів суттєво впливають на настрій та самопочуття людини.	Погода впливає на швидкість та вартість доставок. Якщо, приміром, постійно дощить, то швидкість доставки уповільнюється, а вартість зростає, як і ризики (не злітає вчасно літак, потерпає аварію на дорозі машина, тощо).
6	Споживчий кошик порівняно із середньою зарплатнею	Він встановлює відповідність між зарплатнею та витратами на продукти і свідчить про благополуччя країни. Проте це ще не значить, що він всім доступний.	Чим вищі ціни на продукти харчування та предмети побуду, тим менше чистий прибуток від е-комерції.
7	Податки, штрафи	Податки, а також штрафи суттєво знижують фактичні доходи.	Їх розміри та кількість суттєво впливають на дохід від бізнесу та електронної торгівлі
8	Екологія	Прозорість повітря, чистота вулиць та води, ступінь озеленіння впливають на здоров'я, самопочуття та настрої людини	Підмічено, що чим краще настрої клієнтів, тим більше вони замовляють покупки
9	Ступінь свободи	Чим більше побутових свобод, тим комфортніше життя і дозвілля.	Комфорт, особистий простір та безпека значно впливають на електронну торгівлю, оскільки в ній працюють не роботи, а люди.
10	Ландшафт	Цей показник визначає економіко-господарчий (діяльність) та естетичний фактор (настрої, дозвілля).	Впливає на доставку товарів та логістику.
11	Тепле море	Присутність теплого моря впливає не тільки на господарчу діяльність держави, туризм, морську торгівлю, а й виступає важливим фактором для здоров'я та естетичного задоволення.	Має неявний, але суттєвий вплив на бізнес, оскільки скорочує час та витрати співробітників на відпочинок. Також спрощує логістику та торгівлю.





Закінчення табл.

1	2	3	4
12	Дороги	Якість доріг, як для автомобілів, так і для пішоходів, безпосередньо впливає на здоров'я і навіть життя людини, а також на зручність і швидкість переміщення по місту або країні.	Від стану доріг та ступеня безпеки на них суттєво залежить швидкість та надійність доставки товарів
13	Інтернет-зв'язок	Від глобальної мережі в наші дні залежить майже все життя людини: спілкування, дозвілля, робота, тощо.	Якість та швидкість інтернет-зв'язку, а також площа його покриття впливає на багато аспектів е-комерції: процес купівель (споживчий аспект), процес здійснення електронної комерції (бізнес-аспект), спілкування з клієнтами (соціальний аспект), навчання та перекваліфікація (освітній аспект) і таке інше.
14	Соціальна допомога	Вона не дає людині, яка потрапила у скрутне становище (безробітні, багатодітні, особи з обмеженими здібностями, біженці) впасти на дно.	
15	Право на інформацію	Цей показник задовольняє потребу людини знати про все, що її оточує (тут цікавість поєднується з практицизмом).	Для е-комерції необхідно постійно моніторити ринок, стан середовища, новини, соціальні мережі, тощо, щоб орієнтуватися у ситуації, коливаннях попиту, появі нових тенденцій, тощо. Якщо доступ до цього обмежений, е-комерція провисає.

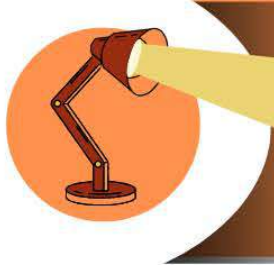
Джерело: авторська розробка

Підкреслимо, що вищенаведені показники є більш об'єктивними та незалежними від ступеня правдивості відповідей опитуваних людей, і в своїй більшості можуть бути напряду описані якісно та виміряні (деякі) кількісно.

Оцінимо (спочатку якісно) запропоновані показники рівня благополуччя пересічних громадян Німеччини та України.

1. Інфраструктура. Жоден проєкт нової будівлі або комплексу в Україні, згідно з законодавством про архітектурну діяльність, не може бути прийнятий без закладеної в нього інфраструктури, тобто у кроковій доступності від проєктованої будівлі мають розміщуватися необхідні для життєдіяльності заклади: магазин, поліклініка або її філіал, аптека, дитячий садок, школа. Німеччині така практика невідома, інфраструктура ніяк до житлових будинків





не прив'язана, і тому всі необхідні для проживання заклади у великих містах розташовуються врозкид, розділені великими відстанями, що завдає мешканцям багато незручностей та займає багато часу на їх відвідування. У невеликих містечках такої проблеми немає через малі відстані.

2. Медична допомога. На прийом до лікаря за соціальною страховкою у Німеччині треба записуватися за півроку чи рік. Якщо час не терпить, то будь ласка до приватного лікаря (200 євро за прийом), тому німці кажуть, що «хворіти неможна». Медичні послуги в Україні при зверненні доступні через кілька днів максимум. До того ж, німецькі аптеки, на відміну від українських, без рецепта не продадуть жодних ліків, що зменшує кількість ступенів свободи громадянина (кожен має право лікуватися самостійно, особливо якщо це якась дрібничка!).

3. Житло. Відсоток власників житла у Німеччині за даними Eurostat 2023 року складає 49,1 [20] (за іншими джерелами – 42 %). Це після Швейцарії (42,2 %) гірший показник в Європі. Україна же в ній за кількістю власників житла лідирує: 95 % домогосподарств і 86,3 % українців мають власне (приватне) житло будь-якої форми [21]. Щодо оренди, то вартість двокімнатного житла у великих містах Німеччини, при середньому заробітку 2665 євро, дорівнює 1,5 – 2 тис. євро (56,28 % по мінімуму). Орендна плата в Україні складає 10-20 тис. грн. (295-590 євро) при середній зарплатні 16836 грн. або 402 євро (59 % по мінімуму). Тобто це майже рівновагові показники.

4. Малий та середній бізнес (МСБ). В *Україні* він приносить приблизно 50-70 % валового внутрішнього продукту в економіку країни, зокрема частка *малого бізнесу* – 16% ВВП [22]. Частка МСБ у загальному ВВП Німеччини сягає 46,7 % [23]. Однак частка саме малого бізнесу в країні значно менша, що можна помітити через відсутність деяких послуг, таких як дрібний ремонт побутових речей, одягу та взуття, телефонів, холодильників, ноутбуків і т.ін., також майже відсутність дрібної торгівлі. Це призводить до того, що громадяни змушені витратити більше на побутові потреби.

5. Клімат. В Німеччині, розташованій у помірньо-континентальному поясі, переважає помірний клімат. Але на погоду північних районів значно впливає Північне та Балтійське (Східне) моря, тому там постійно дощить [24]. Клімат України, яеп лежить у помірному тепловому поясі, в цілому помірньо-континентальний, без повальних дощів. В ній більше сонця та тепла [25].

6. Споживчий кошик. Мінімальний продуктовий кошик українця 2023 року складався із 297 товарів та послуг на суму 2587 грн. [26]. Середній споживчий кошик німця із 475 найменувань коштував, залежно від запитів (матеріального достатку людини) та місця проживання, 1300 – 3200 євро [27]. Проте це не означає, що німці щомісяця витрачають на їжу цю суму. Середньозабезпечена родина обходиться 700-900 євро, включаючи щотижневі пікніки та кав'ярні.





7. Податки. У Німеччині вони складаються з трьох частин: корпоративний податок (15 %), податок на приріст капіталу (25 %), ПДВ (19%) [28]; у сумі – 59 %. В Україні бізнес обкладається єдиним податком – 302,80 грн. в місяць (не більше 10 % прожиткового мінімуму). Німеччину ще називають країною штрафів. Штрафується все: перевищення машинами швидкості, паркування чи миття авто в недозволеному місці, порушення правил дорожнього руху (30 – 800 євро; в Україні – 10 – 100 євро за такі ж самі порушення) [29], [30]; за скачування фільмів (960 євро за одне навантаження), за фотографування ДТП, пожежі, страйку; за розміщення таких фото в соцмережах (до 1000 євро). І таке інше.

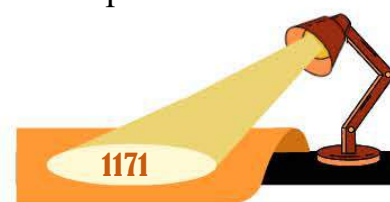
8. Екологія. Більшість німецьких підприємств перенесені в південні країни, тому смогу в країні практично ніде немає. Щодо України, то з 2022 року через воєнні дії та змушене припинення роботи низки заводів повітря у багатьох містах теж стало чистим.

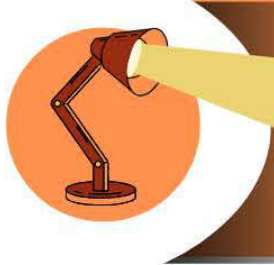
А ось що звертає на себе увагу в Німеччині, так це гарний стан будинків практично в усіх містах та містечках. Як зазначає Михайл Веллер, «Вы пересекаете Германию – на поезде, на машине, – и видите заботливо организованное пространство. Кривого, разломанного, грязного, облезлого, дисгармонирующего с соседним – нет» [31, с. 242]. Добрий стан німецьких будівель пояснюється тим, що відповідальність за їх стан покладена на самих власників. Вони не платять за обслуговування житла різним організаціям, як це робиться в Україні (наприклад, ЖЕО чи ЖЕК), а зобов'язані підтримувати своє житло в хорошому стані, в противному разі – штраф. На нашу думку, Україні варто було б перейняти цей досвід.

Вирішена в Німеччині проблема і зі смітниками. За рідкими винятками (приміром, великим звалищем у залізничного вокзалу у Гамбургу) їх немає. Одна з причин – перенесення відповідальності за сміття на самих громадян. Сміттеві баки трьох видів (для харчових відходів, для паперів та для різного сміття) належать не збиральним організаціям, а власникам будинків чи кооперативам, які у зазначений за розкладом час повинні викачувати їх до місця збору, причому за переплутання вмісту баків накладаються штрафи. Ці «правила чистоти» Україні теж можна було б перейняти.

Далі, стан річок, за даними німецьких джерел, у Німеччині незадовільний — вони, на відміну від українських водних ресурсів, дуже вузькі та забруднені. Що стосується альтернативних джерел енергії, таких як вітряки та сонячні батареї, то їх поширення після відмови уряду від атомних електростанцій стало значним. Проте ці технології займають великі площі й спричиняють більше шкоди навколишньому середовищу, ніж традиційні електростанції.

Нарешті, площа лісів у Німеччині становить 11,3 млн га, або 31,7 % території, а парків — 10 478 км<sup>2</sup> (0,6 % наземної території). В Україні ліси





займають 10,5 млн км<sup>2</sup> (17,2 % території), а площа парків — 11 116 км<sup>2</sup> (1,84 % території) (див. [https://uk.wikipedia.org/wiki/Список\\_країн\\_за\\_площею\\_лісів](https://uk.wikipedia.org/wiki/Список_країн_за_площею_лісів)). Таким чином, Німеччина має більшу лісистість. Однак, український степ займає майже 300 000 км<sup>2</sup> (40 %) території, а вся площа степів та полів становить 460 000 км<sup>2</sup> (48 % всіх земель). Даних про площу низин і полів Німеччини немає, тому можна вважати рівний рівень озеленення в обох країнах.

9. Ступінь свободи. Під цим поняттям ми розуміємо право на організацію комфортного дозвілля та проживання, включаючи такі аспекти, як скління балконів та лоджій, встановлення супутникових антен, будівництво дачних будинків будь-якого розміру, ночівля в них, а також право вільно розпоряджатися своїм подвір'ям. Крім того, важливим є також рівень якості та швидкості обслуговування, як у фізичних точках, так і в електронному форматі. У цьому аспекті Німеччина значно відстає від України з кількох причин:

a) існує обмеження на розмір дачних будинків, і він є значно меншим, ніж в Україні;

b) заборонено залишатися на ночівлю в дачних будинках, і за це накладаються штрафи, тоді як в Україні таких обмежень немає;

c) заборонено встановлювати супутникові тарілки, кондиціонери і скління балконів на будинках, розташованих уздовж вулиць. Це дозволено лише в приватних будинках, які належать заможним людям і розташовані в лісових зонах;

d) на подвір'ях приватних будинків заборонено садити фруктові дерева або городи – це дозволено лише фермерам. Натомість на подвір'ях можна побачити лише декоративні рослини та газони;

e) погана культура обслуговування: доставка товарів часто виконується з великими затримками і з небажанням, інтернет-доставка може займати кілька тижнів, доставка їжі майже не розвинута. Банківські послуги також менш зручні: перекази можуть займати кілька днів, а прив'язка картки до Apple Pay може зайняти до півроку. Тому багато німців віддають перевагу готівковим розрахункам, і не всі магазини приймають картки;

f) пошта працює значно повільніше, ніж в Україні, і країна навіть не є членом EMS (міжнародного сервісу експрес-доставки поштової кореспонденції) [29];

g) на відміну від України, є обмеження (під загрозою великих штрафів) на скачування та перегляд певних фільмів та відео.

10. Ландшафт. Німеччина, з півночі на південь, поділяється на п'ять ландшафтних зон: Північнонімецька низовина, середньогірський поріг, південно-західно-німецьке середньогір'я складчастого фундаменту, південно-німецьке передальпійське плоскогір'я і Баварські Альпи. Це свідчить про наявність різноманітних ландшафтів, від низовин до гір. Рельєф України





також досить різноманітний: 70 % території займають низовини, 25 % – височини та 5 % – гори. Український ландшафт включає рівнинні (широколистяні, мішані, лісостепові та степові) та гірські (передгірні, низькогірні, середньогірні, високогірні та міжгірно-улоговинні) типи [33, с. 23-275]. Тому розмаїття рослинності та ландшафтів в Україні дещо більше, хоча не варто надто порівнювати ці показники

11. Тепле море. На південь України виходять Чорне та Азовське моря, в той час як північні береги Німеччини омивають більш холодні Балтійське (Східне) та Північне моря. Тому за цим критерієм привабливість України значно вища.

12. Дороги. В Україні та Німеччині основні автомобільні дороги (за винятком деяких менш важливих) знаходяться в хорошому стані, а ось пішохідні доріжки в багатьох українських містах та селищах, на відміну від Німеччини, перебувають в поганому стані. Є й інші відмінності. Так, вздовж європейських автобанів розташовані спеціальні зони для відпочинку водіїв та відстію транспорту, іноді з туалетами та столиками (на другорядних дорогах таких зон немає). В Україні такі зони відсутні, водії стихійно влаштовують масові стоянки просто в лісі, без будь-яких зручностей. По-друге, на міжміських (не головних) українських дорогах зупинитися можна майже будь-де, а на європейських доводиться рухатись протягом 2-3 годин, не маючи можливості навіть налагодити навігатор. По-третє, вздовж вузьких міжміських доріг та автобанів Європи прокопані глибокі канали для стоку води, що небезпечно, оскільки навіть невеликий зсув транспортного засобу зі шляху може призвести до падіння, що досить часто і трапляється. Українські автобани та дороги безпечніші, оскільки ширші і без кюветів вздовж них, тож менша кількість ДТП. По-четверте, вздовж європейських автобанів, на відміну від України, дуже мало придорожніх готелів, їдальнь та кав'ярень.

13. Інтернет-зв'язок. Україною, що може ускладнити використання електронних документів. Крім того, низький рівень онлайн-культури, зокрема в галузі електронних документів та державних електронних додатків на зразок української «Дії», створює багато проблем при оформленні юридичних актів [32]. В Україні Інтернет охоплює більшу кількість містечок і працює на вищих швидкостях, а онлайн-послуги, зокрема банківські операції, значно більш розвинені;

14. Допомога безробітним та біженцям в Німеччині складає 502 євро на місяць [34], в Україні ж вона значно нижча і становить лише 1500-2500 грн (32,9-59,83 євро) для окремих категорій осіб [35]. Таким чином, у цьому аспекті Німеччина значно випереджає Україну, однак це стосується лише безробітних. Проте відпустка по догляду за немовлям у Німеччині надається терміном на 1 рік, а в Україні – на 3 роки.

15. Право на інформацію. У Німеччині заборонено: відображати у пресі погані події у країні (ДТП страйки, вбивства, пожежі, тощо), фотографувати





чи знімати на телефон транспортні аварії, а на порушника заборони накладається штраф. Якщо оцінювати цей показник за рейтингом, складеним компанією *Economist Intelligence Unit*, то у пункті 8 «Ступінь політичної свободи» йому слід поставити 7 (невільна). В Україні подібних заборон немає. Проте таке обмеження має і свої переваги: 1) створюється і підтримується за відсутності критики позитивний імідж країни; 2) неможливі (завдяки великим штрафам) вербовка незгодних з режимом, «кольорові революції», виникнення п'ятої колони і таке інше.

Аналіз даних таблиці 1 дозволяє також зробити висновки щодо ліпшого пристосування українського електронного бізнесу до німецьких умов:

1. Інфраструктура. Електронну торгівлю краще вести в невеликих містах, оскільки у працівників буде більше часу на виконання завдань.

2. Медична допомога. Для уникнення дискомфорту у плані здоров'я та витрат на медичні послуги українцям слід ввозити ліки з собою або намагатися не хворіти. У разі необхідності витрати на медичні послуги значно зменшать прибуток від торгівлі.

3. Житло. Оренда житла дешевша в невеликих містах, тому для зайняття електронною торгівлею варто обирати саме їх.

4. Дрібний та середній бізнес. Відсутність або слабкий розвиток малого бізнесу може створити труднощі. Наприклад, при поломці техніки (ноутбуків, мобільних телефонів, планшетів) потрібно купувати нову техніку, що є зайвими витратами. Рекомендується мати резервні прилади.

5. Клімат. В Україні не має значення, звідки вести електронну торгівлю. У Німеччині ж краще працювати в південних регіонах, оскільки в північних через постійні дощі виникають складнощі з доставкою товарів, що також впливає на вартість доставки.

6. Споживчий кошик. Для українських біженців, які займаються е-комерцією в Німеччині, через значно вищі витрати на їжу та предмети побуту прибутки різко зменшуються. Рекомендується взяти з собою якомога більше українських продуктів (консерви, цукор, крупи, борошно, макарони, пасти).

7. Податки і штрафи. Щоб уникнути «обнулення» електронного бізнесу, необхідно шукати способи обходу податків. Крім того, слід враховувати повільний рух на дорогах та обмеження доставки, аби уникнути штрафів.

9. Ступінь свободи та безпеки. У порівнянні з Україною, Німеччина має низку обмежень, які суттєво впливають на е-комерцію:

а) Проблеми з наданням послуг, особливо у сферах доставки товарів та банківських послуг. Доставка може бути надто повільною, а інтернет-зв'язок не завжди надійний, що уповільнює розвиток електронної комерції.

б) Поштовий сервіс у Німеччині значно повільніший за український.

с) Мобільний зв'язок та Інтернет також відстають за якістю порівняно з Україною, тому працювати з українськими операторами зв'язку може бути доцільніше.





10. Ландшафт. Це на власне уподобання.

11. Тепле море. Оскільки у Німеччині його немає, то відсутні і пов'язані з цим можливості. Однак з метою здешевити та прискорити доставку, вигідніше селитися поближче до моря, звідки вантаж відправляється до США та інших країн.

12. Дороги. Оскільки вздовж всіх доріг в Німеччині вириті кювети, краще не ризикувати і користуватися лише широкими автобанами, хоча коротша дорога може і зваблювати водіїв.

13. Інтернет-зв'язок. Оскільки український Інтернет гірший за український, покриває не всю територію, набагато дорожчий і, до того ж, трафіки знаходяться під постійним переглядом і контролем, краще, надійніше і дешевше працювати з українськими операторами.

14. Допомога безробітним. Для е-комерції це байдуже.

15. Право на інформацію. Логістичні процеси слід планувати не точно, а з допуском на можливі непередбачувані події, оскільки в Німеччині своєчасно дізнатися про надзвичайні ситуації часто неможливо.

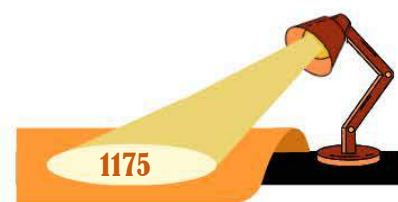
Отже, отримано багатокритеріальну модель із 15 показників, які найбільш впливають на якість життя.

Наступний крок – надати отриманим якісним критеріям із запропонованої нами рейтингової системи кількісні значення та нормалізувати їх. Для оцінки критеріїв ми залучили експертів з трьох груп: 1) українські біженці, які повернулися до України. Оскільки їм більше не потрібна соціальна допомога, їх пріоритети у критерії оцінювання є найбільш незалежними та об'єктивними; 2) українські біженці, які ще залишаються в Німеччині. Для них найважливішим є критерій соціальної допомоги; 3) німці українського походження, які проживають в Німеччині понад 20 років і добре знають всі її особливості. Багато з них зараз теж ставлять критерій соціальної допомоги на перше місце, але через свою повагу до українців, що може знижувати ступінь їх об'єктивності.

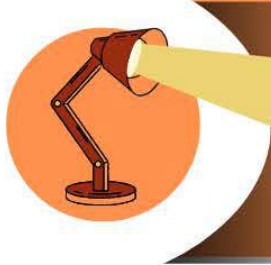
Цього складу експертів ми вважали достатнім для оцінки. Наявність експерта-німецького громадянина не доцільна, оскільки він не мешкав в Україні і не може порівняти умови життя в там з німецькими.

Експерти з цих груп проставляли, в інтервалі  $[0, 10]$ , кількісні оцінки  $f_{ijk}$  ( $i = \overline{1, 3}$ ,  $j = \overline{1, 14}$ ,  $k = \overline{1, 3}$ ) показникам запропонованої рейтингової системи для Німеччини і України, а потім надавали «ваги»  $\alpha_j^0$  ( $j = \overline{1, 15}$ ) самим показникам (тобто зазначали ступінь їх значущості від 14 до 1).

Для оцінювання ми обрали десятибальну шкалу як найбільш зручну. Використовувалась наступна відповідність між вербальними характеристиками та балами:  $[0, 2)$  – надзвичайно низька якість;  $[2, 4)$  – низька якість;  $[4, 6)$  – середня якість;  $[6, 8)$  – висока якість;  $[8, 10]$  – надзвичайно висока якість. Групові оцінки експертів, розраховані згідно з формулою (3) при  $p = 3$  і округлені до десятих, представлені у таблиці 1.







Таблиця 1.

**Групові оцінки експертів**

Критерії \ Країна	Інфраструктура	Медпослуги	Власне житло	Частка дрібного бізнесу	Клімат	Споживчий кошик	Податки	Екологія
Німеччина	2,5	4,5	5,1	5,2	2,2	10,0	2,0	10,0
Україна	10,0	9,0	10,0	9,0	10,0	5,8	9,0	8,0

**Продовження таблиці 1**

Критерії \ Країна	Ступінь свободи	Ландшафт	Наявність теплового моря	Дороги	Інтернет-зв'язок	Соціальна допомога	Право на інформацію
Німеччина	2,1	10,0	3,0	7,0	7,0	10,0	2,0
Україна	10,0	10,0	10,0	8,0	9,5	1,0	8,0

Побудовані за отриманими оцінками діаграми (див. рис. 1, 2) показують розподіл значень критеріїв: більш рівноважний щодо України і більш розкиданий щодо Німеччини.



**Рис. 1** Привабливість України по критеріях



Рис. 2 Привабливість Німеччини по критеріях

Джерело: авторська розробка.

Як бачимо з рисунків 1 і 2, розподіл критеріїв привабливості життя в Німеччині більш нерівномірний, ніж в Україні.

Тепер слід привести отримані оцінки до єдиних безрозмірних величин, застосовуючи формулу

$$\hat{f}_i = \frac{f_i - f_i^{\min}}{f_i^+ + f_i^-} \quad (1)$$

У нашому випадку  $f_i^+ = 10$ ,  $f_i^- = 0$ . Це інтервал оцінювання від 0 до 10.

Тоді формула (1) набуде вигляду:  $\hat{f}_i = \frac{f_i}{10}$ .

Після підрахунків отримаємо такі безрозмірні оцінки (табл. 2):

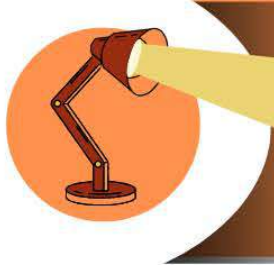
Таблиця 2.

**Безрозмірні оцінки**

Критерії \ Країна	Інфра-структура	Медпослуги	Власне житло	Частка дрібного бізнесу	Клімат	Споживчий кошик	Податки	Екологія
Німеччина	0,25	0,45	0,51	0,52	0,22	1,00	0,20	1,00
Україна	1,00	0,90	1,00	0,90	1,00	0,58	0,90	0,80

Продовження таблиці 2





Критерії Країна	Ступінь свободи	Ландшафт	Наявність теплового моря	Дороги	Інтернет-зв'язок	Соціальна допомога	Право на інформацію
Німеччина	0,21	1,00	0,30	0,7	0,7	1,00	0,20
Україна	1,00	1,00	1,00	0,8	0,95	0,10	0,80

Слід враховувати, що всі ці критерії мають різну відносну «вагу» (значення, важливість, значущість), яка для кожної людини може бути різною. Власно кажучи, «ваги (або «бали») відповідають номеру показника (рангу) у системі критеріїв, яку вибудовує експерт за своїм уявленням: від 15 (найбільший бал) до 1 (найменший бал).

Експерти проставили такі «бали» критеріям (табл. 3).

Таблиця 3.

**«Бали» критеріїв**

№ з/п	Критерії ( $f_i$ )	I експерт	II експерт	III експерт
1	Власне житло	15	14	13
2	Наявність інфраструктури	14	13	12
3	Медична допомога	13	12	11
4	Клімат	3	11	5
5	Споживчий кошик	11	10	10
6	Податки	10	9	9
7	Ступень свободи	9	8	8
8	Частка дрібного бізнесу	8	7	7
9	Екологія	7	6	6
10	Наявність теплового моря	6	5	4
11	Ландшафт	5	4	3
12	Дороги	4	3	2
13	Інтернет-зв'язок	12	15	14
14	Соціальні допомоги	2	1	15
15	Право на інформацію	1	2	1

Обчислимо середні групові значення балів:  $f_i = \frac{1}{p} \sum_{k=1}^p f_{ik} = \frac{1}{3} \sum_{k=1}^3 f_{ik}$ .

Тобто, отримуємо 14 середньоекспертних балів критеріїв (табл. 4, стовп. 3):

Таблиця 4.





Середні бали критеріїв

№ з/п	Критерії ( $f_i$ )	Середні бали ( $\alpha_i^0$ )	Нормовані ваги ( $\alpha_i$ )
1	2	3	4
1	Власне житло	14	0.1167
2	Стан інфраструктури	13	0.1083
3	Медична допомога	12	0,1000
4	Клімат	6,(3)	0,05275
5	Споживчий кошик	10,(3)	0,08608
6	Податки	9,(3)	0,07775
7	Ступень свободи	8,(3)	0,06942
8	Частка дрібного бізнесу	7,(3)	0,06108
9	Екологія	6,(3)	0,05275
10	Наявність теплого моря	5	0,04167
11	Ландшафт	4	0,03333
12	Дороги	3	0,02500
13	Інтернет-зв'язок	13,(6)	0.11392
14	Соціальні допомоги	6	0,05000
15	Право на інформацію	1,(3)	0,01108

Оскільки експерти задають ненормовані бали критеріїв, то, нормуючи ці бали, отримаємо вагові коефіцієнти:

$$\alpha_i = \frac{\alpha_i^0}{\sum_{i=1}^n \alpha_i^0}, \quad i = \overline{1, n}, \quad \left( \sum_{i=1}^n \alpha_i = 1 \right). \quad (2)$$

У нашому випадку  $n = 15$ ,  $\sum_{k=1}^{15} a_i = 120$ .

Після підрахунків за формулою (2) отримуємо нормалізовані ваги критеріїв (табл. 4, стовпець 4).

Наступний крок – складання інтегрального критерія якості, для чого застосовуємо метод вагової згортки критеріїв [36].

$$F(A^*) = \max_i \sum_{j=1}^n \alpha_j f_{ij}^0 \quad (3)$$

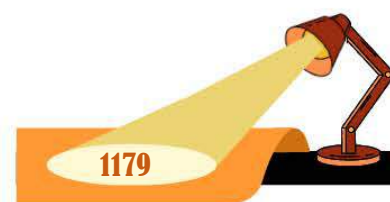
де  $\alpha_j$  – вагові коефіцієнти критеріїв ( $\sum_{i=1}^n \alpha_j = 1$ ) з таблиці 4,

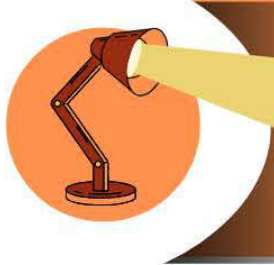
$f_{ij}^0$  – нормалізовані експертні оцінки (табл. 2).

Тоді для Німеччини значенням інтегрального критерія буде:

$$F_1 = 0,059217 + 0,027075 + 0,045000 + 0,011615 + 0,086080 + 0,015550 + 0,014577 + 0,031755 + 0,052750 + 0,012501 + 0,033330 + 0,017500 + 0,079744 + 0,050000 + 0,002216 = 0,577411.$$

А для України:





$F_2 = 0,1167 + 0,1083 + 0,0900 + 0,05275 + 0,0499424 + 0,069975 + 0,06942 + 0,06108 + 0,0422 + 0,04167 + 0,03333 + 0,02000 + 0,108224 + 0,00500 + 0,008864 = 0,8084484$ .

**Дискусія.** Отже, значення інтегрального критерія привабливості (або якості) для життя та ведення бізнесу суттєво вищі для України порівняно з Німеччиною, незважаючи на те, що два з трьох експертів надали найбільший "бал" соціальним допомогам, які стосуються лише біженців та безробітних, а також споживчому кошику. Саме за цими показниками Україна відстає від Німеччини, але навіть це не дозволило зрівняти показники. В інших випадках, при врахуванні більш широкого спектра оцінок, різниця між ступенями привабливості країн була ще більшою [15].

З наведеного можна зробити висновок, що загальноприйняті низькі рейтинги України та високі рейтинги Німеччини – 55-й і 6-й відповідно у 2022 році, 59-й і 8-й відповідно у 2024 році [36] – не відповідають дійсності. Або рейтинги складені за показниками, які зовсім не впливають або впливають досить слабо на комфорт та рівень життя, або складені так, щоб заплутати «чужинців» та закласти в їх свідомість «почуття неповноцінності». Насправді ж за більшістю суттєвих критеріїв «чужинці» можуть жити краще та вільніше за німців. В чому ми переконалися не лише теоретично, шляхом порівняння різних критеріїв Німеччини та України та розрахунку ступеня їх привабливості, а й на власному досвіді. Тобто, твердження про краще та багатше життя в Німеччині (як і в інших країнах ЄС, які мають подібні недоліки) є міфом. В Україні, за багатьма показниками, життя є більш вільним і комфортним. Звісно, є багато недоліків, оскільки ідеальних країн не існує, але кількість проблем, що впливають на якість життя українців, значно менша, ніж у Німеччині.

Єдине, в чому Україна наразі поступається Заходу, – це небезпека, пов'язана з конфліктом з Росією. Проте це явище є тимчасовим.

**Висновки.** У статті представлена розгорнута й обґрунтована рейтингову систему критеріїв, за якими можна оцінити ступінь привабливості країни. Оцінки та відповідні бали для кожного критерію надаються за допомогою експертів, а потім застосовується інтегральний критерій якості для обчислення загальної привабливості. Це дослідження проведено на прикладі Німеччини та України. Доведено, що надто низький рейтинг України в міжнародних рейтингах не відповідає реальності і є деяким міфом, створеним через недосконалу систему рейтингових показників, що не відображають реальний рівень благополуччя та комфортності життя.

Проведений аналіз також показує більшу привабливість ведення електронної торгівлі в Україні, навіть за умов війни, завдяки нижчим податкам, більшій свободі, кращій якості мобільного зв'язку та Інтернет-доставки, швидкості й різноманіттю електронних платежів тощо.





В подальшому було б цікаво провести аналогічне порівняння за цією рейтинговою системою для інших країн Західної Європи, однак важливо, щоб воно базувалося на безпосередньому досвіді, отриманому протягом тривалого проживання в обраних країнах.

**Література:**

1. Якушко І. В. (2019). Рейтингові підходи до оцінювання інвестиційної привабливості національної економіки. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Вип. 23, частина 2, с. 152-159. [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23\\_2\\_2019ua/31.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23_2_2019ua/31.pdf).

2. Китайчук Т. (2023). Інвестиційна привабливість: теоретичний аналіз та впливові фактори. *Економіка та суспільство*, (54). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-65>. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2781/2701>.

3. Славкова, А., Колісник, Д. (2023). Інвестиційна привабливість України: реалії в умовах війни та перспективи повоєнної відбудови. *Економіка та суспільство*, 56. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-138>. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3081/3004>.

4. Костирко Л., Серебряк К., Середа О., Зайцева Л. Інвестиційна привабливість України як домінанта залучення прямих іноземних інвестицій з європейського простору: аналіз, оцінка // *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. № 2(43) 2022, с. 95–106. <https://doi.org/10.55643/fcaptr.2.43.2022.3700>

5. Пишмінцева М. Д., Брензович К. С. Інвестиційний клімат країн ЄС: загальна характеристика та риси коронавірусного періоду // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Вип. 33 2020. Част. 3, с. 29-34.

6. Щитов Д. М., Романчук Л. А., Мормуль М. Ф., Щитов О. А., Чупілко Т. А. Аутсорсинг ІТ-послуг в Україні // *Інформаційні технології та комп'ютерна інженерія*. Том 55, № 3 2022, с. 85-89. <https://itce.vntu.edu.ua/index.php/itce/article/view/909>.

7. Заяць О. І., Рошко С. М., Івашкович В. В. (2021). Імідж України в глобальному економічному просторі. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство, 39, 63-67. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2021-39-11>. [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/39\\_2021ua/13.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/39_2021ua/13.pdf).

8. Іващук О. І. Позиціонування країн у світових рейтингах за основними ознаками рівня відкритості економіки // *Вісник Хмельницького університету*. №1 2009, с. 69-75.

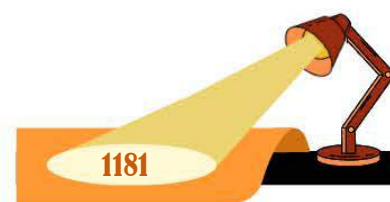
9. Тихомирова Є. Б. Імідж України в контексті міжнародних рейтингів. Проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. пр. Київ: КиМУ, 2010. Вип. 1, с. 90-107.

10. Габро І. (2024). Міжнародні рейтинги та індекси у формуванні іміджу держави. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2024, 8, 142-149. DOI:10.26693/ahpsxxi2024.08.141. [https://www.researchgate.net/publication/381535236\\_Miznarodni\\_rejtingi\\_ta\\_indeksi\\_u\\_formuvanni\\_imidzu\\_derzavi](https://www.researchgate.net/publication/381535236_Miznarodni_rejtingi_ta_indeksi_u_formuvanni_imidzu_derzavi).

11. Котляр К.І., Нагорняк Т. Л. Імідж України у контексті міжнародних рейтингів // *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. Том 1, № 11 2019, с. 14-19.

12. Шмагельська М. О. Світові рейтинги: особливості формування та впливу на економічне зростання країни // *Міжнародні економічні відносини*. № 2 (77) 2021, с. 14-19.

13. Гребініченко О. Ю. Міжнародні рейтинги держави як фактор зовнішніх інформаційних впливів // *Нова парадигма*. № 76 2008, с. 151-163.





14. Гребініченко О. Ю. Міжнародні рейтинги України як фактор впливу на національну безпеку держави: автореф. дис. ... канд. політ. наук за спец. 21.01.01 / О. Ю. Гребініченко. Київ, 2008, 16 с.
15. Єріна А. М. Міжнародні рейтинги: статистичні аспекти обчислення та застосування. Частина 1. Індекси економічної свободи та глобальної конкурентоспроможності. *Статистика України*. 2016. № 3. С. 56-62. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/1987/1/11.pdf>.
16. Романчук Л. А., Щитов Д. М., Мормуль М. Ф. Рейтинг привабливості країн за індексом «якості життя»: Україна та Німеччина / Л. А. Романчук, Д. М. Щитов, М. Ф. Мормуль. *Наукові перспективи*. 2024. № 5(47). С. 945-972. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-5\(47\)](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-5(47)).
17. Романчук Л. А., Щитов Д. М., Мормуль М. Ф. Звабливість країн для електронної торгівлі на прикладі України та Німеччини. Міжнародний науковий журнал «*Інтернаука*». Серія: «*Економічні науки*». 2024. № 8(88). Т.1. С.137-148. DOI:10.32782/business-navigator.77-21.
18. Helliwell, J., Layard, R., & Sachs, J., Aknin, J. D., De Neve, L. B., & Wang, J.-E. World Happiness Report 2023. New York: Sustainable Development Solutions Network. 2023. <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2023/WHR+23.pdf>.
19. The Economist Intelligence Unit's Quality-of-Life Index. The Economist. 2012. [https://www.webcitation.org/69MVHhwNd?url=http://www.economist.com/media/pdf/QUALITY\\_OF\\_LIFE.pdf](https://www.webcitation.org/69MVHhwNd?url=http://www.economist.com/media/pdf/QUALITY_OF_LIFE.pdf).
20. В каких странах больше всего собственников домов. <https://international.investment.biz/real-estate/3447-v-kakih-stranah-bolshe-vsego-sobstvennikov-domov.html>.
21. Собственное жилье: большинство украинцев живут на своих квадратных метрах (инфографика). <https://news.finance.ua/ru/news/-/480368/sobstvennoe-zhile-bolshinstvo-ukraintsev-zhivut-na-svoih-kvadratnyh-metrah-infografika>.
22. Васюта В., Путря А., Пивоваров В. Стан розвитку малого підприємництва в Україні // Вісник Хмельницького національного університету: економічні науки. № 6, том 1 2022, с. 160-163.
23. Форми ведення бізнесу в Німеччині у 2024 році. <https://europortal.biz.ua/evropa/nimechchyna/biznes/formy-oformleniya-fyrm-u-hermanyu.html>.
24. Короткий статистичний збірник «Україна та Німеччина». Київ: Державний комітет статистики України; Федеральне статистичне управління Німеччини. 2000. 40 с.
25. Клімат України / За ред. В. М. Ліпінського, В. А. Дячука, В. М. Бабіченко. Київ: Вид-во Раєвського. 2003. 343 с.
26. Состав потребительской корзины в Украине в 2024 году. <https://maanimou.ua/ru/helpful/sostav-potrebitelskoj-korziny>.
27. Стоимость жизни в Германии у 2023 році. <https://www.profee.com/ru/articles/stoimost-zhizni-v-germanii-v-2023>.
28. Приходько А. Консультація по податках в Німеччині. 2023. <https://prikhodko.com.ua/poslugu/migracziya-do-yevropy/nimechchyna/konsultacziya-po-podatkah-v-nimechchyni/>.
29. Алекзик А. (2024). Штрафи за перевищення швидкості в Німеччині: актуальна та повна таблиця штрафів на 2024 рік. Українська газета.DE, 11.11. <https://ukrainskagazeta.de>.
30. Таблица штрафів за порушення ПДР. Кодекс України про адміністративні правопорушення (КУпАП). 2021. <https://vodiy.ua/dai/penalty/>.
31. Веллер М. Ум обреченных. Москва: Астрель, 2012. 320 с.
32. Лицкевич О. У немцев все на бумаге. Что за границей вместо Дии и школьных Viber-чатов – опыт украинок // Ліга-net. 29 мая 2023. <https://tech.liga.net/technology/article/vse-na-bumage-chem-za-granitsey-zamenyayut-diyu-i-shkolnye-viber-chaty-opyt-ukraintsev>.

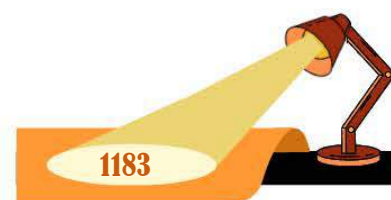




33. Исаченко А. Г., Шляпников А. А. Ландшафты. Москва: Мысль. 1989. 504 с.
34. Arbeitslosengeld 2 – основна підтримка безробітних у Німеччині. <https://europortal.biz.ua/evropa/nimechchyna/roboata/arbeitslosengeld-2.html>.
35. Допомога безробітним у 2024 році: яка мінімальна сума виплат // РБК-Україна. 2 березня 2024. <https://www.rbc.ua/rus/news/dopomoga-bezrobitnim-2024-rotsi-ka-minimalna-1707919674.html>.
36. Мормуль М. Ф., Щитов Д. М., Щитов О. М., Рудянова Т. М. Аспекти багатокритеріального вибору управлінських рішень // SWorld Journal. № 19 2023. Part 1, с. 64-76.
37. Азізова М. (2024). Світовий рейтинг щастя 2024: хто очолив і на якому місці Україна. ТСН, 20,03. <https://tsn.ua/svit/svitoviy-reyting-schastya-2024-hto-ocholiv-i-na-yakomu-misci-ukrayina-2539393.html>.

### References:

1. Yakushko, I. V. (2019). Reitynhovi pidkhody do otsiniuvannia investytsiinoi pryvablyvosti natsionalnoi ekonomiky [Rating approaches to assessing the investment attractiveness of the national economy]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo* [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy], no. 23, part 2, pp. 152-159. Retrieved from [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23\\_2\\_2019ua/31.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23_2_2019ua/31.pdf) (in Ukrainian) [in Ukrainian].
2. Kytaichuk, T. (2023). Investytsiina pryvablyvist: teoretychnyi analiz ta vplyvovi faktory [Investment attractiveness: theoretical analysis and influencing factors]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and society], no. 54. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-65> [in Ukrainian].
3. Slavkova, A., Kolisnyk, D. (2023). Investytsiina pryvablyvist Ukrainy: realii v umovakh viiny ta perspektyvy povoiennoi vidbudovy [Investment attractiveness of Ukraine: realities in wartime conditions and prospects for post-war reconstruction]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and society], no. 56. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-138> [in Ukrainian].
4. Kostirko L., Serebryak K., Sereda O., Zaytseva L. (2022). Investitsiyna privablivist Ukraini yak dominantna zaluchennya pryamih inozemnih investitsiy z Evropeyskogo prostoru: analiz, otsinka [Ukraine's investment attractiveness as a dominant attraction of foreign direct investment from the European space: analysis, evaluation]. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, no. 2(43), pp. 95–106. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.43.2022.3700> [in Ukrainian].
5. Pishmintseva M. D., Brenzovich K. S. (2020). Investitsiyniy klimat krayin ES: zagalna charakteristika ta risi koronavirusnogo periodu [The investment climate of the EU countries: general characteristics and features of the coronavirus period]. *Naukoviy visnik Uzhgorodskogo natsionalnoho universitetu*, no. 33/ 3, pp. 29-34 [in Ukrainian].
6. Schitov D. M., Romanchuk L. A., Mormul M. F., Schitov O. A., Chupilko T. A. (2022). Outsorsing IT-poslug v Ukraini [Outsourcing of IT services in Ukraine]. *Informatsiyni tehnologiyi ta komp'yuterna inzheneriya*, vol. 55, no. 3, pp. 85-89. Retrieved from <https://itce.vntu.edu.ua/index.php/itce/article/view/909> [in Ukrainian].
7. Zaiats, O. I., Roshko, S. M., Ivashkovych, V. V. (2021). Imidzh Ukrainy v hlobalnomu ekonomichnomu prostori [Ukraine's image in the global economic space]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo* [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and World Economy], no. 39, pp. 63-67. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2021-39-11>. Retrieved from [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/39\\_2021ua/13.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/39_2021ua/13.pdf) [in Ukrainian].







8. Ivaschuk O. I. (2009). Pozitsionuvannya krayin u svitovih reytingah za osnovnimi oznakami rivnya vidkритosti ekonomiki. *Visnik Hmel'nitskogo universitetu*, no. 1, pp. 69-75 [in Ukrainian].
9. Tihomirova E. B. (2010). Imidzh Ukrayini v konteksti mizhnarodnih reytingiv. *Problemi mizhnarodnih vidnosin: Zb. nauk. pr. Kiyiv: KiMU*. no. 1, pp. 90-107 [in Ukrainian].
10. Habro, I. (2024). Mizhnarodni reitynhy ta indeksy u formuvanni imidzhu derzhavy [International rankings and indices in shaping the image of a state]. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*, no. 8, pp. 142-149. DOI:3. 10.26693/ahpsxxi2024.08.141. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/381535236\\_Mizhnarodni\\_rejtingi\\_ta\\_indeksi\\_u\\_formuvanni\\_imidzhu\\_derzavi](https://www.researchgate.net/publication/381535236_Mizhnarodni_rejtingi_ta_indeksi_u_formuvanni_imidzhu_derzavi) [in Ukrainian].
11. Kotlyar K. I., Nagornyak T. L. (2019). Imidzh Ukrayini u konteksti mizhnarodnih reytingiv. *Visnik studentskogo naukovogo tovaristva DonNU imeni Vasilya Stusa*. Tom 1, no. 11, pp. 14-19 [in Ukrainian].
12. Shmagelska M. O. (2021). SvItovi reytingi: osoblivostI formuvannya ta vplivu na ekonomichne zrostannya krayini. *Mizhnarodni ekonomichni vidnosini*, no. 2 (77), pp. 14-19 [in Ukrainian].
13. Grebinichenko O. Yu. (2008). Mizhnarodni reytingi derzhavy yak faktor zovnishnih Informatsiynih vpliviv. *Nova paradigma*, no. 76, pp. 151-163 [in Ukrainian].
14. Grebinichenko O. Yu. (2008). Mizhnarodni reytingi UkraYini yak faktor vplivu na natsionalnu bezpeku derzhavy: avtoref. dis. ... kand. polIt. nauk za spets. 21.01.01. Kiyiv, 16 p. [in Ukrainian].
15. Erina A. M. (2016). Mizhnarodni reytingi: statistichni aspekti obchislennya ta zastosuvannya. Chastina 1. Indeksi ekonomichnoyi svobody ta globalnoyi konkurentospromozhnosti [International ratings: statistical aspects of calculation and application. Part 1. Indices of economic freedom and global competitiveness.]. *Statistika Ukrayini – Statistics of Ukraine*, 3, 56-62. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/1987/1/11.pdf> [in Ukrainian].
16. Romanchuk L. A., Shchytov D. M., Mormul M. F. (2024). Reitynh pryvablyvosti krain za indeksom «yakosti zhyttia»: Ukraina ta Nimechchyna [Ranking of countries' attractiveness according to the "quality of life" index: Ukraine and Germany]. *Naukovi perspektyvy*, no. 5(47), pp. 945-972. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-5\(47\)](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-5(47)) [in Ukrainian].
17. Romanchuk L. A., Shchytov D. M., Mormul M. F. (2024). Zvablyvist krain dlia elektronnoi torhivli na prykladi Ukrainy ta Nimechchyny [The attractiveness of countries for e-commerce using the examples of Ukraine and Germany]. *Mizhnarodnyi naukovi zhurnal «Internauka». Seriya: «Ekonomichni nauky»* [International scientific journal "Internauka"], no. 8(88), vol. 1, pp. 137-148. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.9.7>. Retrieved from <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-8-10177> [in Ukrainian].
18. Helliwell, J., Layard, R., & Sachs, J., Aknin, J. D., De Neve, L. B., & Wang, J.-E. (2023). World Happiness Report 2023. New York: Sustainable Development Solutions Network. Retrieved from [https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2023/WHR\\_23.pdf](https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2023/WHR_23.pdf) [in English].
19. The Economist Intelligence Unit's Quality-of-Life Index (2012). *The Economist*. Retrieved from [https://www.webcitation.org/69MVHhwNd?url=http://www.economist.com/media/pdf/QUALITY\\_OF\\_LIFE.pdf](https://www.webcitation.org/69MVHhwNd?url=http://www.economist.com/media/pdf/QUALITY_OF_LIFE.pdf) [in Ukrainian].
20. V kakih stranah bolshe vsego sobstvennikov domov (2023) [Which countries have the most homeowners?]. Retrieved from <https://internationalinvestment.biz/real-estate/3447-v-kakih-stranah-bolshe-vsego-sobstvennikov-domov.html> [in Russian].
21. Vlasne zhytlo: bilshist ukraintsiv zhyvut na svoikh kvadratnykh metрах (infografika) [Own housing: most Ukrainians live in their own square meters (infographics)]. Retrieved from <https://news.finance.ua/ua/news/-/480368/vlasne-zhytlo-bilshist-ukrayintsiv-zhyvut-na-svoyih-kvadratnyh-metrah-infografika> [in Ukrainian].





22. Vasyuta V., Putrya A., Pivovarov V. (2022). Stan rozvitku malogo pidpriemnitstva v Ukraini [The state of development of small business in Ukraine]. *Visnik Hmel'nitskogo natsionalnogo universitetu: ekonomichni nauki*, no. 6, tom 1, pp. 160-163 [in Ukrainian].
23. Formi vedennya biznesu v Nimechchini (2024) [Forms of doing business in Germany]. Retrieved from <https://europortal.biz.ua/evropa/nimechchyna/biznes/formy-oformleniya-fyrm-u-hermanyu.html> [in Ukrainian].
24. Korotkiy statistichniy zbirnik «Ukrayina ta Nimechchina» (2000) [Brief statistical collection «Ukraine and Germany»]. Kiyiv: Derzhavniy komitet statistiki Ukraini; Federalne statistichne upravlinnya Nimechchini, 40 p. [in Ukrainian].
25. Klimat Ukraini (2003) [Climate of Ukraine] / Za red. V. M. Lipinskogo, V. A. Dyachuka, V. M. Babichenko. Kiyiv: Vid-vo Raevskogo, 343 p. [in Ukraine].
26. Sostav potrebitelskoy korziny v Ukraine (2024) [Composition of the consumer basket in Ukraine]. Retrieved from <https://maanimoua.ru/helpful/sostav-potrebitelskoy-korziny> [in Russian].
27. Stoimost zhizni v Germanii (2023) [Cost of living in Germany]. Retrieved from <https://www.profee.com/ru/articles/stoimost-zhizni-v-germanii-v-2023> [in Russian].
28. Prihodko A. (2023). Konsultatsiya po podatkah v Nimechchini [Tax consultation in Germany]. Retrieved from <https://prihodko.com.ua/poslugy/migracziya-do-yevrovy/nimechchyna/konsultacziya-po-podatkah-v-nimechchyni/> [in Ukrainian].
29. Alekzyk, A. (2024). Shtrafy za perevyshchennia shvydkosti v Nimechchini: aktualna ta povna tablytsia shtrafov na 2024 rik [Speeding fines in Germany: current and complete table of fines for 2024]. *Ukrainska hazeta.DE*, 11.11. Retrieved from <https://ukrainskagazeta.de> [in Ukrainian].
30. Tablytsya shtrafov za porushennya PDR (2021) [Table of fines for traffic violations]. *Kodeks Ukraini pro administrativni pravoporushennya (KUPAP)*. Retrieved from <https://vodiy.ua/dai/penalty/> [in Ukrainian].
31. Veller M. (2012). Um obrechennyih [Mind of the doomed]. Moskva: Astrel, 2012, 320 p. [in Russian].
32. Litskevich O. (2023). U nemtsev vse na bumage. Chto za granitsey vmesto Dii i shkolnyih Viber-chatov – opyt ukrainok. *Liga-net*. 29 maya. Retrieved from <https://tech.liga.net/technology/article/vse-na-bumage-chem-za-granitsey-zamenyayut-diyu-i-shkolnye-viber-chaty-opyt-ukraintsev> [in Russian].
33. Isachenko A. G., Shlyapnikov A. A. (1989). Landshafty [Landscapes]. Moskva: Myisl, 1989, 504 p. [in Russian].
34. Arbeitslosengeld 2 – osnovna pidtrimka bezrobitnih u Nimechchini (2024) [Arbeitslosengeld 2 – basic support for the unemployed in Germany]. Retrieved from <https://europortal.biz.ua/evropa/nimechchyna/roboata/arbeitslosengeld-2.html> [in Ukrainian].
35. Dopomoga bezrobitnim u 2024 rotsi: yaka minimalna suma viplat [Assistance to the unemployed in 2024: what is the minimum amount of payments]. *RBK-Ukrayina*. <https://www.rbc.ua/rus/news/dopomoga-bezrobitnim-2024-rotsi-ka-minimalna-1707919674.html> [in Ukrainian].
36. Mormul M. F., Schitov D. M., Schitov O. M., Rudyanova T. M. (2023). Aspekti bagatokriterialnogo viboru upravlinskih rishen [Aspects of multi-criteria selection of management decisions]. *SWorld Journal*, no. 19, part 1, pp. 64-76 [in Ukrainian].
37. Azizova, M. (2024). Svitovyi reitynh shchastia 2024: khto ocholyv i na yakomu misti Ukraina [World Happiness Ranking 2024: Who is at the top and where is Ukraine?]. *TSN*, 20.03. Retrieved from <https://tsn.ua/svit/svitoviy-reyting-schastya-2024-hto-ocholiv-i-na-yakomu-misci-ukrayina-2539393.html> [in Ukrainian].

