

УДК 337.574.7

МАРКЕТИНГ МІСТА ЯК ОБ'ЄКТА ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ У ЖКГ

Герасимчук З.В., д.е.н. професор,

Ореховська О.В.

Луцький національний технічний університет

Рассмотрены проблемы оценивания конкурентоспособности города как объекта реализации инвестиционных проектов в ЖКХ. Сформирована методика определения инвестиционного потенциала города из позиций возможного восприятия его рынком капитала. В основу оценки положена методология проблемно-ориентированных оценок. В результате исследований разработаны дифференцированные схемы маркетинга города для повышения его конкурентоспособности в привлечении дополнительных инвестиций в ЖКХ.

The problems estimation of competitiveness of city as object of realization of the investment projects in HMS are considered. The technique of definition of investment potential of city from positions of possible(probable) perception(recognition) by his(its) market of the capital is generated. In a basis of an estimation the methodology of the problem-oriented estimations is fixed. As a result of researches are developed of the circuit of marketing of city for increase of his(its) competitiveness in attraction of the additional investments in HMS.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок із важливими науковими і практичними завданнями. Оцінювання інвестиційного потенціалу міста з позицій можливого сприйняття його ринком капіталу є однією із проблем сучасної теорії та практики інвестиційної діяльності господарства міста.

Аналіз останніх досліджень та публікацій вказаного сегменту наукових досліджень підтверджує необхідність та актуальність розробки ефективних методів оцінювання. Теоретико-методологічним аспектам інвестиційного потенціалу міста присвячено праці відомих українських та зарубіжних учених [1-4], на основі яких можна сформулювати тлумачення категорії „інвестиційний потенціал міста” як максимальну можливість міста у раціональному залученні та ефективному використанні інвестиційних ресурсів із врахуванням особливостей даного міста для активізації інвестиційної діяльності з метою досягнення сталого розвитку міста. Конкурентоспроможність міста у залученні інвестиційних ресурсів, у свою чергу, визначається чинниками функціонування: станом доріг, експлуатацією житлового фонду, водо-, газо-, тепло-, електропостачанням, що впливають на рівень витрат інвесторів та привабливість для проживання споживачів їх товарів та послуг; чинниками перспективності розвитку міста: рівнем економічного розвитку, масштабом міста та його бюджетною підпорядкованістю, що впливають на динаміку інвестицій, можливість створення нових, розвиток існуючих підприємств та інфраструктури, рівень зайнятості та забезпеченості громадян.

Цілі статті. Таким чином, моделювання проблемно орієнтованих оцінок конкурентоспроможності міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів у житлово-комунальному господарстві, стан якого формує інвестиційний імідж міста, потребує додаткових досліджень.

Виклад основного матеріалу. Схема алгоритму оцінки рівня конкурентоспроможності міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ подана на рис. 1.

В основу дослідження проблеми оцінки конкурентоспроможності міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ покладена гіпотеза, згідно з якою на значення результативного показника конкурентоспроможності впливають два фактори у прямопропорційній залежності. Ця залежність відображена у формулі

$$IO_{kon} = IP_{mista} * RIZ_{galyzi} = (1 + f(I_{eroz}, I_{bpid}, I_{vel})) * RIZ_{galyzi}, \quad (1)$$

де IO_{kon} – індекс оцінки конкурентоспроможності міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ;

IP_{mista} – індекс оцінки інвестиційного потенціалу міста;

RIZ_{galyzi} – рівень інвестиційного забезпечення ЖКГ даного міста;

I_{eroz} – індекс оцінки впливу рівня економічного розвитку міста на його інвестиційний потенціал;

I_{bpid} – індекс оцінки впливу бюджетної підпорядкованості міста на його інвестиційний потенціал;

I_{vel} – індекс оцінки впливу величини міста на його інвестиційний потенціал.



Рис. 1. Схема алгоритму оцінки рівня конкурентоспроможності міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ

Дана формула наочно відображає характер взаємодії факторів, які визначають конкурентні можливості міста у залученні суб'єктів інвестиційної діяльності в ЖКГ.

Інвестиційний потенціал міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів в ЖКГ формується під впливом трьох факторів: рівня економічного розвитку, бюджетної підпорядкованості міста та його величини. З урахуванням цього розкриємо особливості джерел формування інвестиційного потенціалу міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів в ЖКГ (див. табл. 1)

Таблиця 1

Особливості формування джерел інвестиційного потенціалу міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів в ЖКГ

Фактор впливу	Особливості формування джерел інвестиційного потенціалу міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів в ЖКГ
1	2
1. Розмір міста	<p><i>Потреби міста в інвестиційному забезпеченні ЖКГ</i> залежать від:</p> <ul style="list-style-type: none"> – кількості та технічного стану об'єктів ЖКГ, протяжності комунальних мереж, – необхідних обсягів надання житлово-комунальних послуг, житлового будівництва, – витрат на управління інвестиційними проектами у ЖКГ міста та обслуговування кредитів. <p><i>Можливості міста в інвестиційному забезпеченні ЖКГ</i> залежать від:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Кількості населення та його структури (віковий склад), рівня мобільності трудових ресурсів, ступеня диференціації доходів населення, що визначає: <ul style="list-style-type: none"> – суму власних коштів підприємств ЖКГ (прибутки через збільшення % платежів за житлово-комунальні послуги). 2. Рівня розвитку ринку житлово-комунальних послуг, що визначає: <ul style="list-style-type: none"> – суму додаткових коштів у підприємств ЖКГ (через вивільнення частини коштів, внаслідок зниження собівартості житлово-комунальних послуг та незмінному розмірі тарифу). 3. Кількості та величини підприємств ЖКГ міста, ефекту масштабу, що визначає: <ul style="list-style-type: none"> – суму позикових та залучених коштів, – суму додаткових коштів підприємств ЖКГ (кошти інших підприємств ЖКГ як реінвестиції у межах даного міста).

Продовження табл. 1

1	2
2. Бюджетна підпорядкованість міста	<p><i>Потреби міста в інвестиційному забезпеченні ЖКГ залежать від:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – об'єму власних, делегованих державою повноважень, – обов'язків органів місцевого самоврядування щодо управління та фінансового забезпечення ЖКГ міста, – витрат на управління інвестиційними проектами у ЖКГ міста. <p><i>Можливості міста в інвестиційному забезпеченні ЖКГ залежать від:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Власних доходів місцевих бюджетів, що визначає: <ul style="list-style-type: none"> – суму бюджетних інвестицій у ЖКГ міста; – 100% плати за землю, податку із власників транспортних засобів, плати за забруднення навколишнього природного середовища, фіксованого сільськогосподарського податку зараховується до бюджетів міст Києва та Севастополя; – 75% плати за землю, податку із власників транспортних засобів, плати за забруднення навколишнього природного середовища, фіксованого сільськогосподарського податку – до бюджетів міст республіканського АРК та обласного значення; – 60% плати за землю, податку із власників транспортних засобів, плати за забруднення навколишнього природного середовища, фіксованого сільськогосподарського податку – для бюджетів міст районного значення. 2. Суми запозичень до місцевих бюджетів (бюджетів розвитку), що визначає: <ul style="list-style-type: none"> – суму бюджетних інвестицій у ЖКГ міста (видатки на обслуговування боргу місцевих бюджетів не можуть перевищувати 10 % видатків від загального фонду відповідного місцевого бюджету (ст. 74 Б.К.)).
3. Рівень економічного розвитку міста	<p><i>Потреби міста в інвестиційному забезпеченні ЖКГ залежать від:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – потужностей комунальних мереж та об'ємах житлового будівництва, – витрат на експлуатацію обладнання ЖКГ міста. <p><i>Можливості міста в інвестиційному забезпеченні ЖКГ залежать від:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Суми ВВП та рівня реальних доходів на душу населення, динаміки зайнятості та рівня безробіття, добробуту та рівня соціального напруження населення, що визначає: <ul style="list-style-type: none"> – суму додаткових коштів підприємств ЖКГ (через різні можливості введення інвестиційної складової у тарифі). 2. Рівня інвестицій у ЖКГ міста, що визначає: <ul style="list-style-type: none"> – суму власних коштів підприємств ЖКГ (надходження від амортизації), – суму додаткових коштів підприємств ЖКГ (надходження від економії енергоресурсів, кількості ремонтів, експлуатаційних витрат на обслуговування модернізованого обладнання, збільшення надходжень від амортизації), – суму позикових та залучених коштів підприємств ЖКГ міста. 3. Рівня мультиплікативного ефекту економічного росту, що визначає: <ul style="list-style-type: none"> – суму додаткових коштів підприємств ЖКГ міста (збільшення прибутків у підприємств ЖКГ через ріст економічної активності, житлового будівництва в даному місті, а як наслідок – збільшення попиту на послуги ЖКГ, збільшення попиту на послуги ЖКГ більш високої якості та розширеної номенклатури).

Внаслідок зіставлення можливостей ЖКГ в акумулюванні інвестиційного забезпечення, враховуючи потенціал ефективного використання інвестиційних ресурсів як додаткове внутрішнє джерело окупності залучених інвестиційних ресурсів, із визначеними у інвестиційних проектах обґрунтованими потребами у інвестиційному забезпеченні господарства міста – ми можемо визначити рівень інвестиційного забезпечення ЖКГ даного міста (RIZ_{galysi}). Індекс рівня інвестиційного забезпечення ЖКГ характеризує інвестиційну привабливість господарства міста.

На другому етапі оцінки конкурентоспроможності міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів в ЖКГ встановлюється ймовірність реалізації інвестиційного потенціалу міста в залежності від його типу.

$$I_{IP_{mista}} = f(I_{eroz}, I_{bpid}, I_{vel}) = \sum (I_{eroz} + I_{bpid} + I_{vel}), \quad (2)$$

$$0 \leq \sum (I_{eroz} + I_{bpid} + I_{vel}) \leq 1,$$

де $I_{IP_{mista}}$ – ймовірність реалізації інвестиційного потенціалу міста.

Значення $I_{IP_{mista}}$ для кожного міста обираються відповідно до впливу I_{eroz} , I_{bpid} , I_{vel} на його інвестиційний потенціал. Рівень даного впливу і визначатиме тип міста. За таких умов нам необхідно визначити ймовірності реалізації інвестиційного потенціалу міста за його типом (див. табл. 2).

Таблиця 2

Визначення ймовірності реалізації інвестиційного потенціалу міста за його типом

Тип міста	Значення факторів, що визначають тип міста (I_{eroz} , I_{bpid} , I_{vel})	Ймовірності реалізації інвестиційного потенціалу міста ($I_{IP_{mista}}$)
1	↑ ↑ ↑	1
2	↓ ↓ ↑	$1-1/3=0,67$
3	↑ ↑ ↓	$1-2/3=0,33$
4	↓ ↓ ↓	0

- ↑ – рівень бюджетної забезпеченості, економічного розвитку та розміру міста вище середнього;
↓ – рівень бюджетної забезпеченості, економічного розвитку та розміру міста нижче середнього.

Визначення ймовірності реалізації інвестиційного потенціалу міста за його типом об'єктивно оцінити можливості міста в формуванні інвестиційного забезпечення його ЖКГ.

На третьому етапі оцінки конкурентоспроможності міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів в ЖКГ проводиться визначення граничних нормативів конкурентоспроможності міста:

$$IO_{kon}^{max} = IP_{mista}^{I,II,III,IV} * RIZ_{galyzi}^{real}, \quad (3)$$

$$IO_{kon}^{min} = IP_{mista}^{I,II,III,IV} * RIZ_{galyzi}^{fakt},$$

$$IO_{kon}^{dod} = IP_{mista}^{I,II,III,IV} * RIZ_{galyzi}^{pot.ef.vukor},$$

де IO_{kon}^{max} – максимальне значення індексу оцінки конкурентоспроможності міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ;

IO_{kon}^{min} – мінімальне значення індексу оцінки конкурентоспроможності міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ;

IO_{kon}^{dod} – значення індексу оцінки конкурентоспроможності міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів в ЖКГ при залученні додаткових суб'єктів інвестиційної діяльності в господарство;

$IP_{mista}^{I,II,III,IV}$ – рівень інвестиційного потенціалу міст першого, другого, третього, четвертого типів;

RIZ_{galyzi}^{real} – максимально-можливий рівень інвестиційного забезпечення ЖКГ із врахуванням реального потенціалу росту внутрішніх джерел окупності залучених інвестицій;

RIZ_{galyzi}^{fakt} – фактичний рівень акумульованого інвестиційного забезпечення в ЖКГ без врахування можливих резервів росту залучених інвестиційних ресурсів господарства;

$RIZ_{galyzi}^{pot.ef.vukor}$ – рівень інвестиційного забезпечення ЖКГ при залученні додаткових інвесторів у господарство понад реальні можливості ЖКГ щодо повернення даних інвестицій.

На четвертому етапі оцінки конкурентоспроможності міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ будуємо матрицю результативних показників оцінки.

**Матриця оцінки конкурентоспроможності міста як об'єкта
для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ***

Значення конкурентоспроможності міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ				
При :	$IP_{miста}^{I,II,III,IV}$			
	Тип міста			
	1-й	2-й	3-й	4-й
IP_{galyzi}^{real}	$2*0,802 = 1,604$	$1,67*1,132 = 1,897$	$1,33*0,719 = 0,956$	$1*0,453 = 0,453$
IP_{galyzi}^{fakt}	$2*0,707 = 1,414$	$1,67*1,002 = 1,673$	$1,33*0,567 = 0,767$	$1*0,377 = 0,377$
$IP_{galyzi}^{pot.ef.vukor}$	$2*0,660 = 1,320$	$1,67*0,860 = 1,436$	$1,33*0,256 = 0,30$	$1*0,111 = 0,111$

* Розрахунки проведено автором для міст Києва (1-й тип), Луцька (2-й тип), Володимир-Волинська (3-й тип), Ківерець (4-й тип).

Значення показника оцінки конкурентоспроможності усіх типів міста є найвищим при максимально можливому рівні інвестиційного забезпечення ЖКГ із врахуванням реального потенціалу ефективного використання інвестиційних ресурсів господарством як додаткового внутрішнього джерела окупності інвестицій.

Рівень конкурентоспроможності міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ значно падає при залученні додаткових суб'єктів інвестиційної діяльності в господарство понад реальні можливості ЖКГ щодо повернення даних інвестицій, що обумовлено недостатністю в господарстві внутрішніх джерел окупності залучених коштів, а отже, перекиданням інвестиційних ризиків на місцевий бюджет та зменшенням інвестиційного потенціалу міста.

На п'ятому етапі оцінки конкурентоспроможності міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ ми формуємо систему маркетингу міста як процесу постійного просування та реалізації інвестиційного потенціалу міста.

Система інвестиційного маркетингу першого типу міста для підвищення його конкурентоспроможності у залученні додаткових суб'єктів інвестиційної діяльності в ЖКГ:

1. Завдання маркетингу міста – підвищення конкурентоспроможності самих підприємств ЖКГ, використовуючи інвестиційний потенціал міста;

2. Позичування міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ вимагає концентрації управлінського ресурсу органів місцевого самоврядування на розвитку таких пріоритетних напрямках інвестиційного забезпечення господарства міста, як: фінансування на консорційних засадах, боргове фінансування (у т.ч. закордонне), оренда – інвестиційні ресурси за якими будуть спрямовані у більш рентабельні та самоокупні напрямки інвестування господарства міста; пільгове фінансування та субсидування – кошти за яким будуть інвестовані у менш рентабельні напрямки інвестування ЖКГ та ті, що потребують дотування.

3. Вибір засобів маркетингу міста:

- створення спільних підприємств на базі ЖКГ та надання інвестиційного податкового кредиту; впровадження досвіду автономного інвестування ЖКГ приватними інвесторами із можливим виділенням самоокупних інвестиційних проектів та проведенням сек'юритизації активів житлово-комунальних підприємств;
- надання додаткових гарантій за проектним фінансуванням ЖКГ із правом часткового регресу при залученні іноземних кредитів;
- розміщення боргових зобов'язань органами місцевого самоврядування, вихід на зовнішній (внутрішній) ринки капіталів для асигнування ЖКГ та залучення інвестицій фінансово-кредитного сектору; підключення інвестиційних, консалтингових компаній до обслуговування своїх кредитних заявок та реалізації серії чи окремих інвестиційних проектів у ЖКГ (залучення та координація зовнішніх виконавців);
- створення муніципальних лізингових компаній, у т.ч. за участю іноземних виробників та лізингодавців ресурсозберігаючих та інноваційних технологій.

Зміцнення інвестиційного потенціалу ЖКГ та зменшення інвестиційних ризиків з метою створення передумов для технічного переоснащення та розвитку інфраструктури ЖКГ міста потребує від органів місцевого самоврядування:

- збереження потенціалу інвестиційних ресурсів ЖКГ міста;

– розробки схем непрямой державної підтримки операцій із фінансування ЖКГ міста за участю міжнародних організацій для покриття інвестиційних ризиків.

За умов високого потенціалу інвестиційних ресурсів ЖКГ та масштабних інвестиційних потреб, що вимагають від органів місцевого самоврядування значного розширення кола суб'єктів інвестування господарства, визначальна роль державної підтримки зберігається лише у гарантуванні (страхуванні) інвестиційних ризиків проектів, програм за участю міжнародних організацій, у т.ч. зарубіжних грантодавачів, меценатів, благодійних фондів (наприклад „Євразія”, „Тасис”, інститут „Открытое общество”).

Система інвестиційного маркетингу другого типу міста для підвищення його конкурентоспроможності у залученні додаткових суб'єктів інвестиційної діяльності в ЖКГ:

1. Завдання маркетингу міста – підвищення конкурентоспроможності міста, використовуючи інвестиційний потенціал ЖКГ даного міста;

2. Позичування міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ вимагає концентрації управлінського ресурсу органів місцевого самоврядування на розвитку таких пріоритетних напрямків інвестиційного забезпечення господарства міста та їх комбінуванні, як: боргове фінансування (у т.ч. закордонне), оренда – інвестиційні ресурси за якими будуть залучені для реалізації більш рентабельних інвестиційних проектів у ЖКГ та самоокупних напрямків інвестування господарства міста; пільгове фінансування та субсидування – кошти за яким будуть інвестовані у менш рентабельні напрямки інвестування ЖКГ та ті, що потребують бюджетної пайової участі.

3. Вибір засобів маркетингу міста:

- надання додаткових гарантій за проектним фінансуванням ЖКГ із правом часткового регресу при залученні банківського кредитування, фінансового лізингу ресурсозберігаючих та інноваційних технологій, у т.ч. іноземного капіталу;
- розміщення боргових зобов'язань органами місцевого самоврядування, вихід на зовнішній (внутрішній) ринки капіталів для пайової участі у змішаному фінансуванні ЖКГ.

Зміцнення інвестиційного потенціалу міста та зменшення інвестиційних ризиків з метою створення передумов для технічного переоснащення та розвитку інфраструктури ЖКГ міста потребує від органів місцевого самоврядування:

- нарощення та збереження потенціалу інвестиційних ресурсів ЖКГ міста;
- розробки схем непрямой та прямої державної підтримки операцій із фінансування ЖКГ міста.

За умов середнього потенціалу інвестиційних ресурсів ЖКГ міст другого типу визначальна роль державної підтримки зберігається не лише у гарантуванні (страхуванні) інвестиційних ризиків боргового фінансування ЖКГ та оренди (особливо за участю міжнародних організацій, зарубіжних грантодавачів, меценатів, благодійних фондів (наприклад „Євразія”, „Тасис”, інститут „Открытое общество”)), а й у прямій фінансовій підтримці цих операцій для нарощення інвестиційного потенціалу господарства міста.

Система інвестиційного маркетингу третього та четвертого типів міст для підвищення їх конкурентоспроможності у залученні додаткових суб'єктів інвестиційної діяльності в ЖКГ:

1. Завдання маркетингу міста – підвищення конкурентоспроможності міста та самих підприємств ЖКГ, використовуючи партнерські взаємовідносини між містами щодо активізації інвестиційної діяльності в господарстві цих міст.

2. Позичування міста як об'єкта для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ вимагає концентрації управлінського ресурсу органів місцевого самоврядування на комбінуванні таких пріоритетних напрямків інвестиційного забезпечення господарства міста, як: боргове фінансування і/чи оренда – інвестиційні ресурси за якими будуть залучені для реалізації більш рентабельних інвестиційних проектів в ЖКГ; пільгове фінансування – кошти за яким будуть інвестовані у менш рентабельні напрямки інвестування ЖКГ та ті, що потребують бюджетної пайової участі.

3. Вибір засобів маркетингу міста:

- створення гарантійних фондів для підтримки проектного фінансуванням ЖКГ даних міст із правом повного регресу при залученні банківського кредитування, фінансового лізингу, у т.ч. іноземного капіталу;
- розвиток концесійної діяльності в ЖКГ даних міст та реалізація угод на виконання робіт із дотуванням витрат місцевими бюджетами;
- пайова участь органів місцевого самоврядування цих міст у змішаному фінансуванні їх ЖКГ для залучення банківського кредитування, у т.ч. іноземних кредитів;
- розробка лізингових механізмів із дотуванням витрат місцевими бюджетами.

Зміцнення інвестиційного потенціалу міст, їх ЖКГ та зменшення інвестиційних ризиків з метою створення передумов для технічного переоснащення та розвитку інфраструктури ЖКГ міста потребує від органів місцевого самоврядування:

- нарощення та збереження потенціалу власних інвестиційних ресурсів ЖКГ міста;
- розробки схем непрямой та прямої державної підтримки операцій із фінансування ЖКГ цих міст.

За умов низького інвестиційного потенціалу цих міст державна підтримка інвестиційної діяльності в ЖКГ орієнтується на створення первинних умов для залучення інвестицій у господарство міст шляхом гарантійної підтримки та часткового дотування інвестиційних витрат за пріоритетними ресурсозберігаючими напрямками інвестиційної діяльності в ЖКГ цих міст для забезпечення мінімальної норми рентабельності інвестицій (особливо за участю міжнародних організацій, зарубіжних грантодавців, меценатів, благодійних фондів (наприклад „Евразия”, „Тасис”, інститут „Открытое общество”)), а також на пайову участь у даних інвестиційних проектах.

Висновки. Розробка такої моделі оцінки конкурентоспроможності міста як об’єкта для реалізації інвестиційних проектів у ЖКГ дозволить нам зміцнити інвестиційний потенціал міста та збільшити обсяги інвестицій шляхом консолідації та активного задіяння усіх джерел фінансування інвестицій, підвищення ефективності їх використання для досягнення стабільного розвитку господарства міста. Як кінцевий результат реформування інвестиційної діяльності в ЖКГ можна розглядати створення ефективно діючої в нових умовах системи мобілізації інвестиційних ресурсів, що потребує концентрації управлінського ресурсу органів місцевого самоврядування та раціональної державної підтримки на розвитку пріоритетних напрямків інвестиційного забезпечення ЖКГ кожного міста.

ЛІТЕРАТУРА

1. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.: Издательство «Бизнес-Книга», 1995.
2. Словники та енциклопедії On-Line <http://dic.academic.ru/>.
3. Панкрухин А.П. Муниципальное управление: маркетинг территории. – М.: Логос, 2002 (<http://www.koism.rags.ru/publ/indiv/25.php>).
4. Маркетинг территории: теория, методика и практика: Материалы международного научно-практического семинара / Е.Г. Анимица, В.П. Иваницкий. – Екатеринбург: Издательство УрГЭУ, 2003.