

## Моделювання процесу вибору локалізації інвестиційного проекту: ринковий аспект

*Глинський Н.<sup>1</sup>, Маляр Р.<sup>2</sup>, Іваницький Р.<sup>3</sup>*

Отримано	Затверджено	Секція	УДК
02.06.2022	17.06.2022	Економіка	338.242.2

DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.6832158>

Ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

**Анотація.** Стаття присвячена висвітленню результатів дослідження критеріїв, які стоять за процесом прийняття рішень. Для досягнення таким чином сформульованої мети проведено дослідження на предмет визначення потреби врахування різноманітних факторів впливу, мотивів, способів прийняття рішення. Доведено, що в процесі вибору місця для реалізації інвестиційного проекту проходить порівняння альтернатив його вартості. Визначено, що поступова еволюція економіки та технології змінила і розвинула концепцію факторів розміщення та їх кількості. Ідентифіковано, що розподіл факторів на м'які та жорсткі допомагає тлумачити роль місцевої влади в процесі прийняття рішень інвестором. При цьому показано, що вибір цього місця у найбільш загальній ситуації відбувається на трьох рівнях: визначення регіону розташування, вибір кінцевої кількості місць, остаточний вибір локації.

**Ключові слова:** інвестор, місцева економіка, розташування підприємства, чинники вибору, орган місцевого самоврядування.

---

<sup>1</sup> Назар Глинський, к.е.н., доцент, докторант, НУ «Львівська політехніка», ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4143-1387>

<sup>2</sup> Роман Маляр, заст. директора, ТОВ «Веллер», ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5616-5096>

<sup>3</sup> Роман Іваницький, директор, ТОВ «Автохаус-Львів», ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4192-7959>

## Modeling the process of choosing the localization of an investment project: the market aspect

**Annotation.** The article presents the results of a study of the criteria behind the decision-making process. In order to achieve the goal formulated in this way, a study was conducted to determine the need to take into account various influencing factors, motives, decision-making methods, reasoning and pressure (which can be both conscious and unconscious). It is proven that in the process of choosing the location of the enterprise, there is a comparison of alternatives of its cost, such as land on lease cost, construction and installation works, bringing communications to the land plot, other types of costs, including those not directly related to the production process. Various forms of direct and indirect support from state authorities and local self-governments can also affect the cost of the investment project (in the direction of its reduction). These, as well as other mentioned limitations, form the specificity of decision-making by the investor. It was determined that the gradual evolution of the economy and technology changed and developed the concept of location factors and their number. Currently, the factors that are taken into account by the investor when choosing a location are defined as special economic characteristics of the territory that affect the amount of investment and production costs of localized objects - costs that change along with the change in location. From this follows the conclusion that the location of the enterprise is the most important problem for the recipient, as it also includes investment costs. The choice of location is a rational economic decision that affects further working conditions, costs, and the overall efficiency of enterprises. It has been identified that the division of factors into soft and hard helps to interpret the role of local authorities in the investor's decision-making process. At the same time, it is shown that the choice of this place in the most general situation takes place on three levels: determination of the location region, choice of the final number of places, and final choice of location.

**Keywords:** investor, local economy, location of an economic activity, choice factors, local self-government.

### Вступ

*Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.* Рішення про вибір місця постійного проживання, напрямку туристичної поїздки, території для локалізації інвестицій є ключовими в ринковій парадигмі стратегічного управління місцевим розвитком. Таким чином проходить пошук відповідей на цілий комплекс питань щодо преференцій потенційних туристів при виборі місця поїздки, способів порівняльного аналізу інвесторами та потенційними відвідувачами територій (країн, регіонів, населених пунктів) між собою, визначення чинників, які детермінують перцепцію території. З метою відповіді на ці питання була проведено велика кількість досліджень теоретико-практичного характеру, які дозволили узагальнити інформацію щодо виявлення критеріїв, які стоять за процесом прийняття рішення кожною із сторін: місцевий бізнес/потенційні інвестори, діючі та потенційні мешканці, туристи/приїжджі.

Виявлення критеріїв, що стоять за процесом прийняття рішень, є дуже складним завданням, що передбачає потребу врахування різноманітних факторів впливу, мотивів, способів прийняття рішення, міркування та тиск, який може бути свідомим або несвідомим. Крім того, процес прийняття рішення є тривалим: час між моментом першого інформаційного контакту та потребою прийняття рішення може складати кілька місяців (у випадку вибору місця проживання або туристичної поїздки) або навіть років (у випадку вибору місця реалізації інвестиційного проекту). Адже подібні

рішення характеризуються базовими для складного споживчого вибору характеристиками:

- висока вартість «купівлі»: в незалежності від типу вищезгаданої цільової аудиторії впливу таке рішення у вимірі фінансових можливостей суб'єкта, який його приймає є високозатратним, що обумовлює потребу додаткового пошуку інформації, яка б обґрунтувала правильність зробленого вибору;

- підвищений ризик прийняття неправильного рішення. У випадку помилок, допущених при плануванні інвестиційного проекту (екологічні наслідки, громадський спротив, інфраструктурні обмеження) рішення про релокацію інвестицій є або неможливим, або дуже коштовним. Окрім місцевого бізнесу та потенційних інвесторів, подібний характер ризику можна окреслити також і у випадку інших цільових аудиторій впливу;

- потреба врахування інтересів значної кількості стейкхолдерів. Запланована в рамках інвестиційного проекту господарської діяльності може прямо або опосередковано впливати на різні зацікавлені сторони, такі як місцева громадськість, конкуренти, сусідні територіальні громади органи державної влади та місцевого самоврядування тощо. Таким чином, попередній аналіз ситуації в рамках вибору альтернативного місця повинен до певної міри бути скерований на пошук субоптимального рішення, яке б враховувало інтереси усіх згаданих сторін або принаймні передбачало б відсутність появи критичного рівня незадоволеності з їхнього боку.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* З огляду на складність процесу прийняття рішення споживачем мегатовару території, такий процес підпадає під опис моделі прийняття рішення з переважанням раціональних мотивів купівлі. Хорнер і Сванбрук [1], Крикавський і Чухрай [2], Зосульов та Василенко [3], Котлер та ін. [4] описують кілька моделей такого процесу, які надають узагальнюючі версії взаємозв'язку різних факторів, які впливають на поведінку споживача в процесі здійснення раціонального вибору. Тракуємо такі моделі як спробу ідентифікації можливостей впливу на споживчу поведінку. У своєму принциповому розумінні, вони мають спільну логіку, котра базується на проходженні економічним суб'єктом кількох етапів «відсікання» альтернатив та звуження їх до єдиного оптимального варіанту з подальшим відслідковуванням ефектів від реалізації прийнятого рішення щодо вибору місця розташування інвестицій, інших рішень, притаманних іншим цільовим аудиторіям впливу. Однак, вважаємо, що дана логіка не дозволяє в повній мірі висвітлити процес вибору на підставі багатокритеріальності. Також моделі, запропоновані згаданими науковцями, не містять висновків щодо методів взаємодії/впливу органів місцевого самоврядування у відповідь на запити/потреби потенційних інвесторів в місцеву економіку.

*Формулювання цілей статті.* Виходячи із вищесказаного, метою статті є опрацювання пропозицій щодо удосконалення моделі вибору інвестором місця розташування підприємства та формулювання на її основі чинників впливу на рішення про вибір потенційним інвестором місця локалізації інвестицій.

### **Результати**

В процесі вибору місця для реалізації інвестиційного проекту проходить порівняння альтернатив його вартості, яка включає сукупність витрат, пов'язаних з орендою/купівлею земельної ділянки, будівельно-монтажними роботами, роботами, пов'язаними з підведенням комунікацій до земельної ділянки, іншими видами витрат, в тому числі безпосередньо не пов'язаними з виробничим процесом (рис. 1).



**Рис. 1. Модель вибору інвестором місця розташування підприємства**  
Джерело: власна розробка

На вартість проекту (в сторону його зниження) можуть також впливати різні форми прямої та непрямої підтримки з боку органів державної влади та місцевого самоврядування. Ці, як і інші згадані обмеження, формують специфіку прийняття рішень інвестором: організаційні стосуються внутрішніх процесів координації, узгодження та прийняття рішень; соціальні врахування принципи відповідальності господарюючого суб'єкта перед суспільством, врахування екологічних вимог; виробничі обумовлені можливостями імплементації потенційним інвестором технологічних рішень в межах існуючої інфраструктури, трудових ресурсів, діючих в країні потенційного базування екологічних.

В процесі вибору місця для реалізації інвестиційного проекту проходить порівняння альтернатив його вартості, яка включає сукупність витрат, пов'язаних з орендою/купівлею земельної ділянки, будівельно-монтажними роботами, роботами, пов'язаними з підведенням комунікацій до земельної ділянки, іншими видами витрат, в тому числі безпосередньо не пов'язаними з виробничим процесом. На вартість проекту (в сторону його зниження) можуть також впливати різні форми прямої та непрямої підтримки з боку органів державної влади та місцевого самоврядування. Ці, як і інші згадані обмеження, формують специфіку прийняття рішень інвестором: організаційні стосуються внутрішніх процесів координації, узгодження та прийняття рішень; соціальні врахування принципи відповідальності господарюючого суб'єкта перед суспільством, врахування екологічних вимог; виробничі обумовлені можливостями імплементації потенційним інвестором технологічних рішень в межах

існуючої інфраструктури, трудових ресурсів, діючих в країні потенційного базування екологічних.

Проілюстрований процес прийняття рішення потенційним інвестором щодо вибору місця реалізації інвестиційного проекту передбачає багатокритеріальну оцінку альтернатив. Першим ввів і сформулював поняття вибору місця розташування був німецький дослідник Альфред Вебер [5]. Він також розробив теорію промислової локалізації в епоху, що характеризується розвитком економіки на основі новітніх (на той час) технологій. Його науковий доробок є значним, але найбільш знаною є його робота, яка обґрунтовує поняття Штандорту. Цю роботу слід вважати першим трактатом, що містить основи теорії промислового розміщення. Чинник розташування автор визначає як одну з чітко видимих переваг, які проявляються в господарській діяльності, коли ця діяльність здійснюється в певному населеному пункті чи місцевості. Вигоди означають економію витрат на виробництво.

Однак Вебер виокремлював лише три фактори, які визначають вибір місця розташування виробництва локалізації, а саме: транспортні витрати (вважаючи їх найважливішими), витрати на оплату праці та переваги агломерації, уникнення концентрації виробників і споживачів на певній території. Такий підхід був в значній мірі узагальненням тенденцій розміщення промисловості на рубежі 19-20 століть і в цьому сенсі не може вважатись таким, що пояснює логіку рішення інвестора. Більше того, він відмовляє у праві суб'єктності органам публічної влади (в тому числі – органам місцевого самоврядування), звертаючи увагу виключно на чинники зовнішнього по відношенню до території середовища, не залежні від управлінського впливу на нього в середньостроковій перспективі.

Поступова еволюція економіки та технології змінила і розвинула концепцію факторів розміщення та їх кількості. Нині чинники, які беруться до уваги інвестором при виборі місця розташування визначаються як особливі економічні характеристики території, що впливають на величину інвестиційних та виробничих витрат локалізованих об'єктів – витрати, що змінюються разом зі зміною місця розташування [6]. Звідси випливає висновок, що питання розміщення діяльності є найбільш важливою проблемою для реципієнта, оскільки воно включає також інвестиційні витрати. Вибір місця розташування – це раціональне економічне рішення, яке впливає на подальші умови роботи, витрати та загальну ефективність підприємств.

Зрозуміло, що при аналізі альтернатив місця розташування підприємства різними є критерії вибору в залежності від типу та методу діяльності, а також того, яким характеристикам має відповідати місце, де ми розміщуємо це підприємство, щоб зробити його можливим та економічно ефективним [7]. Таким чином, традиційно кожен територію описують через її конкурентні переваги, такі як:

- цінність ресурсів - тобто можливість отримання умов, необхідних для конкретної діяльності в даному місці. При цьому під цінністю ресурсів розуміємо розширене поняття мегатовару, обґрунтоване у [8]. Таким чином, вважаємо, таке більш широке трактування ресурсу дозволяє, по-перше, більш широко описати критерії так званого «споживчого» вибору, характерні для інвестора та, по-друге, врахувати специфіку слабоурбанізованих територій, які диспонують цілим рядом переваг поза традиційними: трудові ресурси, технічне оснащення, сировина та матеріали, природні ресурси, енергетика;
- близькість ринків збуту попиту - тобто привабливість даного місця з точки зору можливості продажу вироблених товарів, інформації чи наданих послугвикористання, що визначаються кількістю споживачів, їх купівельною спроможністю та фізичною відстанню між споживачами та місцем ведення даної господарської діяльності. Хоча характеристики ринків збуту відіграють

фундаментальну роль у розташуванні різних видів економічної діяльності, на сучасному етапі науково-технічного прогресу вони можуть бути знівельовані. Прикладом в цьому сенсі можуть бути також слабоурбанізовані території в Україні, розташовані на периферії великих міст. Зокрема, Глибоцька селищна територіальна громада Чернівецької області, в якій у якості однієї із пріоритетних галузей місцевої економіки визначено розвиток інформаційно-комунікаційних технологій [9] – галузі, яка не має прямої фізичної прив'язки до території, однак має потенціал генерування цінності синергічного ефекту концентрації на окресленій місцевості.

З наведених вище тверджень випливає, що поняття чинників вибору місця розташування підприємства можна визначити як вимоги до розташування та його конкурентні переваги. З одного боку, існують певні вимоги (потреби), на які слід орієнтуватися місцевій владі при формуванні інвестиційної пропозиції: такого роду вимогам повинні відповідати визначені місця, щоб забезпечити відповідні вигоди інвестора як «споживача» мегатовару території. Також, ці вимоги слід трактувати як необхідний, проте не достатній рівень забезпечення належного рівня конкурентоспроможності інвестиційної пропозиції. З іншого ж боку, згадані чинники вибору – це також характеристики мегатовару території, які трактуємо як сукупність споживчих цінностей, тобто цінностей, якими диспонує конкретне місце для максимального задоволення потреб інвестора. Тому попередній аналіз та подальше формування інвестиційної пропозиції полягає в тому, щоб отримати максимально можливу відповідність її характеристик вимогам, які викають з цих потреб.

Чинники розташування підприємства обумовлюють його вибір на користь тієї чи іншої території. Ці чинники мають характер стимулів активізації господарської діяльності, оскільки обумовлюють і пропонують специфічні конкурентні переваги на певній території. У класичному підході А. Вебером робилась спроба визначення домінуючого чинника розташування, який розглядався б як такий, що обумовлює просторове розміщення виробництва. Однак, в сьогоденні умовах такий підхід бачиться неоправданими, оскільки чинники вибору часто взаємопов'язані. Навпаки – саме комбінація чинників визначає конкурентну позицію території у боротьбі за інвестора. Іншими словами, визначення місця розташування завжди є результатом рішення на основі багатьох критеріїв. Однак не всі вони однаково важливі. Це значною мірою залежить від виду діяльності. Питання спрямованості зусиль місцевої влади щодо залучення в місцеву економіку тих чи інших інвесторів повинно розглядатися індивідуально та адаптуватись в динаміці.

Інтегрований комплекс окремих характеристик, які детермінують конкурентні позиції території розташування піддається змінам як за характером, так і за відносною важливістю. Зміна важливості чинників розташування відбувається з часом і по відношенню до окремих видів економічної діяльності. Розвиток економічних процесів супроводжується появою все нових і нових некласичних чинників вибору оптимального місця розташування підприємства. В сучасних умовах радше варто говорити про універсальні характеристики, важливі для будь-яких видів економічної діяльності, і специфічні – важливі для підприємств індивідуалізованого характеру, характерні для конкретних видів діяльності.

Поступове зростання спеціалізації великих міст на сфері послуг, перенесення окремих видів діяльності поза їхні межі, процеси субурбанізації та дезурбанізації створюють шанси для розвитку слабоурбанізованих територій [10]. Одними із їхніх сильних сторін розглядається суттєво менша концентрація промисловості та сприятливий екологічний стан. Слід зазначити, що сам екологічний стан слабоурбанізованих територій може розглядатись також і як обмеження для

розташування великих виробничих потужностей, які можуть загрожувати порушенням екологічної рівноваги території/субрегіону. Особливо актуальним це обмеження стало із набуттям чинності норми Закону України «Про стратегічну екологічну оцінку», яка зобов'язує проводити незалежний аудит проектів, пов'язаних із внесенням змін у будь-які документи державного планування, в тому числі ті, які стосуються різних видів містобудівної документації [11].

Аналіз залежності між чинниками, що впливають на вибір місця розташування підприємства та його господарською діяльністю призводить до виявлення все більшої кількості різноманітних - не виключно економічних - чинників, які впливають на рішення щодо локалізації бізнесу. Зокрема, в умовах ринкової економіки основну роль відіграють зусилля щодо забезпечення економічної та політичної стабілізації та незмінності та передбачуваності правового режиму, зниження ризику чи локальних конфліктів, суспільне/громадське ставлення до бізнесу. Хоча більшість із перелічених чинників знаходяться поза межами впливу місцевого самоврядування, окремі з них відносяться до макросередовища, проте окремі з них цих мають місцевий рівень формування.

Через велику різноманітність характеристик території, на яких базується вибір місця розташування інвестиційного проекту, їх класифікація базується на різних критеріях. Відповідно до підходу, запропонованого Б. Данилишиним [12], Іщук С.І. [13], Бойченка Е.Б. [14], універсальні чинники вибору утворюють три інтегральні групи: просторово-екологічні, техніко-економічні, соціально-політичні.

Слід підкреслити, що всі зазначені в характеристики розміщення, мають різні виміри покриття: від місцевих до національних, а іноді навіть наднаціональних. Більше того, вони часто просторово диференційовані. З огляду на це, їх можна охарактеризувати такими, що мають прямий (екологічно-просторовий) або непрямий (інші види характеристик) географічну локалізацію.

Попри цю окреслену географічними межами локалізацію, головними суб'єктами, які впливають на формування універсальних характеристик територій, є органи державної влади або міжнародні інституції. Тому для місцевого рівня управління (зокрема – рівня слабоурбанізованих територій) ці характеристики будуть загальними в окреслених національними або регіональними рамками межах. Вважаємо, що до певної міри ці характеристики складають обмежуючі чинники розвитку слабоурбанізованих територій, на які вона, як було сказано, не має прямого впливу, що обмежує їхній вплив на силу та напрям застосування інструментарію формування та реалізації стратегії місцевого розвитку. У випадку України цей вплив оцінюємо як незначний, навіть у випадках, в яких зазначена його обмежена наявність.

Щодо специфічних характеристик, які вирізняють ту чи іншу територію на загальному фоні, вдалими, на нашу думку, підхід запропонували Б. Грабов, Д. Хенкель та Б. Хольбах-Громіг [14] (рисунок 2).

Виокремлення м'яких чинників вибору місця розташування підприємства дозволяє у більш повній мірі висвітлити ситуацію, яка в територіальному маркетингу описується як «купівля мегатовару території». Що також важливо, органи місцевого самоврядування в ній відіграють активну роль, впливаючи прямо чи опосередковано на окремі характеристики, які детермінують конкурентоспроможність території в боротьбі за обмежені інвестиційні ресурси.



**Рис. 2. Специфічні характеристики території, які є складовими мультикритеріального вибору інвестором місця розташування підприємства.**  
Джерело: власна розробка на підставі [14].

Важливо відмітити системність підходу, за якого у якості критеріїв вибору інвестором місця розташування включені характеристики, які не мають прямого впливу на забезпечення ефективності реалізації майбутнього інвестиційного проекту. Проте, з точки зору забезпечення інтегрованості діяльності підприємства в місцеву економіку, його довготривалого успішного існування (яке, окрім всього, потребує взаємовигідних відносин з місцевою спільнотою, місцевою владою, забезпечення гідних умов життєдіяльності для працівників тощо) ці характеристики є також важливими. Більше того, гірші позиції за окремими характеристиками першого ряду (відповідно до підходу поділу, зазначеного вище), можуть бути компенсованими конкурентними перевагами другого ряду. До прикладу, обмежена пропозиція робочої сили, менша транспортна доступність периферійних слабоурбанізованих територій є тими складовими їхньої конкурентної позиції, які не завжди відіграватимуть роль необхідної умови для прийняття ствердого рішення інвестором про розташування підприємства в певному місці за умови, якщо ставлення місцевої влади до бізнесу, репутація території як місця привабливого місця для ведення бізнесу, є позитивною.

Усвідомлення можливості такої часткової субституції слід трактувати для місцевих груп інтересів на слабоурбанізованих територіях як внутрішній потенціал покриття слабших конкурентних позицій за «жорсткими» (першого рівня) характеристиками, які формують конкурентоспроможність цих територій.

Все частіше припускається, що органи місцевого самоврядування не повинні обмежуватися виконанням власних завдань, а повинні брати участь у конкурентній боротьбі за обмежені ресурси розвитку. Місцева влада повинна бути зацікавленою у привабленні інвестицій у місцеву економіку, залученню туристичних потоків, або в широкому розумінні – у економічному розвитку. Територіальні громади, за Бобровською О.Ю. [15], подібно до приватних корпорацій, змагаються між собою за

досягнення кращого положення в економічному циклі. В такому вузькому розумінні суб'єкти управління територіальними громадами повинні використовувати наявні ресурси таким чином, щоб отримати якомога більше інвестицій та робочої сили. І власне з цією метою органи місцевого самоврядування ініціюють та координують здійснюють заходи з економічного розвитку.

Розподіл факторів на дві згадані категорії (м'які та жорсткі), представлений раніше, допомагає тлумачити роль місцевої влади в процесі прийняття рішень інвестором. Співвідносячись з моделлю процесу прийняття рішення ним щодо вибору місця розташування підприємства, вказаною на рисунку 1, варто уточнити, що вибір цього місця у найбільш загальній ситуації відбувається на трьох рівнях:

- визначення регіону розташування;
- вибір кінцевої кількості місць;
- остаточний вибір.

На першому рівні важливу роль відіграють м'які характеристики території, такі як знання інвестора про регіон/країну або досвід інших компаній. Це не означає, що вибір регіону/країни здійснюється лише на основі врахування лише суб'єктивних за змістом м'яких характеристик. На цьому рівні також проводиться аналіз альтернатив на предмет вартості інвестиційного проекту, проходить розрахунок місткості внутрішніх ринків тощо.

Другий рівень, метою якого є вибір кінцевої кількості ймовірних місць розташування з найменшими виробничими витратами, характеризується зниженням значення м'яких факторів. Основну роль у цій фазі відіграють жорсткі фактори.

На третьому рівні, в ситуації, коли вибір зупинено на невеликій кількості місць з порівнюваними витратами, м'які характеристики можуть виявитися єдиними, які ці місця між собою диференціюють. Дуже часто на практиці місце розташування підприємства визначили не низька вартість реалізації проекту в конкретній територіальній громаді, не її вигідне транспортне розташування, а сприятливий громадський клімат, компетенції та працездатність працівників органу місцевого самоврядування чи також можливості дозволля на екологічно чистій місцевості, які ця громада пропонує. Таким чином, ці суб'єктивні за змістом м'які характеристики можуть навіть мати вирішальне значення. В цьому контексті вищесказане, з одного боку, є черговим свідченням важливості застосування ринкового інструментарію для формування та реалізації стратегій розвитку, а з іншого – формує обґрунтування для визначення конкурентних позицій слабоурбанізованих територій у порівнянні із регіональними та, особливо, субрегіональними економічними центрами.

### **Висновки**

Як показують дослідження, у процесі прийняття рішення на першому етапі інвестори вибирають країну/регіон, а потім місце майбутнього розташування. Це стосується приблизно 75% прийнятих рішень. Лише 25% відбору залежить від складання списку територій (без особливої уваги до країни), з яких на завершальному етапі вибрати конкретне місце.

З точки зору інвестора та місцевої влади, також можна класифікувати чинники вибору місця реалізації інвестиційного проекту, а саме їх слід також розглядати через призму важливості для потенційного інвестора. Очевидно, що можна класифікувати за поділом на важливі для інвестора (іноземні) чи ні, та ті, які мають високу під впливом місцевих органів влади. Перелік таких чинників, очевидно, різниться залежно від виду інвестицій, розміру інвестиційного проекту, виду економічної діяльності чи навіть типу інвестора (вітчизняний чи іноземний, місцевий чи зовнішній тощо)

## Список використаних джерел

1. Swarbrooke J., Horner S. *Consumer Behaviour in Tourism*. New York: Routledge., 2020. 500 pp.
2. Крикавський Є.В., Чухрай Н.І. *Промисловий маркетинг*. Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2004. 472 с.
3. Зозульов О., Василенко А. Схема аналізу поведінки споживачів на промисловому ринку / *Маркетинг в Україні*, 2017. № 1, С. 24-31.
4. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн П. *Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы – СПб.: Стокгольмская школа экономики*. 2005. 378 с.
5. Попело О.В. Ретроспектива теоретичних підходів до розміщення продуктивних сил та її вплив на сучасні процеси їх модернізації в Україні / *Проблеми і перспективи економіки та управління*, 2016. № 2(6). С. 218-237.
6. Сухоруков А.І., Харазішвілі Ю.М. *Моделювання та прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів України*. Київ: НІСД. 2012. 368 с.
7. *Територіальний розвиток і регіональна політика. Стимулювання розвитку регіонів на засадах смарт-спеціалізації: бар'єри та механізми імплементації: наукова доповідь / наук. ред. д.е.н., проф. Сторонянська І.З.* Львів: ІРД НАНУ. 2021. 155 с.
8. Глинський Н. Ю., Гірна О. Б., Кобилюх О. Я. *Визначення суб'єктів та об'єктів управління в територіальному маркетингу / Інфраструктура ринку*. 2018. № 17, С. 272-277.
9. *Стратегія сталого розвитку Глибоцької ТГ на 2021-2029 роки / ред. Глинський Н., Одзімек В., Процак О.* URL: <https://hlyboka-gromada.gov.ua/strategiya-stalogo-rozvitku-12-18-10-01-02-2022/> (дата звернення: 04.06.2022).
10. Ключко Т. Сучасні особливості процесів субурбанізації / *Географія*. 2013. №1(61), С. 63-66.
11. *Закон України «Про стратегічну екологічну оцінку» / Відомості Верховної ради*. 2018. №16. С. 138.
12. Семиноженко В. П., Данилишин Б. М. *Новий регіоналізм*. Київ: РВПС. 2005. 368 с.
13. Іщук С.І. *Розміщення продуктивних сил: теорія, методи, практика*. Київ: Європейський університет. 2002. 216 с.
14. Grabow B., Henckel D., Hollbach-Grömig B. *Weiche Standortfaktoren*. Stuttgart: Kohlhammer. 1995. 407 S.
15. Бобровська О.Ю. Корпоративність місцевого самоврядування як інтегральний чинник його розвитку / *Regional and municipal government*. 2016. №3(29), С. 74-85.