

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет магістерської підготовки
Кафедра публічного управління та
менеджменту природоохоронної
діяльності

Магістерська кваліфікаційна робота

на тему: Управління інвестиційною привабливістю регіону_

Виконав студент 2 курсу групи МПУ- 19
спеціальності 281 Публічне управління та
адміністрування

Корой Віталій Вікторович

Керівник к.е.н., доцент

Головіна Олеся Іванівна

Рецензент к.е.н., доцент

Шевчук Ніна Сергіївна

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Магістерської підготовки

Кафедра публічного управління та менеджменту природоохоронної діяльності

Рівень вищої освіти магістр

Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

Павленко О.П.

“ 26 ” жовтня 2020 року

З А В Д А Н Н Я
НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Корой Віталій Вікторович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Управління інвестиційною привабливістю регіону

керівник роботи Головіна Олеся Іванівна, к.е.н, доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “16” жовтня 2020 року № 194-С

2. Строк подання студентом роботи 07 грудня 2020 р.

3. Вихідні дані до роботи матеріали періодичних видань, монографій, нормативно-правові акти, статті фахових збірників наукових робіт, матеріали сайтів Інтернет-мережі

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1. Теоретичні засади формування та розвитку привабливості регіонів, Оцінка привабливості регіонів України на основі мультикомпонентної методики 3. Напрямки активізації маркетингових інструментів формування та розвитку привабливості регіонів

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) Диференціатори привабливості та конкурентоспроможності регіону, Формули для розрахунку інтегральних індексів привабливості для різних цільових аудиторій, Підходи до класифікації методів оцінки привабливості регіону, Часткові показники оцінки інвестиційної привабливості регіону з даних офіційної статистики, Індикатори інвестиційної привабливості регіонів, Базові часткові показники оцінки бізнес-привабливості регіону з даних офіційної статистики, Індикатори бізнесової привабливості регіонів

6. Консультанти розділів роботи

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|--------|---|----------------|------------------|
| | | завдання видав | завдання прийняв |
| | | | |
| | | | |

7. Дата видачі завдання 26 жовтня 2020 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів роботи | Термін виконання етапів роботи | Оцінка виконання етапу | |
|-------|--|--------------------------------|------------------------|-----------------------|
| | | | у % | за 4-х бальною шкалою |
| 1. | Робота з літературними джерелами | 26.10.20-01.11.20 | 90 | відмінно |
| 2. | Робота на розділом 1 Теоретичні основи формування та розвитку привабливості регіонів | 02.11.20-11.11.20 | 90 | відмінно |
| 3. | Робота над розділом 2 Оцінка привабливості регіонів України на основі багатокомпонентної методики | 12.11.20-21.11.20 | 90 | відмінно |
| 4. | Рубіжна атестація | 16.11.20-21.11.20 | 90 | відмінно |
| 5. | Робота над розділом 3 Інструкції по активації маркетингових інструментів формування і розвиток привабливості регіонів | 22.11.20-04.12.20 | 90 | відмінно |
| 6. | Оформлення роботи | 04.12.20-07.12.20 | 90 | відмінно |
| 7. | Здача роботи на кафедрі | 07.12.20 | | |
| 8. | Перевірка на плагіат | 07.12.20-10.12.20 | | |
| | | | | |
| | Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам) | | 90 | відмінно |

Студент _____ Корой В.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Головіна О.І.
(підпис) (прізвище та ініціал)

АНОТАЦІЯ

на магістерську кваліфікаційну роботу на тему:

«Управління інвестиційною привабливістю регіону»

Корой Віталій Вікторович

Актуальність теми. Потреба в гармонійному розвитку регіону, нові цілі та завдання регіонального управління, акцент на диференціацію ідей, потреб і інтересів цільових аудиторій в регіоні (пов'язаних з відвідуванням, проживанням, інвестуванням, веденням бізнесу, навчанням, громадською діяльністю, самоврядуванням). -реалізація і ін.), боротьба за ресурси, фонди і проекти, підвищення мобільності членів між територіальними громадами або зниження ступеня їх «прихильності» до того чи іншого регіону / поселенню, розвиток ініціатив і оновлення компетенцій співробітників регіональної влади визначають актуальність цього підходу.

Метою магістерської роботи є розробка теоретичних і методологічних основ формування і розвитку привабливості регіонів.

У відповідності з цією метою ставляться і вирішуються такі завдання:

- розкрити сутність привабливості регіону та її взаємозв'язок з конкурентоспроможністю регіону;
- розробити підхід до оцінки привабливості регіонів; - провести порівняльну оцінку привабливості регіонів;
- сформуванати систему критеріїв привабливості регіону для економічно орієнтованої і соціально орієнтованої цільової аудиторії;
- провести експертну оцінку привабливості регіону та сформуванати набір критеріїв привабливості для різних цільових аудиторій;
- визначити сутність та розробити підхід до вибору політики формування і розвитку привабливості регіонів.

Об'єктом дослідження є процес формування та розвитку привабливості регіонів.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та прикладні засади формування, розвитку і регулювання привабливості регіонів на основі маркетингового підходу.

Методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою кандидатської дисертації є роботи вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем формування, розвитку і регулювання привабливості регіонів.

Інформаційною базою дослідження стали законодавчі та нормативні акти, статистичні матеріали, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених; електронні ресурси глобальної інформаційної мережі Інтернет; результати експертних оцінок, аналітичних розрахунків автора, виконаних в процесі дослідження.

Магістерська кваліфікаційна робота містить: основна частина – 102 стор.; таблиць –21; рисунків –6; літературних джерел –83.

Ключові слова: привабливість регіонів, конкурентоспроможність регіонів, маркетинговий підхід, цільові аудиторії, методи оцінки привабливості регіонів, критерії оцінки привабливості регіонів, регіональна політика привабливості, маркетингові інструменти підвищення привабливості тощо.

S U M M A R Y

Master's qualification work on the topic:
"Management of investment attractiveness of the region"
Koroi Vitaliy Viktorovich

Actuality of theme. The need for harmonious development of the region, new goals and objectives of regional governance, emphasis on differentiation of ideas, needs and interests of target audiences in the region (related to visiting, living, investing, doing business, studying, community service, self-government). -implementation, etc.), struggle for resources, funds and projects, increasing the mobility of members between territorial communities or reducing their "commitment" to a region / settlement, development of initiatives and renewal of staff competencies, regional authorities determine the relevance of this approach.

The purpose of the master's work is to develop theoretical and methodological foundations for the formation and development of the attractiveness of regions.

In accordance with this purpose, the following tasks are set and solved:

- to reveal the essence of the region's attractiveness and its relationship with the region's competitiveness;
- develop an approach to assessing the attractiveness of regions;
- to conduct a comparative assessment of the attractiveness of the regions;
- to form a system of criteria for the attractiveness of the region for economically oriented and socially oriented target audience;
- to conduct an expert assessment of the attractiveness of the region and to form a set of attractiveness criteria for different target audiences;
- to define the essence and develop an approach to the choice of policy of formation and development of attractiveness of regions.

The object of research is the process of formation and development of attractiveness of regions.

The subject of research is the theoretical, methodological and applied principles of formation, development and regulation of the attractiveness of regions on the basis of a marketing approach.

Research methods. The theoretical and methodological basis of the candidate's dissertation are the works of domestic and foreign scientists on the problems of formation, development and regulation of the attractiveness of regions. Legislation and regulations, statistical materials, scientific works of domestic and foreign scientists became the information base of the research; electronic resources of the global information network Internet; the results of expert evaluations, analytical calculations of the author, performed in the research process.

Master's qualification work contains: the main part - 102 pages; tables –23; drawings -12; literary sources -83.

Key words: regional attraction, regional competitiveness, marketing approach, target audiences, methods of regional attraction assessment, criteria of regional attraction assessment, regional policy of attraction, marketing tools of enhancing regional attraction.

ЗМІСТ

| | |
|--|-----------|
| Вступ | 6 |
| Розділ 1. Теоретичні основи формування та розвитку привабливості регіонів | 9 |
| 1.1. Суть привабливості регіону та її види у взаємозв'язку із конкурентоспроможністю регіону | 9 |
| 1.2. Розробка мультикомпонентної методики оцінки привабливості регіонів | 24 |
| Розділ 2. Оцінка привабливості регіонів України на основі багатокомпонентної методики | 32 |
| 2.1. Порівняльна оцінка привабливості регіонів на основі даних офіційної статистичної інформації | 32 |
| 2.2. Відбір критеріїв привабливості регіону для економічно-орієнтованих та соціально-орієнтованих цільових аудиторій | 43 |
| 2.3. Експертна оцінка привабливості регіонів для різних цільових Аудиторій | 49 |
| 2.4. Відбір критеріїв привабливості регіону для економічно-орієнтованих та соціально-орієнтованих цільових аудиторій | 62 |
| Розділ 3. Інструкції по активації маркетингових інструментів формування і розвиток привабливості регіонів | 67 |
| 3.1. Розробка механізму формування та реалізації регіональної політики привабливості | 67 |
| 3.2. Розробка концептуальної моделі формування політики привабливості регіону | 78 |
| Висновки | 90 |
| Список використаних джерел | 93 |

ВСТУП

Актуальність теми. Потреба в гармонійному розвитку регіону, нові цілі та завдання регіонального управління, акцент на диференціацію ідей, потреб і інтересів цільових аудиторій в регіоні (пов'язаних з відвідуванням, проживанням, інвестуванням, веденням бізнесу, навчанням, громадською діяльністю, самоврядуванням). -реалізація і ін.), боротьба за ресурси, фонди і проекти, підвищення мобільності членів між територіальними громадами або зниження ступеня їх «прихильності» до того чи іншого регіону / поселенню, розвиток ініціатив і оновлення компетенцій співробітників регіональної влади визначають актуальність цього підходу.

Питання привабливості територій (країн, регіонів, міст) активно обговорюються дослідниками, науково-дослідними інститутами, консалтинговими установами, громадськими організаціями, особливо з точки зору її окремих видів: інвестиційна – А. Асаул, І. Бланк, Г. Корепанов, С. Іщук, Л. Петкова, О. Савлук, Т. Уманець, С. Шульц, О. Ястремська; бізнесової – І. Брітченко, С. Нестерова; С.Слава; туристичної – М. Бойко, О. Музиченко-Козловська, З. Герасимчук, І.Глебова, С. Глобова, Є. Дашук, С. Куніцин, ІРД; поселенської та міграційної – І. Вахович, Е. Лібанова, І. Дубінська, М. Романюк, У. Садова, В. Приймак та інші; стейкхолдерської – А. Амоша, О. Грішнова, І. Сторонянська, О. Телетов, І. Юріна. Маркетингові аспекти формування та розвитку привабливості територій розробляють зарубіжні вчені та практики: К. Асплунд, С. Анхольт, Г. Ашворт, Г. Вугд, Д. Візгалов, А. Деффнер, Дж. Джекобс, Ф. Котлер, Т. Метаксас, А. Моррісон, О. Панкрухін, Т. Сачук, Р. Флорида, У. Функе, Ф. Хаббард та ін. Сьогодні до них активно долучаються і українські дослідники: І. Буднікевич, Л. Біловодська, І.Заблудська, О. Коломицева, С. Калашнікова, О. Лащенко, М. Окландера, Д. Райко, Є. Ромат та інші.

Метою магістерської роботи є розробка теоретичних і методологічних основ формування і розвитку привабливості регіонів.

У відповідності з цією метою ставляться і вирішуються такі завдання:

- розкрити сутність привабливості регіону та її взаємозв'язок з конкурентоспроможністю регіону;

- сформувати систему критеріїв привабливості регіону для економічно орієнтованої і соціально орієнтованої цільової аудиторії;
 - провести експертну оцінку привабливості регіону та сформувати набір критеріїв привабливості для різних цільових аудиторій;
 - визначити сутність та розробити підхід до вибору політики формування і розвитку привабливості регіонів;
 - розробити підхід до оцінки привабливості регіонів;
 - провести порівняльну оцінку привабливості регіонів;
- Об'єктом дослідження є процес формування та розвитку привабливості регіонів.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та прикладні засади формування, розвитку і регулювання привабливості регіонів на основі маркетингового підходу.

Методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою кандидатської дисертації є роботи вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем формування, розвитку і регулювання привабливості регіонів.

Інформаційною базою дослідження послужили нормативно-правові акти, статистичні матеріали, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених; електронні ресурси глобальної інформаційної мережі Інтернет; результати експертних оцінок, аналітичних розрахунків автора, виконані в процесі дослідження.

Наукова новизна. В результаті дослідження отримані наступні наукові результати, які характеризуються новизною, а саме: підхід до оцінки привабливості регіонів із застосуванням принципу багатокomпонентної, який, на відміну від інших, включає три взаємопов'язаних і доповнюючих один одного блоку: оцінка привабливості регіону. на основі офіційної статистики; експертні оцінки, засновані на поглядах, думках і висновках учених, представників бізнесу, регіональних і громадських лідерів; спеціальні маркетингові дослідження, напрямку, з яких визначені проблеми і потреби цільових аудиторій, що дозволило отримати

достовірні результати оцінки рівня привабливості регіонів.

Практична значимість отриманих результатів. Знайдено теоретичні підходи та конкретні практичні рекомендації, отримані в ході дослідження.

ВИСНОВКИ

1. На основі проведеного теоретичного аналізу та узагальнення досягнень вітчизняних і зарубіжних дослідників сформований авторський погляд на окремі економічні категорії регіоналізму. Обґрунтовувалася незалежність і взаємопов'язаність економічних категорій «конкурентоспроможність регіону» і «Привабливість регіону». Доведено, що привабливість регіонів доцільно визначати з точки зору маркетингового підходу і розглядати її як сукупність стійких об'єктивних і суб'єктивних уявлень про властивості і особливості, фактори та умови, можливості та обмеження, інструментах і інструментах, які відповідають і задовольняти потреби цільових аудиторій при виборі території для проживання, функціонування або активної діяльності, а також формувати їх лояльність до регіону.

2. Обґрунтовані концептуальні засади використання маркетингового підходу до оцінки привабливості регіону як довгострокової системи управління розвитком регіону, заснованої на клієнтоорієнтованості і партнерство з чітко визначеними цільовими аудиторіями. Додана класифікація типів привабливості регіону за рахунок введення нової ознаки класифікації «за цільовими аудиторіями»: інвестиції, бізнес, поселення, міграція, туризм, стейкхолдер.

3. Розроблено концептуальну модель привабливості регіону, яка сформована на основі методології STP-маркетингу по трикутнику «стратегія - тактика - реалізація» і спрямована на пошук, виявлення та притягнення цільових аудиторій в регіоні шляхом систематичного і послідовного реалізація сегментації, орієнтування, позиціонування і розвитку. на основі стратегічної, тактичної і оперативної маркетингової діяльності в рамках політики регіональної привабливості.

4. Обґрунтовано, що оцінка привабливості регіону повинна ґрунтуватися на принципі багатокомпонентної і включати оцінку привабливості регіону на основі офіційної статистичної інформації, експертних оцінок і спеціальних маркетингових досліджень.

5. Міжрегіональний аналіз привабливості регіонів на основі статистичних даних. інформація дозволила сформувати групові індекси індивідуальних

диференціальних характеристик привабливості для кожної цільової аудиторії і на їх основі розрахувати інтегральні індекси привабливості, що дозволило проводити міжрегіональні порівняння і робити висновки про сильні і слабкі сторони регіонів, виявляти взаємозв'язки між різними типами привабливості. Отримані значення інтегральних показників привабливості для всіх цільових аудиторій дали автору підставу розділити регіони на зони, відповідні градації інтервалів оцінки: високий рівень привабливості, достатній рівень привабливості, прийнятний рівень привабливості і низький рівень привабливості.

6. Експертна оцінка обраних критеріїв привабливості регіону для економічно орієнтованих і соціально орієнтованих цільових аудиторій дозволила сформувати повну картину сприйняття регіону певними цільовими аудиторіями, виявити найбільш значущі особливості диференціації і сформувати пропозиції для цільових політик просування.

7. Сутність і зміст концепції «Політика регіональної привабливості», яка передбачає її спрямованість на залучення уваги певних цільових аудиторій до конкретного регіону, розробку і реалізацію регіональною владою та органами місцевого самоврядування за активної участі членів спільноти. з урахуванням національних, регіональних і місцевих (місцевих) інтересів. З огляду на цілі, особливості, характер, структуру і взаємодію набору інструментів регіональної політики, розглядаються наступні типи політики регіональної привабливості: стимулююча - припускає активні дії по створенню необхідних умов та інститутів, які роблять регіон привабливим для цільової аудиторії; компенсаційна - спрямована на підтримку стабільності інституційного середовища, що породжує чинники привабливості; адаптивний - забезпечує безперервне ситуативне створення умов і вироблення заходів, спрямованих на регулювання привабливості регіону в передкризових, кризових і критичних умовах; протидія - використовує інструменти для зниження привабливості територій для небажаної цільової аудиторії, на стримування об'єктивних процесів розвитку окремих галузей регіональної економіки.

8. Після систематизації та узагальнення зарубіжного досвіду застосування маркетингового підходу до формування та реалізації політики регіональної привабливості стало ясно, що така політика приймає різні форми і види, враховує цільову аудиторію, на яку впливає маркетинг, має комплексний характер. підхід, рання орієнтація, взаємні зв'язки з іншими регіональними стратегіями і програмами.

9. Обґрунтовано, що для вибору інструментів регіонального маркетингу, які можуть мати синергетичний ефект на регіональні механізми та бути реалізовані в політиці соціально-економічного розвитку України, доцільно використовувати адаптовану технологію бенчмаркінгу для визначення успішних практик формування і розвиток регіональної привабливості. Використання запропонованої методології бенчмаркінгу, шляхом аналізу практики і управлінського досвіду найбільш успішних і схожих регіонів, а також з урахуванням обраних об'єктивних і суб'єктивних факторів привабливості дозволить правильно оцінити ситуацію, розробити, адаптувати і впровадити досвід найкраща привабливість регіонів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Artobolevskiy S. S. Regional policy in Europe. London: Jessika Kingsley, 1997. VII. 182 p.
2. Campos N. F., Kinoshita Y. Foreign Direct Investment and Domestic Financial Reform: A Marriage Made in Heaven? // Finance and Development: The International Monetary Fund. 2008. March 24. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.imf.org/external/np/vc/2008/032408.htm>.
3. Dabla-Norris E., Honda J., Lahreche A., Verdier G. FDI Flows to Low-Income Countries: Global Drivers and Growth Implications // Finance and Development: The International Monetary Fund. 2010. June. WP/10/132. 38 p.
4. Dijkstra L., Annoni P., Kozovska K. A new regional competitiveness index: Theory, methods and findings (European Union Regional Policy Working Paper No. 02/2011). Brussels, Belgium: European Commission, 2011.
5. Hatem F. Attractivité du territoire: théories et pratiques, aller-retour, working paper n° 21, Ecole de management de Normandie. 2006.
6. OCDE International Symposium. Enhacing City Attractiveness for the Future. Nagoya Congress Centre, Japan, 2005.
7. Storper M. Book review: the new argonauts: regional advantage in a global economy // Journal of Economic Geography. 2007. № 7(1). P.113–117.
Адамчик Я. Посібник і залучення інвестицій автори: Яцек Адамчик, Мацей Копитек, Войцех Одзімек, Марія Пйонтковска (Jacek Adamczyk, Maciej Kopytek, Wojciech Odzimek, Maria Piątkowska). Підготовлено в рамках проекту «Школа залучення інвестицій для західноукраїнських органів місцевої влади». Електронний ресурс. Режим доступу: <http://cehrin.org.ua/chrin-ngo/wp-content/uploads/2015/11.pdf>
8. Арженовский И. В. Маркетинг регионов. Международный институт экономики, права и менеджмента Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета. Електронний ресурс. Режим доступу: www/marketing.spb.ru.

9. Біловодська О. А., Сигида Л. О. Удосконалення теоретико-методичного підходу до оцінки маркетингової привабливості регіону // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 1. С. 55–66.
10. Бобков А. В., Маркова И. С. Оценка туристской привлекательности природных объектов методом анализа иерархий (программа для ЭВМ) // Успехи современного естествознания. 2010. № 2. С. 92–93.
11. Буднікевич І. Муніципальний маркетинг: теорія, методологія, практика. ІРД НАН України. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2012. 645 с.
12. Буняк Н. М. Формування маркетингової стратегії розвитку регіону та механізми її реалізації: дис. канд. екон. наук: 08.10.01. Л., 2006. 220 с.
13. Вебстер Д., Мюллер Л. Оценка конкурентоспособности городских регионов в развивающихся странах: движение вперед. Всемирный Банк. Департамент Городского Развития, INFUD. Вашингтон, 2000. С. 51–53.
14. Гайдучький А.П. Оцінка інвестиційної привабливості економіки. Електронний ресурс. Режим доступу: http://eip.org.ua/docs/EP_04_4_119_uk.pdf.
15. Где в Украине легче вести бизнес. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://minfin.com.ua/2014/01/03/851928/>.
16. Гельвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровни. Вопросы методологии // Высшее образование в России. 2006. №10. С. 32–40.
17. Гельвановский М., Жуковская В., Трофимова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях. РЭЖ. 2008. № 3. С. 67-77.
18. Герасименко О.Н. К вопросу оценки маркетинговой привлекательности бизнес-территорий // Проблемы современной экономики. 2009. №2 (30). С. 371–376. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=25763>.
19. Герасимчук З. В., Циганюк Н. Є. Логістична рекреаційна система регіонів України: основи формування та розвитку: монографія. Луцьк: СПД Гадяк Ж.В., друк. «Волиньполіграф», 2014. 270 с.

20. Герасимчук З. В., Шевчук І. Б. Регіональна політика розвитку ринків медичних послуг: напрямки формування та реалізації: монографія. Луцьк: Надсти'ря, 2009. 200 с.
21. Гринчель Б.М., Назарова Е.А. Методы оценки конкурентной привлекательности регионов: монография. СПб.: ГУАП, 2014. 244 с.
22. Громадянське суспільство в Україні. Звіт за результатами дослідження. Демократичне врядування, права людини і розвиток громадянського суспільства. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://dhrp.org.ua/uk/publikatsii/1167-20160421-ua-publication>.
23. Дащук Ю.В., Герасимчук З. В. Розвиток рекреаційного потенціалу регіону: теорія і практика: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2014. 260 с.
24. Дейнека О. І. Маркетингове забезпечення економічного розвитку регіону: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка»; НАН України. Ін-т регіон. дослідж. Л., 2008. 20 с.
25. Долішній М. І. Регіональна політика на рубежі ХХ-ХХІ століття: нові пріоритети. К.: Наукова думка, 2006. 512 с.
26. Дружинина А. Инвестиционная привлекательность отрасли региона: понятийный аппарат и методические подходы к оценке // Известия Байкальского государственного университета. 2008. № 5 (61). С. 20–23.
27. Дубинська І. І. Методичні підходи до оцінки ефективності управління трудовими ресурсами регіону // Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки. 2016. Вип. 31(2). С. 55–62. Електронний ресурс. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2016_31%282%29_9.
28. Економіка регіонів у 2015 році: нові реалії і можливості в умовах започаткованих реформ. Аналітична доповідь. К.: НІСД, 2015. 92 с.
29. Інвестиційна привабливість Західного регіону України: монографія / НАН України. Ін-т регіональних досліджень / наук. ред. С. О. Іщук. Львів, 2011. 212 с.
30. Інфраструктура регіонів України. Пріоритети модернізації. Аналітичне дослідження. ГО «Поліський фонд міжнародних та регіональних досліджень», Фонд імені Фрідріха Еберта. Київ, 2017. 108 с.

31. Іщук С. О., Кулініч Т. В. Рейтингова оцінка інвестиційної привабливості областей західного регіону України // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2011. № 698: Проблеми економіки та управління. С. 50–60.
32. Кайнова Т. В. Маркетинг регіону як фактор інноваційного розвитку // Академічний огляд. 2014. № 2 (41). С. 85–90.
33. Калашникова С. В. Подходы и инструменты формирования политики привлекательности региона: на материалах Республики Адыгея: дис. к.е.н., 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: региональная экономика. Майкоп: ФГБОУ ВПО «МГТП», 2012. 175 с.
34. Карий О. І. Стратегічне планування розвитку міста. Вид. 2-ге, переробл. і доп. Львів: ЗУКЦ, 2007. 318 с.
35. Кац И. С. Институциональное управление социальной привлекательностью территории // Актуальные проблемы экономики и управления на предприятиях машиностроения, нефтяной и газовой промышленности в условиях инновационно-ориентированной экономики. Т.1. Пермь, 2014. С. 354–360.
36. Ковальчук С. В., Гвоздецька І. В. Маркетинговий підхід до теоретичного обґрунтування понятійного апарату «інвестиційна привабливість» // Хмельницький національний університет, 2009. С. 81–85.
37. Колективні засоби розміщування в Україні у 2016 році. Статистичний бюллетень. Державна служба статистики України. Київ, 2016. 200 с. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
38. Комаров С. В. Маркетинг территории и инновационное развитие региона // Управление инновационным развитием социально-экономических систем. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2010. С. 218–258.
39. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. М.: Ростинтэр, 1996. 704 с.

40. Кузьменко О. В. Інвестиційний клімат та інвестиційна привабливість регіонів України // Економічний нобелівський вісник. 2015. № 1 (8). С.46–54.
41. Куніцин С. В. Оцінка туристичної привабливості територій та об'єктів природно-рекреаційної сфери // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2011. Вып. 30. С. 155–162. Електронний ресурс. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VzKipu_2011_30_36.
42. Логинова В. А. Современные подходы к оценке конкурентоспособности территориальных экономических систем // Вестник ТОГУ. Экономические науки. 2008. № 2 (9). С.139-152.
43. Мезенцев К. В., Підгрушний Г. П. Привабливість території для проживання людини: методологічні та прикладні аспекти дослідження // Український географічний журнал. 2015. № 1. С. 32–41.
44. Механизмы повышения конкурентоспособности экономики регионов / Смирнов С. Н., Симачев Ю. В., Засимова Л. С., Чулок А. А. Препринт WP1/2005/06. М.: ГУ ВШЭ, 2005. 64 с.
45. Мосиенко Н. Л. Социально-территориальная структура пространства
46. городской агломерации. Новосибирск, 2010. 164 с.
47. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території: монографія. Львів: Новий Світ-2000, 2012. 176 с.
48. Нестерова С.И. Комплексная оценка привлекательности города для бизнеса// Материалы Всероссийской научно-практической конференции / под редакцией С.В. Соловьевой. 2013. С.367–376. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24096806>.
49. Орлова Л. Н. Проблемы оценки инвестиционной привлекательности экономических субъектов на различных уровнях хозяйствования // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». Выпуск 4 (23). июль – август. 2014. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-otsenki-investitsionnoy-privlekatelnosti-ekonomicheskikh-subektov-na-razlichnyh-urovnyah-hozyaystvovaniya>

50. Печенкина А. В. Методические рекомендации по оценке привлекательности региона для субъектов бизнеса. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/314/image/314-152.pdf>.
51. Портер М. Конкуренция / пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. 608 с.
52. Про засади державної регіональної політики: Закон України від 05.02.2015 р. // Офіційний вісник України. № 2015. № 18. С. 470.
53. Про затвердження Методики розроблення, проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації регіональних стратегій розвитку та планів заходів з їх реалізації. Наказ Мінрегіон України від 31.03.2016 № 79. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0632-16>.
54. Проскура Д. В. Теория и методология управления конкурентоспособностью региона : автореф. дис. канд. экон. Москва. 2004. 19 с.
55. Пуряев А. С., Рыбкина Е. А. Инновационная привлекательность как феномен // Инновации. 2007. № 5. С. 48–50.
56. Регіональний розвиток та державна регіональна політика в Україні: стан і перспективи змін у контексті глобальних викликів та європейських стандартів політики: аналіт. звіт / Колін Меддок [та ін.]. Проект ЄС
57. «Підтримка політики регіонального розвитку в Україні». Київ: [б. в.], 2014. 416 с. Електронний ресурс. Режим доступу: http://surdp.eu/uploads/files/Analytical_Report_Main_part_UA.pdf.
58. Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. Електронний ресурс. Режим доступу: https://www.invest-lvivregion.com/UserFiles/File/Rejting_invest.pdf.
59. Савлук О. Оцінка інвестиційної привабливості регіонів України // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2013. № 5 (91). С. 31–44.

63. Сачук Т. В. Территориальный маркетинг. СПб.: Питер, 2009. 368 с.
64. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. К.: Наукова думка, 1970-1980. Т. 8. 840 с.
65. Стан корупції в Україні. Порівняльний аналіз загальнонаціональних досліджень: 2007, 2009, 2011 та 2015/Київський міжнародний інститут соціології. Електронний ресурс. Режим доступу: http://kiis.com.ua/materials/pr/20161602_corruption/Corruption%20in%20Ukraine%202015%20UKR.pdf
66. Статистичний бюлетень «Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах» 2017 / Державна служба статистики України. Київ, 2017. 30 с. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
67. Статистичний бюлетень «Продаж і запаси товарів у торговій мережі підприємств (I том) у 2016 році» / Державна служба статистики України. Київ, 2017. 23 с. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
68. Статистичний збірник «Регіони України» 2016. Ч.1, Ч.2 / за ред. І. М. Жук / Державна служба статистики України. Київ, 2016. 299 с. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
69. Статистичний щорічник України за 2015 рік / за ред. І. М. Жук / Державна служба статистики України. Київ, 2016. 575 с.
70. Таранова Ю. В. Имиджмейкинг региона: схема анализа сайта регионов // Журналистика в 2009 году: Трансформация систем СМИ в современном мире: сб. материалов Международной научно-практической конференции. М., 2010. С. 293–295.
71. Україна у цифрах 2016 р. Статистичний збірник / за ред. І. Є. Вернера / Державна служба статистики України. Київ, 2017. 240 с. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm.

72. Уманець Т. В. Оцінка інвестиційної привабливості регіону за допомогою інтегральних індексів // Економіка і прогнозування. 2006. № 4. С. 133–145.
73. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: ИНФРА-М, 2000. 312 с.
74. Філонич В. С., Правенко Т. О. Чинники та передумови формування конкурентноспроможності регіонів. К.: Наука, 2007. 348 с.
75. Черенков В. И. Эволюция маркетинговой теории и трансформация доминирующей парадигмы маркетинга // Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент. 2004. № 2. С. 3–33.
76. Шевчук А. В. Регіональні освітні системи: теорія, методологія, практика інноваційного розвитку. Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2013. 433 с.
77. Шевчук Я. В. Автотранспортна інфраструктура: теорія і методи сучасних регіональних досліджень: монографія. Ужгород: Вид-во ТзОВ «Ліга-Прес», 2011. 376 с.
78. Щорічна оцінка ділового клімату в Україні. 2016 рік. Результати національного опитування малого та середнього бізнесу. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.usaid.gov/uk/ukraine>.
79. Ястремська О. М. Інвестиційна привабливість регіонів України: наукові праці // Науково-технічний збірник. №75 ДонДТУ. Серія економічна. 2002. № 49. С. 26–34.
80. Офіційний сайт журналу «The Economist». Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.1843magazine.com/>.
81. Офіційний сайт компанії GfK. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.gfk.com/uk-ua/>.
82. Офіційний сайт Проекту «Підтримка політики регіонального розвитку в Україні». Електронний ресурс. Режим доступу: <http://surdp.eu/>.