

### 3. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/71-3-13>

УДК: 332.1; 338.2

**Бойченко Е.Б.**

доктор економічних наук,  
професор кафедри публічного управління та економіки,  
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

**Кобиляцька Л.М.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри публічного управління та економіки,  
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

**Boichenko Elina, Kobyliatska Liudmyla**

V.I. Vernadsky Taurida National University

#### КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТЕРИТОРІЇ

*У статті розглянуто проблеми позиціонування території (країни, регіону, об'єднаних територіальних громад). Визначено сутність позиціонування територій. Доведено, що результатами позиціонування території можна вважати формування економічної, соціальної та аттрактивної привабливості території. Розглянуто сутність економічної привабливості як сукупність результатів фінансово-економічної діяльності господарського комплексу території та її економічного потенціалу. Соціальна привабливість розглядається як процес створення якісного стану умов життєдіяльності соціуму, передусім підвищення рівня його соціального благополуччя. Аттрактивність у контексті формування привабливості території розглядається як симбіоз відповідних побутових (комфортних) умов для життєдіяльності населення та чистого навколишнього середовища, існування сприятливого підприємницького середовища, що забезпечує ефективність підприємницької діяльності та створює підґрунтя для задоволення різноманітних потреб суспільства. Результати позиціонування території розглядаються як нематеріальний актив, який має свою вартість.*

**Ключові слова:** позиціонування території, економічна привабливість, соціальна привабливість, аттрактивна привабливість, ефективність позиціонування.

**Постановка проблеми.** Ефективний процес позиціонування будь-якої території (країни, регіону, об'єднаної територіальної громади) є одним із найважливіших інструментів залучення інвестицій, які, своєю чергою сприятимуть зростанню її економіки, вирішенню соціальних проблем, а також створюють умови для підвищення якості життя населення. Однак ефективні інструменти позиціонування, які б ураховували географічне розташування та рекреаційні умови території, наявний потенціал, культурну, національну та етнічну ідентифікацію, а також її відмінності, досі знаходяться на етапі комплексного дослідження. Про це свідчать низький рівень інвестицій, слабкий розвиток реального сектора економіки території, стрімке падіння життєвого рівня переважної частини населення і, як наслідок, зростання темпів міграції. Отже, форму-

вання інструментарію позиціонування території, який дає змогу визначити її конкурентні переваги, є базовою передумовою забезпечення її економічного розвитку. У сучасній науці відсутні уніфіковані методики оцінки ефективності позиціонування, які дають змогу визначити найбільш пріоритетні заходи з позиціонування території. Отже, актуальним напрямом дослідження стає вдосконалення методики оцінки ефективності заходів із позиціонування території.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемами ідентифікації та позиціонування території (об'єднаних територіальних громад) займаються науковці Інституту економіко-правових досліджень НАН України І.В. Заблудська, Н.О. Васильчук, С.І. Гречана, І.А. Попова, О.В. Перепелюкова, Ю.С. Рогозян, а також учені інших установ. Питанням оцінки ефективності

позиціонування території присвячено цілу низку праць вітчизняних та зарубіжних учених. Серед науковців, які присвятили свої дослідження цій темі, можна назвати значну низку вітчизняних і закордонних авторів, серед яких – Т. Амблер, Д. Кревенс, Ж. Ламбен, Ф. Котлер, П. Дойль та ін.

Однак слід зазначити, що сьогодні відсутня єдина система показників, які використовуються для оцінки ефективності позиціонування будь-якої території. Серед науковців не існує єдиної думки стосовно конкретних форм і методів розрахунку оцінки ефективності позиціонування території.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є обґрунтування концептуальних засад удосконалення оцінки ефективності позиціонування території.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасних умовах господарювання залучення ресурсів для забезпечення позитивного розвитку території відбувається в умовах загострення конкуренції. Для подолання зазначених проблем стає необхідним формування процедури позиціонування території, загальною метою якої можна вважати забезпечення її економічної, соціальної та аттрактивної привабливості.

За результатами проведених досліджень вважаємо, що сутність позиціонування території (країни, регіону, ОТГ) полягатиме в комплексі зусиль, що спрямовані на її адаптацію до вимог цільових сегментів ринку. Важливо зазначити, що під час позиціонування території використовують тільки такі її характеристики, які є важливими, наприклад, для суб'єктів господарювання, інвесторів, мешканців або осіб, які є зацікавленими у цій території і на які вони орієнтуються, здійснюючи свій вибір.

Принципову схему позиціонування території (країни, регіону, ОТГ) представлено на рис. 1.

Розглядаючи результати позиціонування, доцільно навести розуміння її складників. Так, під економічною привабливістю автори розуміють сукупність результатів фінансово-економічної діяльності господарського комплексу території та її економічного потенціалу. Економічний потенціал розглядаємо як «ресурси, джерела, засоби і запаси території, а також механізми (шляхи і форми) їх залучення у господарський оборот у даний час або майбутній період для досягнення конкретних цілей» [1]. До функціонального складу економічного потенціалу включають геополітичний, природний, демографічний (трудоий), виробничий, фінансовий, управлінський та споживацький потенціали.

Економічна привабливість території дає уявлення про економічний розвиток території на засаді об'єктивних і суб'єктивних характеристик, до яких можна віднести: чисельність населення та трудових ресурсів території, обсяг валового регіонального продукту, фінансові результати та рентабельність операційної діяльності підприємств, обсяг промислової продукції, валову продукцію сільського господарства, доходи та видатки місцевих бюджетів, обсяг роздрібного товарообігу та реалізації платних послуг населенню, обсяг капітальних вкладень за рахунок усіх джерел фінансування, обсяг експорту товарів, фінансову стабільність, наявність податкових пільг, очікування економічної активності та ін.

Слід звернути увагу на те, що найважливішим складником економічної привабливості території є її інвестиційна привабливість. Саме вона є визначальною передумовою для забезпечення соціально-економічного розвитку території. Під інвестиційною привабливістю розуміється економічна категорія, що являє собою характеристику об'єктивних і суб'єктивних чинників об'єкта інвестування, котрі характеризуються

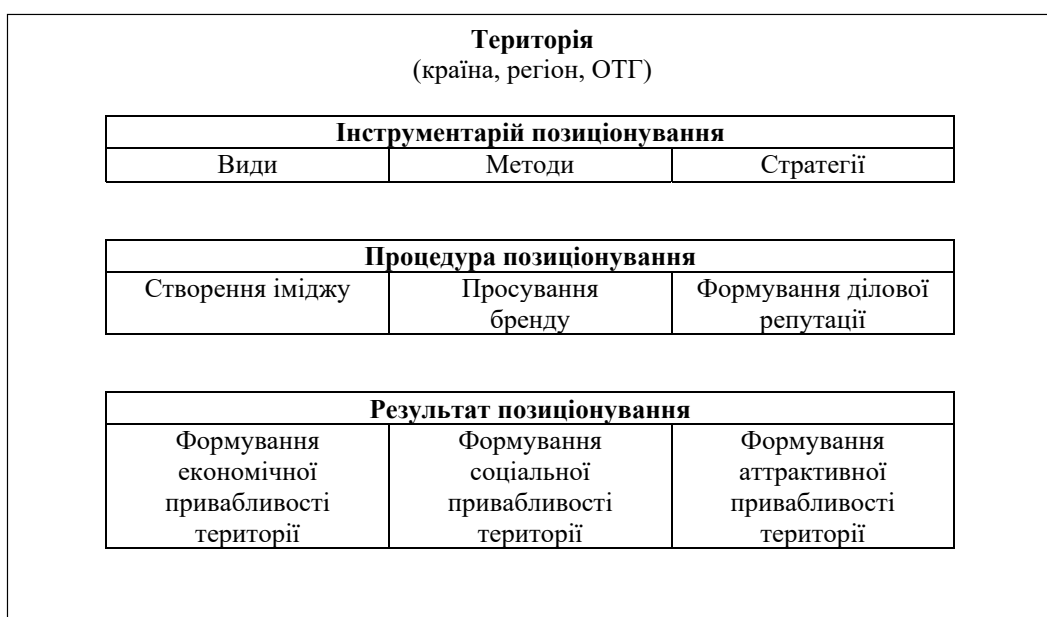


Рис. 1. Принципова схема позиціонування території (країни, регіону, ОТГ)

стійкістю фінансового стану, платоспроможністю, здатністю до саморозвитку та ін., а також це сукупність інвестиційного потенціалу та інвестиційних ризиків.

Визначаючи сутність формування соціальної привабливості території, слід зазначити, що територіальний розвиток доцільно розглядати як процес створення нового, більш високого якісного стану умов життєдіяльності соціуму, передусім підвищення рівня його соціального благополуччя.

В умовах стрімкого розвитку інноваційних технологій відбувається якісна зміна вимог до робочої сили, а отже, зростають роль і місце соціальної сфери, що формує її основні параметри. Традиційно виділяють такі складники соціальної сфери, які забезпечують нормальні умови відтворення життєдіяльності соціуму: «...виробництво і розподіл товарів, послуг та інформації, необхідних для виживання членів суспільства; сприяння простому або розширеному демографічному відтворенню; охорона психофізіологічного середовища соціуму; забезпечення комунікаціями та засобами зв'язку; виховання і навчання дітей; контроль поведінки членів суспільства в аспекті дотримання норм права; забезпечення економічної, соціальної та інших аспектів безпеки суспільства та інше» [2, с. 127].

Соціальна сфера є підсистемою суспільства, де реалізується соціальна політика держави, що спрямована на створення умов для гідного життя, задоволення духовних і матеріальних потреб соціуму, підвищення його добробуту. До головних функцій соціальної сфери можна віднести підвищення якості людського потенціалу та забезпечення відповідних умов для відтворення життєдіяльності соціуму.

Етимологічно слово «аттрактивність» походить від латинського *atrahere* (залучати). Семантика слова доводить, що «аттрактивність – це привабливість ... що викликає якесь притягання, симпатію» [9, с. 43]. Аттрактивність у контексті формування привабливості території доцільно розглядати, з одного боку, як симбіоз відповідних побутових (комфортних) умов для життєдіяльності населення та чистого навколишнього середовища, з іншого – як існування сприятливого підприємницького середовища, що забезпечує ефективність підприємницької діяльності та створює підґрунтя для задоволення різноманітних потреб суспільства.

Економічна, соціальна та аттрактивна привабливість території формується не тільки за допомогою позиціонування, а й економічного розвитку, особливостей соціальних змін й їх тенденцій. Однією з таких технологій є стратегія проривного позиціонування. Суть цієї технології полягає в унікальних характеристиках об'єкта, де лежить співвідношення між сформованим іміджем і залученими у його просування технологічними рішеннями, інноваціями або оригінальними ідеями позиціонування.

В основі реалізації концепції позиціонування території лежить діяльність, спрямована на визначення її унікальних характеристик, які дають змогу залучити додаткові ресурси для їх функціонування та привер-

нення уваги потенційних інвесторів. Привабливість територій за цією концепцією визначається її унікальними характеристиками.

Результативність заходів із позиціонування території (країни, регіону, ОТГ) можна визначити за допомогою відповідних оцінок її ефективності. У сучасній науці поняття «ефективність» розглядається як економічна категорія, яка має самостійну якісну і кількісну характеристики. Зазначимо, що під ефективністю розумітимемо співвідношення між отриманими результатами діяльності і витратами (ресурсами) на отримання цих результатів. Під оцінкою ефективності позиціонування території розглядаємо зіставлення вже понесених витрат із результатами діяльності з процедури позиціонування. Так, важливість удосконалення оцінки ефективності позиціонування території зумовлена, перш за все, соціальним характером цих витрат.

Оцінка ефективності витрат на позиціонування території істотно ускладнена. Це пов'язано з тим, що результати цього процесу (створення іміджу, просування бренду, формування ділової репутації), виражені не стільки в грошовій або вартісній формі, скільки мають нематеріальний ефект. Труднощі оцінки ефективності витрат на позиціонування території виникають за рахунок невизначеності кінцевого результату, який можна передбачити лише приблизно. Таким чином, результати позиціонування території доцільно розглядати як нематеріальний актив, який має свою вартість.

Слід зазначити, що сьогодні відсутня єдина система показників, які використовуються для оцінки ефективності позиціонування будь-якої території. Також не сформувалося серед науковців єдиної думки щодо конкретних форм і методів розрахунку оцінки ефективності.

Як уже наголошувалося, результатами позиціонування території (країни, регіону, ОТГ) є формування економічної, соціальної та аттрактивної привабливості території. Отже, результативність заходів із позиціонування території можна визначити на підставі його трьох основних характеристик: економічної, соціальної та аттрактивної (табл. 1).

На рис. 2 схематично зображено класифікацію методів, що застосовуються для оцінки ефективності позиціонування території.

Суть методу факторного аналізу полягає у складанні укрупнених груп, що складаються з близьких за змістом показників і визначених факторів. Подальша робота ведеться не з кожним показником окремо, а з укрупненою групою – фактором. Так, ефективність визначається за цілим комплексом соціально-економічних і екологічних показників, які змінюються за результатами процедури позиціонування. Одні з них характеризують якість життя населення, інші – рівень економічного розвитку території.

Експертні методи застосовуються, як правило, тоді, коли вибір, обґрунтування й оцінка ефективності не можуть бути виконані за допомогою точних розра-

Типологізація показників ефективності позиціонування території

Вид ефективності	Суть ефективності	Показники ефективності
Економічна ефективність позиціонування	Визначення результативності заходів, що спрямовані на сприяння функціонуванню і розвитку єдиної взаємозалежної на всіх рівнях господарської системи території	Валовий внутрішній продукт на душу населення; галузева структура національної економіки; продуктивність праці; рівень і якість життя населення; показник конкурентоспроможності економіки; рентабельність виробництва; рентабельність продукції; трудомісткість; матеріаломісткість; капіталомісткість; інвестиційна привабливість тощо
Соціальна ефективність позиціонування	Визначення результативності заходів, що спрямовані на підтримку та підвищення рівня й якості життя соціуму, його добробуту	Створення нових робочих місць; житлові умови населення; умови праці робітників; рівень суспільного здоров'я населення; скорочення рівня смертності населення, особливо дитячої та у працездатному віці; освітній та культурний рівень населення тощо
Атрактивна ефективність позиціонування	Визначення результативності заходів	Позитивне сальдо міграції; збільшення чисельності населення за рахунок його природного приросту; підвищення стану суспільного здоров'я; поліпшення якості життя тощо

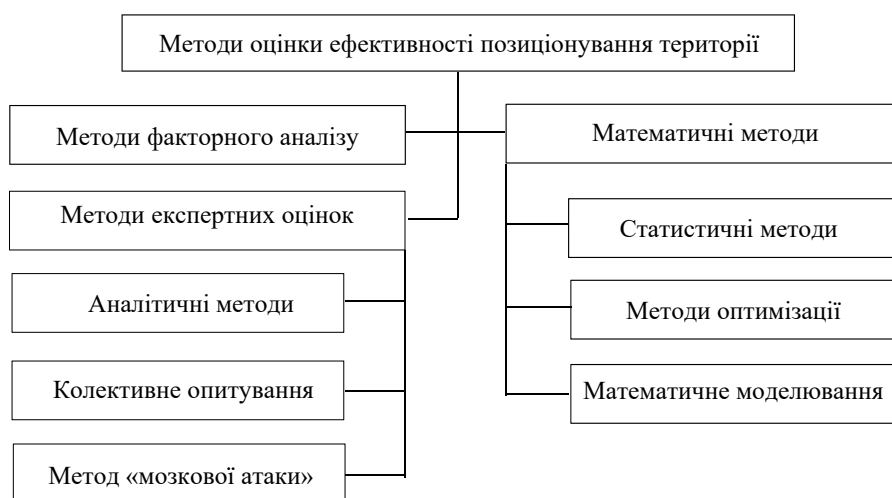


Рис. 2. Класифікація методів оцінки ефективності позиціонування території

хунків. Головною перевагою метода експертних оцінок є відносна простота, а також те, що експерт може користуватися не лише статистичними показниками, а й інформацією, яка носить якісний характер.

Експертні методи засновані як на встановленні кількісних характеристик досліджуваного явища, так і на аргументованих судженнях експертів. Складність даного методу аналізу полягає у суб'єктивності встановлення критеріальних нормативних індикаторів і виваженості ваг за факторами. Описаний метод дає змогу визначити інтегральну оцінку ефективності позиціонування території.

Економіко-математичні та статистичні методи, такі як факторний і кореляційний аналіз, як правило, компонується з іншими методами, наприклад з методом експертних оцінок. Використання економіко-математичних моделей робить трудомістким процес виконання обчислень і в низці випадків ускладнює економічну інтерпретацію отриманих результатів.

Основними серед групи математичних методів можна назвати кореляційний і дисперсійний аналіз, методи оптимізації та математичного моделювання.

Сьогодні вони застосовуються в комплексі з якісними методами. Одним із математичних методів є статистичний, який дає змогу здійснювати математичну обробку інформації, що дає можливість уникнути суб'єктивізму під час аналізу.

Розрахунок інтегральної оцінки ефективності позиціонування території складається з таких етапів: нормування та калібрація показників; визначення їх ваг; розрахунок індексу за кожним блоком показників та інтегрального індексу [3]. Нормування здійснюється за формулою (1) для показників-стимуляторів та за формулою (2) для показників-дестимуляторів:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_{st\ ij}} \text{ ма } z_{ij} = \frac{x_{st\ ij}}{x_{ij}}, \quad (1, 2)$$

де  $z_{ij}$  – нормоване значення  $j$ -го показника у  $i$ -му блоці;  $x_{ij}$  – фактичне значення  $j$ -го показника у  $i$ -му блоці показників;  $x_{st\ ij}$  – стандартне значення  $j$ -го показника у  $i$ -му блоці показників;  $i$  – номер блоку показників ( $i = 1, 2, \dots, n$ );  $j$  – номер показника у  $i$ -му блоці показників ( $j = 1, \dots, i\ k$ ;  $i\ k$  – кількість показників у  $i$ -му блоці показників).

Калібрація нормованих показників здійснюється з метою елімінації впливу процедури нормування на узагальнюючий показник по блоку. Мета калібрації полягає у забезпеченні у середньому рівного представлення нормованих показників в індексі блоку до проведення процедури зважування. Калібрація проводиться у такій послідовності: розраховується структура представлення кожного показника в індексі блоку; розраховується середнє значення показника структури по кожному показнику; розраховується середнє значення показника структури по кожному блоку; розраховуються калібрувальні коефіцієнти для кожного показника; розраховуються відкалібровані значення нормованих показників [4]:

$$b_{ij} = \frac{z_{ij}}{\sum_{j=1}^{k_i} z_{ij}}, \quad \bar{b}_{ij} = \frac{\sum_{j=1}^{k_i} b_{ij}}{k_i},$$

$$\bar{b}_i = \frac{\sum_{j=1}^{k_i} \bar{b}_{ij}}{k_i}, \quad c_{ij} = \frac{\bar{b}_{ij}}{b_{ij}}, \quad z_{ij}^c = z_{ij} \cdot c_{ij},$$

де  $b_{ij}$  – питома вага  $j$ -го нормованого показника у загальному індексі  $i$ -го блоку показників;  $\bar{b}_{ij}$  – середнє значення питомої ваги  $j$ -го нормованого показника у  $i$ -му блоці показників;  $\bar{b}_i$  – середнє значення питомої ваги нормованих показників у  $i$ -му блоці показників;  $c_{ij}$  – калібрувальний коефіцієнт для  $j$ -го показника у  $i$ -му блоці показників;  $z_{ij}^c$  – калібровані нормовані значення  $j$ -го показника у  $i$ -му блоці показників.

Індекс за блоком показників розраховується за формулою:

$$I_i = \sum_{j=1}^{k_i} \bar{w}_{ij} \cdot z_{ij}^c.$$

Інтегральний індекс розраховується як сума індексів по всіх блоках показників:

$$I = \sum_{i=1}^n I_i.$$

Метод проектного ранжирування дає змогу визначити ефективність на підставі інтегральних оцінок за всіма процедурами позиціонування території.

Інтегральна оцінка ефективності за методом проектного ранжирування розраховується за формулою:

$$\delta = \frac{\sum_{i=1}^n a_i \cdot b_i}{\sqrt{\sum_{i=1}^n a_i^2} \cdot \sqrt{\sum_{i=1}^n b_i^2}},$$

де  $a_{ij}$  – оцінка перспективи;  $b_{ij}$  – реальна оцінка.

Ефективність визначається як різниця між реальною та перспективною інтегральною оцінкою:

$$\Delta = \delta_n - \delta_p.$$

Однозначного тлумачення питання співвідношення економічного, соціального й атрактивного складників у змісті категорії ефективності у сучасній науці не

отримали. Очевидним є те, що в економічній ефективності відбивається мета господарюючого суб'єкта, що спрямована на максимізацію результату за мінімуму витрат, у соціальній та атрактивній ефективності переслідуються соціальні цілі.

Можливі ситуації, коли економічні та соціальні цілі сумісні, але серед них можуть виникати суперечності і взаємовиключення.

**Висновки.** За результатами проведених досліджень вважаємо, що сутність позиціонування території (країни, регіону, ОТГ) полягатиме в комплексі зусиль, що спрямовані на її адаптацію до вимог цільових сегментів ринку. Під час позиціонування території використовують тільки такі її характеристики, які є важливими, наприклад, для суб'єктів господарювання, інвесторів, мешканців або осіб, які є зацікавленими у цій території й на які вони орієнтуються, здійснюючи свій вибір.

Зазначено, що під економічною привабливістю території доцільно розуміти сукупність результатів фінансово-економічної діяльності господарського комплексу території та її економічного потенціалу. Економічна привабливість території дає уявлення про економічний розвиток території на засаді об'єктивних і суб'єктивних характеристик. Найважливішим складником економічної привабливості території є її інвестиційна привабливість.

Доведено, що формування соціальної привабливості території доцільно розглядати як процес створення якісного стану умов життєдіяльності соціуму, і перш за все підвищення рівня його соціального благополуччя. Соціальна сфера є підсистемою суспільства, де реалізується соціальна політика держави, що спрямована на створення умов для гідного життя, задоволення духовних і матеріальних потреб соціуму, підвищення його добробуту.

Атрактивність у контексті формування привабливості території розглядається як симбіоз відповідних побутових (комфортних) умов для життєдіяльності населення та чистого навколишнього середовища, існування сприятливого підприємницького середовища, що забезпечує ефективність підприємницької діяльності та створює підґрунтя для задоволення різноманітних потреб суспільства.

Доведено, що результати позиціонування території доцільно розглядати як нематеріальний актив, який має свою вартість. Результативність заходів із позиціонування території можна визначити на підставі його трьох основних характеристик: економічної, соціальної та атрактивної.

Запропоновано підхід до оцінки ефективності позиціонування території, який складається з використання системи показників, що поєднує економічну, соціальну та атрактивну ефективність.

**Список літератури:**

1. Андреев А.В., Борисова Л.М., Плучевская Э.В. Основы региональной экономики. Москва, 2014. 334 с.
2. Лебединская Ю.В. Роль социальной сферы в экономическом развитии территории. *Экономика и управление*. 2013. № 3(100). С. 126–127.
3. Регіональний людський розвиток : статистичний збірник / відп. ред. О.О. Кармазіна. Київ : Держкомстат України, 2018. 72 с.
4. Самохвалов Ю.Я., Науменко Е.М. Экспертное оценивание. Методический аспект. Киев : ДУИК, 2007. 272 с.

**References:**

1. Andreev A.V., Borisova L.M., Pluchevskaya E.V. (2014) *Osnovy regional'noj ekonomiki* [Fundamentals of Regional Economics]. (in Russian)
2. Lebedinskaya Yu.V. (2013) Rol sotsyalnoi sferi v ekonomycheskom razvytyy terrytoryy [The role of the social sphere in the economic development of the territory]. *Ekonomika i upravlenie*, no. 3 (100), pp. 126–127.
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018) *Reghionaljnij ljudsjkyj rozvytok* [Regional human development]. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo.
4. Samohvalov Ju.Ja., Naumenko E.M. (2007) *Jekspertnoe ocenivanie. Metodicheskij aspekt* [Expert evaluation. Methodological aspect]. Kyiv: DUIK. (in Ukrainian)

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИИ

*В статье рассмотрены проблемы позиционирования территории (страны, региона, объединенных территориальных громад). Определена сущность позиционирования территорий. Доказано, что результатом позиционирования территории можно считать формирование экономической, социальной и аттрактивной привлекательности территории. Рассмотрена сущность экономической привлекательности как совокупность результатов финансово-экономической деятельности хозяйственного комплекса территории и ее экономического потенциала. Социальная привлекательность рассматривается как процесс создания качественного состояния условий жизнедеятельности социума, и прежде всего повышение уровня его социального благополучия. Аттрактивность в контексте формирования привлекательности территории рассматривается как симбиоз соответствующих бытовых (комфортных) условий для жизнедеятельности населения и чистой окружающей среды, существование благоприятной предпринимательской среды, что обеспечивает эффективность предпринимательской деятельности и создает основу для удовлетворения разнообразных потребностей общества. Результаты позиционирования территории рассматриваются как нематериальный актив, который имеет свою стоимость.*

**Ключевые слова:** позиционирование территории, экономическая привлекательность, социальная привлекательность, аттрактивная привлекательность, эффективность позиционирования.

## CONCEPTUAL FOUNDATIONS FOR IMPROVING THE ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF TERRITORY POSITIONING

*The article deals with the problems of positioning the Territory (Country, Region, United territorial communities). When positioning a territory, use only such characteristics that are important, for example, for business entities, investors, residents, or persons who are interested in this territory, and which they focus on when making their choice. It is proved that the results of positioning the territory can be considered the formation of economic, social, and attractive attractiveness of the territory. The essence of economic attractiveness as a set of results of financial and economic activity of the economic complex of the territory and its economic potential is considered. Social attractiveness is considered as a process of creating a qualitative state of the living conditions of society, and above all, increasing the level of its social well-being. Attractivity in the context of forming the attractiveness of the territory is considered as a symbiosis of appropriate household (comfortable) conditions for the life of the population and a clean environment, the existence of a favorable business environment that ensures the efficiency of business activities and creates the basis for meeting the various needs of society. The results of positioning a territory are considered as an intangible asset that has its value. The effectiveness of measures for positioning a territory (country, region, ah) can be determined using appropriate assessments of its effectiveness. In modern science, the concept of "efficiency" is considered an economic category that has independent qualitative and quantitative characteristics. Note that efficiency will be understood as the ratio between the results obtained and the costs (resources) for obtaining these results. When evaluating the effectiveness of territory positioning, we consider comparing the costs already incurred with the results of the positioning procedure. Thus, the importance of improving the assessment of the effectiveness of territory positioning is primarily due to the social nature of these costs. Estimating the cost-effectiveness of territory positioning is significantly complicated. This is because the results of this process (image creation, brand promotion, business reputation formation) are expressed not so much in*

*monetary or value-form, but have an intangible effect. Difficulties in estimating the cost-effectiveness of territory positioning arise due to the uncertainty of the final result, which can only be predicted approximately. Thus, it is advisable to consider the results of positioning the territory as an intangible asset that has its value. The article offers an approach to assessing the effectiveness of territory positioning, which consists of using a system of indicators that combines economic, social, and attractive efficiency.*

**Key words:** *territory positioning, economic attractiveness, social attractiveness, attractive attractiveness, positioning efficiency.*