

ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ РЕЛОКАЦІЇ БІЗНЕСУ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

Досліджено особливості релокації бізнесу суб'єктами господарювання в сучасних умовах. Виділено чотири форми релокації бізнесу, а саме: внутрішню, міжнародну часткову і повну, а також виявлено особливості їхньої імплементації компаніями різних рівнів господарювання. Узагальнено теоретичні концепції, які пояснюють причини релокації бізнесу з урахуванням основних факторів і метрик, які можуть використовуватись для оцінювання релевантності обраної моделі релокації. Охарактеризовано спонукальні мотиви до релокації бізнесу шляхом узагальнення їх у контекстні групи. Акцентовано на співвідношенні мотивів і типів релокації з релевантними інвестиційними стратегіями, на основі яких запропоновано узагальнювальну модель "релокація – інвестиційна стратегія". Виділено специфічні особливості релокації бізнесу українськими підприємствами, а саме: визначено й обґрунтовано, що процесам релокації в Україні властиві специфічні мотиви, а сам механізм релокації має концептуальні відмінності від загальнопоширеного у світі.

Ключові слова: релокація, мотиви релокації, модель релокації, інвестиційна стратегія.

ВСТУП. Сучасна світова економіка протягом останніх двох десятиліть характеризується кризовими процесами, високою волатильністю ринків, нестабільністю валютних курсів, зміною парадигми процесів господарювання з введенням цифровізації в усі бізнес-процеси підприємств, застосуванням штучного інтелекту у виробничих процесах, зміні у структурі глобальних ланцюгів вартості. Отже, відбуваються активні зрушення/зміни і в самих стратегіях, моделях організації та ведення бізнесу суб'єктами підприємницької діяльності на всіх рівнях господарювання. Перші прояви таких структурних змін відбулись після глобальної валютно-фінансової кризи 2008–2009 рр., але тоді вони торкнулись переважно транснаціональних компаній фінансового сектору: змінились не тільки пріоритети в інвестиційних стратегіях ведення діяльності компаніями (перевага надавалась стратегіям злиттів і поглинань), а й у забезпеченні регулятивного середовища для всіх гравців фінансових та інвестиційних ринків, як, власне, і в регулюванні процесів на самих ринках (змінились вимоги до ведення банківської діяльності, відображені у впровадженні нових стандартів Базель III, визначення меж відповідальності та визначення каральних норм за її порушення з боку учасників глобальної фінансової системи тощо).

Наступним етапом у зміні стратегічних векторів господарювання компаніями стала боргова криза 2009–2010 рр. у країнах ЄС, яка торкнулась переважно ТНК виробничого сектору. Результатом цих подій став (а) перехід від офшорингової виробничої моделі до оншорингової та (б) рещоринг компаній усередині ЄС на основі стратегій релокації бізнесу [1–4]. Такі стратегії виявились вкрай ефективними, адже дозволили не тільки вижити на ринку стагнующим підприємствам, а й підвищити ефективність їхньої діяльності в цілому. Окрім того, такі стратегічні рішення призвели як до посилення конкурентних позицій цілих галузей економіки ЄС, так і до зміни/посилення їхньої міжнародної спеціалізації. До речі, подібні процеси були притаманні й економіці США, коли іноземні й американські компанії посилювали свої позиції, укріплювали свої виробничі потужності, використовуючи стратегії внутрішньоринкового реінвестування [5].

Ще одним періодом у зміні стратегій господарювання компаній стала війна росії проти України, яка торкнулась діяльності всіх без винятку суб'єктів господарювання – як великих ТНК, так і представників МСБ. Проте в цій ситуації можемо спостерігати два варіанти стратегічної пове-

дінки компаній: по-перше, це вихід великих ТНК з ринку країни-агресора на основі інвестиційних екзит-стратегій (головним мотивом таких стратегій став саме репутаційний фактор) і, по-друге, це релокація бізнесу українськими компаніями як усередині України, так і за її межі (основними причинами таких процесів є економічна, фізична та безпекова неможливість працювати на тимчасово окупованих територіях або територіях, де велись активні бойові дії та знищено інфраструктуру при одночасному бажанні продовжувати підприємницьку діяльність) [6].

Очевидно, що всі окреслені процеси вже вплинули на стратегічні моделі ведення діяльності суб'єктами господарювання та призвели до зміни у векторах інвестиційних стратегій, покликаних забезпечити реалізацію стратегічних рішень компаній.

Метою нашого дослідження є узагальнення видів стратегій релокації бізнесу, виявлення спонукальних причин та обґрунтування імплементації релевантної інвестиційної стратегії для релокації бізнесу.

ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ. Питанням комплексного дослідження релокації бізнесу присвячено незначну кількість праць як у вітчизняній, так і в зарубіжній науці, оскільки це явище відносно нове і пов'язане насамперед із практичними аспектами діяльності компаній, тобто в цьому випадку практика господарювання випереджає появу обґрунтованих, доведених теоретичних концепцій. Частина досліджених публікацій розкриває або окремі питання мотивації та причин релокації бізнесу [3, 4, 7–14], або механізми релокації на окремих регіональних ринках [2, 15–18]. У вітчизняній практиці питання вивчення стратегій релокації бізнесу актуалізувались лише з початком вторгнення росії на територію України та набули широкої підтримки протягом останнього року за рахунок розроблення та впровадження державних і міжнародних програм підтримки українського бізнесу [19–24].

Щодо інвестиційних аспектів релокації бізнесу, зокрема питань вибору релевантної інвестиційної стратегії до обраної моделі релокації, то вони залишаються поза увагою науки. А на наше переконання, саме ці питання мають один із вирішальних впливів на рішення про релокацію бізнесу, її ефективність і вибір подальшої моделі організації та ведення господарської діяльності суб'єктами підприємництва.

МЕТОДОЛОГІЯ. В основу представленого дослідження покладено методи наукового контент-аналізу (у частині дослідження концептуальних основ, форм, моти-

вів та факторів релокації бізнесу), узагальнення (у процесі визначенні спонукальних мотивів до релокації), синтезу (аналізуючи інвестиційні стратегії, доступні у процесі релокації для суб'єктів господарювання) та логіко-аналітичний (під час побудови моделі "релокація–інвестиційна стратегія").

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ. Як було вже зазначено, поняття релокації недостатньо широко досліджене. Сам термін "релокація" трактують як фізичне переміщення працюючого бізнесу з однієї території на іншу [25]. При цьому йдеться як про переміщення офісних приміщень, працівників, виробничих/логістичних/транспортних потужностей у розрізі окремих департаментів, так і підприємства цілком. Більшість досліджень розрізняють дві форми релокації: 1) повну релокація, тобто комплексне переміщення всього підприємства з однієї локації на іншу; 2) часткову релокацію, за якої відбувається створення нового підприємства шляхом поєднання діючого локального підприємства та переміщеного [26].

Перша форма притаманна невеликим компаніям, які ведуть локалізовану діяльність (тобто їхні виробничі потужності, офісні фасиліти географічно концентруються переважно на одному ринку). За такої релокації компанії переміщують свій бізнес у територіально близькі місця, наприклад, з кращою інфраструктурою, аби зберегти своїх працівників та постачальників [27].

Друга форма характерна для великих підприємств і транснаціональних компаній, які прагнуть географічної диверсифікації виробництва, використовуючи переваги розташування і локалізації (localization advantages) [28]. При цьому релокація не завжди стосується всього виробничого/логістичного процесу: часто вона стосується тільки окремого ланцюжка виробничого процесу на окремому географічному ринку та реалізується через різні типи угод між філіями або підприємствами-партнерами на локальному ринку [29].

Окрім того, можемо виокремити внутрішню релокацію – переміщення підприємств у межах однієї країни та міжнародну, коли підприємство релокується закордон з

метою збереження/продовження своєї діяльності, спричиненою негативними політичними факторами (часто такі підприємства після певного періоду часу знову повертаються на території постійної дислокації).

Науково обґрунтованими є три категорії факторів, які впливають на релокацію: 1) внутрішні фактори (напр., розмір компанії); 2) зовнішні фактори (напр., розмір ринку); 3) фактори розташування (напр., географічний регіон) [30, 31].

Таким чином, теоретичним підґрунтям релокації є врахування мотивів переміщення компанії з території її розташування. Відповідно, при аналізі процесу релокації найбільш актуальним є застосування деяких постулатів неокласичної, біхевіоральної та інституційних теорій локації [32, 33].

Неокласична теорія локації фокусується на постулаті, що спонукальним мотивом релокації для підприємства є максимізація прибутку на основі вибору оптимального місця розташування (по-суті, географічна диверсифікація діяльності). Факторами, що впливають на модель переміщення, вважають транспортні витрати, вартість робочої сили та розмір ринку [34].

Біхевіоральна теорія локації розглядає компанії як суб'єкти, що працюють в умовах недостатньої/обмеженої інформації, а метою їхньої діяльності є радше інші ефекти (sub-optimal outcomes), ніж максимізація прибутку. Ця концепція бере до уваги внутрішні фактори (у т. ч., розмір компанії, її життєвий цикл), які важливі в процесі вироблення та прийняття управлінських рішень, тобто до уваги беруться управлінські фактори та моделі управління, які саме і приводять до вибору місця розташування [33].

Інституційна теорія локації, у свою чергу, базується на припущенні, що економічна/підприємницька діяльність є соціально та інституційно залежною: вона зазнає значно більшого впливу соціо-культурних інституцій та існуючих у країнах систем цінностей, ніж поведінкових факторів [35]. Узагальнення проаналізованих теоретичних концепцій локації бізнесу, спонукальних факторів та вимірювальних метрик продемонстровано в табл. 1.

Таблиця 1. Співвідношення теоретичних концепцій локації бізнесу та спонукальних факторів

Теоретична концепція	Ключові фактори	Метрика
Неокласична теорія	Ринкова ситуація (ринкові фактори) /фактори розташування/	– розмір ринку – країна розташування – розмір компанії – вік компанії – життєвий цикл компанії – розвиток компанії (позитивний / негативний, злиття, поглинання, партнерство тощо)
Біхевіоральна теорія	Інформація/можливості /внутрішні фактори/	
Інституційна теорія	Мережа /зовнішні фактори/	

Джерело: складено авторами за [18].

Зауважимо на важливості виявлення спонукальних мотивів релокації бізнесу для компаній. Проаналізовані джерела [10–14, 17, 18] дають можливість виокремити деякі основні серед них.

По-перше, це стратегічні мотиви, зокрема, експансія та зростання: коли діяльність підприємства розвивається швидкими темпами, зростає і саме підприємство, а місце розташування не задовольняє ні виробничі, ні офісні потреби (мотив характерний для невеликих підприємств), або коли підприємство масштабує свою діяльність, а його місце розташування на локальному ринку не задовольняє стратегічні цілі, наприклад, не розвинуна інфраструктура, територіальна дальність від суміжних ринків, які підприємство планує обслуговувати тощо (характерна для ТНК). Також, до цього можемо додати і перенасиченість певного ринку компаніями-конкурентами та їхню агресивну поведінку, високу

концентрацію на ринку розташування підприємства бізнес-одиниць. Так само і зворотний аспект – зниження ділової активності в регіоні локації підприємства є спонукальним мотивом до переміщення свого бізнесу в більш сприятливе середовище.

По-друге, витратні мотиви: висока вартість орендних або комунальних платежів, транспортні витрати, логістичні витрати, вартість ресурсів/факторів виробництва тощо.

По-третє, ресурсні мотиви, до яких зараховуємо і робочу силу (напр., наявність у певному регіоні робочої сили необхідної кваліфікації або необхідного обсягу працівників), і сировину (наявність необхідних сировинних ресурсів, близькість розташування до виробничих потужностей підприємства), і капітал (доступ до регіонів з обсягами та видами інвестиційних ресурсів, які здатні повною мірою забезпечити фінансові потреби).

По-четверте, екологічні мотиви: тут можна говорити як про релокацію на ринки з ліберальними екологічними нормами, так і через запровадження уніфікованого екологічного регулювання на декількох ринках одночасно (напр., Доктрина ЄС 2050 [36], яка передбачає перехід до виробництва із нульовим рівнем викидів CO₂).

По-п'яте, ринкові мотиви, як: рівень та обсяги платоспроможного попиту, наявна пропозиція, цінова політика, обсяги продажів, рівень зайнятості в регіоні, макроекономічні показники, податкові ставки тощо.

По-шосте, інноваційні мотиви: часто підприємства здійснюють релокацію до регіонів, де можна отримати вільний доступ до технологій, або навпаки, де можна надійно захистити свої технологічні новації патентами; також можливість територіально близького розташування до технологічних та інноваційних парків, бізнес-інкубаторів та акселераторів є додатковим стимулом для релокації бізнесу.

По-сьоме, соціальні мотиви, які є досить специфічною групою і їхній вплив часто недооцінений: адже вони проявляються через вплив соціуму не тільки на діяльність підприємства, а й визначають його позиції і напрямки руху на конкретному регіональному ринку та прямо впливають на показники його доходності. Такими мотивами вважаємо репутаційні фактори, тип культурного середовища, у якому діє підприємство, домінуючу релігію, прийняту внутрішньокорпоративну культуру та етику, стратегію соціальної корпоративної відповідальності, наявність і впровадження стратегії сталого розвитку та ставлення споживачів локального ринку до окремого товару або до компанії в цілому.

Іще два новітні мотиви, які спонукають підприємства до релокації, – це процеси агломерації [15, 17, 18] та військові конфлікти. Зокрема, війна росії проти України є яскравим тому підтвердженням. Варто зауважити, що самі і моделі, і мотиви релокації бізнесу в Україні відрізняються від виокремлених нами вище, тому релокація здійснюється на основі офіційної підтримки з боку держави та міжнародних організацій шляхом приватно-державного партнерства, коли з боку держави відбувається (1) інституційне забезпечення процесу релокації (вивчаються регіони, які спроможні найбільш ефективно прийняти підприємства, відбувається оцінювання їхньої виробничої/логістичної ємності, забезпеченість робочою силою, житлом, офісними приміщеннями, технічна якість/спроможність комунікацій, спроможність регіонів розміщувати бізнес, інфраструктура тощо); (2) інформаційна підтримка (розроблені покрокові інструкції з релокації, буклети, проспекти, інформаційні сервіси) та

(3) фінансова підтримка (зокрема, через програми державної грантової підтримки МСБ [37]).

Мотивами, іншими від узагальнених нами, є бажання надалі продовжити підприємницьку діяльність, підтримати економіку України (зокрема, через сплачені податки, створені робочі місця, ВВП) та можливість фінансової допомоги військовим [6, 24, 38].

Очевидними перевагами від релокації в Україні є

- можливість продовжити здійснювати підприємницьку діяльність/зберегти бізнес;
- додаткові надходження в бюджети територіальних громад;
- можливість спрямувати/сконцентрувати підприємців у менш розвинутих регіонах;
- зменшення рівня безробіття в регіоні;
- зниження відтоку робочої сили у прикордонних територіях;
- операційні переваги (управлінські новації, технологічні інновації тощо), які приходять з ТНК.

Релокація в умовах сьогодення може призвести і до суттєвого негативного ефекту – створити нерівномірний економічний і соціальний розвиток українських територій.

Іншим важливим аспектом, який є невід'ємною частиною релокації, є необхідність вибору релевантної інвестиційної стратегії з урахуванням сучасних спонукальних мотивів. Очевидно, що саме інвестиційні стратегії та рішення будуть тим основним інструментом, який і забезпечить реалізацію релокації. З одного боку, інвестиційна стратегія є "обслуговуючим" інструментом, який дозволяє компанії реалізувати її діяльність та генеральну/глобальну стратегію, а з іншого, – є тим головним механізмом, який використовують підприємства, зокрема і ТНК, для побудови своєї глобальної діяльності та досягнення стратегічних цілей на міжнародних ринках. Тому вибір типу інвестиційної стратегії прямо залежить від деяких об'єктивних факторів, як то: життєвий цикл підприємства, його розмір та масштаби діяльності, інвестиційний потенціал, генеральна стратегія, позиція власників/стейкхолдерів. Більше того, при виборі того чи іншого типу інвестиційної стратегії, будь-яке підприємство має відповісти на ряд важливих запитань саме через призму інвестиційної діяльності [39].

Вивчивши теорії локації бізнесу та екстраполюючи їх на спонукальні мотиви релокації, можемо запропонувати авторську модель "релокація – інвестиційна стратегія", яку доцільно використовувати у практиці господарювання українським підприємствам при здійсненні релокації (рис. 1).

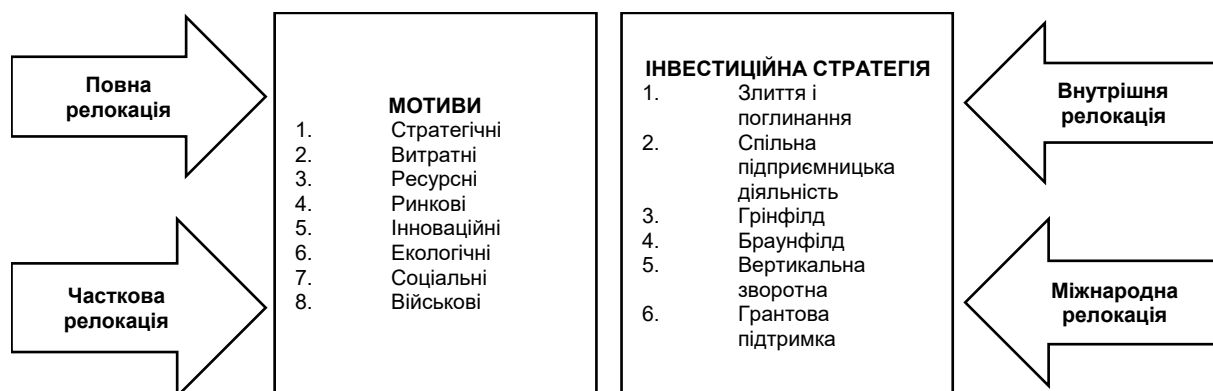


Рис. 1. Модель "релокація – інвестиційна стратегія"

Джерело: власна розробка авторів.

31. Van Dijk J., Pellenberg P.H. Firm Relocation Decision in the Netherlands: an Ordered Logit Approach // *Papers in Regional Sci.*, 2000. № 79. P. 191–219.
32. Machlup F. Theories of the Firm: Marginalist, Behavioural, Managerial // *American Economic Rev.*, 1976. № 57. P. 1–33.
33. Hayter R. The Dynamics of Industrial Location // *The Factory, the Firm and the Production System*, 1997. New York : Wiley.
34. Krugman P. Development, Economic Geography and Economic Theory // MIT Press, 1995. Cambridge, MA.
35. Thrift N., Olds K. Refiguring the Economic in Economic Geography // *Progress in Human Geography*, 1996. № 20. P. 311–337.
36. European Commission // European Climate Law. URL: https://climate.ec.europa.eu/eu-action/european-green-deal/european-climate-law_en (accessed 20.03.2023).
37. Грант на власну справу // Дія. URL: <https://diia.gov.ua/services/grant-na-vlasnu-spravu> (дата звернення: 03.04.2023).

38. Індекс настроїв малого бізнесу // ЕБА, 2022. URL: <https://eba.com.ua/index-nastroiv-malogo-biznesu/> (дата звернення: 13.03.2023).
39. Булкот О. Міжнародні інвестиційні стратегії транснаціональних корпорацій // *Бізнес-навігатор: наук.-вироб. журн.*, 2019. Вип. 4. № 53. С. 16–21.

Received: 12/01/2023
1st Revision: 02/02/2023
Accepted: 26/03/2023

Author's declaration on the sources of funding of research presented in the scientific article or of the preparation of the scientific article: budget of university's scientific project.

A. Ignatyuk, Dr. Sci. (Econ.), Prof.
ORCID ID: 0000-0002-9103-6943,
O. Bulkot, PhD (Econ.), Associate Prof.
ORCID ID: 0000-0002-6311-1459
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

INVESTMENT ASPECTS OF BUSINESS RELOCATION: CONCEPTUAL BASICS AND FEATURES OF IMPLEMENTATION IN UKRAINE

The article is devoted to the study of the peculiarities of business relocation by economic entities in modern conditions. Four forms of business relocation are identified, namely: domestic, international partial, and full, and the peculiarities of their implementation by companies of different sizes are revealed. Theoretical concepts namely neoclassical, behavioral, and institutional localization theories that explain the reasons for business relocation are summarized. Authors provide the key factors consolidating with named theories: internal, external factors, and market/location factors. As well metrics that can be used to assess the relevance of the selected relocation model are given. The authors characterized the motivations for business relocation by summarizing them into seven contextual groups. Also, the new motivations as agglomeration and war conflicts are proposed to be considered. The article emphasizes the correlation of motives and types of relocation with relevant investment strategies, on the basis of which the authors proposed a generalized model "Relocation – Investment Strategy" that could be implemented by companies of any size. It is substantiated that TNCs prefer international full relocation, while in the activities of SMEs dominate internal partial relocation. At the same time, the motives for relocation, as well as the investment strategies that ensure its physical implementation, are the same both for TNCs and SMEs. Also, the specific features of business relocation by Ukrainian enterprises are highlighted: it is determined and substantiated that relocation processes in Ukraine are characterized by specific motives, and the relocation model itself has conceptual differences from the one common in the world economy: there is used the state-private partnership model, grant and informational support both by governments and international organizations.

Keywords: relocation, relocation motives, relocation model, investment strategy.

References (in Latin): Translation / Transliteration / Transcription

1. Smolii, L., Osipova, A., & Kostyuk, V. (2021). Tendentsii transformatsii mizhnarodnoho biznesu pid vplyvom hlobalizatsii. *Ekonomika ta suspilstvo*, (31). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-6>.
2. Kapitsinis, N. (2017) Firm Mobility in the Conditions of the 2007 Global Economic Crisis. Firm Relocation from Greece to Bulgaria and its Impact on Business Performance (In Greek). *European Planning Studies* Vol. 25. Issue 4. DOI: 10.1080/09654313.2017.1288703.
3. Kinkel, S. Maloca, S. (2009) Drivers and Antecedents of Manufacturing Offshoring and Back-Shoring—a German Perspective. *Journal of Purchasing Supply Management* 15(3):154–165.
4. Kinkel, S. (2012) Trends in Production Relocation and Backshoring Activities. Changing Patterns in the Course of the Global Economic Crisis. *International Journal of Operating and Product Management* 32(6):696–720.
5. Toyota Solidifies its Substantial and Growing Investment in U.S. (Mar. 15, 2019). Retrieved from: https://global.toyota/en/newsroom/corporate/27055398.html?_ga=2.95277212.1234048910.1681647276-511983313.1681647276&_gl=1*1s84rm2*_ga*NTExOTgzMzEzLjE2ODE2NDcyNyY.*_ga_FW87SM9FNZ*MTY4MTY0NzI3Ni4xLjEuMTY4MTY0NzUwNC41OC4wLjA (accessed 27.03.2023).
6. O. P. Mulska T. H. Vasylytsiv I. Ye. Baraniak (2022) Relokatsiia biznesu v oblasti karpatskoho rehionu Ukrainy v umovakh viiny: instrumenty pidtrymky ta niveliuvannya zahroz sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy. *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy*. Vypusk 2 (154) DOI: <https://doi.org/10.36818/2071-4653-2022-2-5>.
7. Sari, S. Maksum, A. Fatoni, M. & Suseno, B.M. (2022) The Influence of Business Competitiveness on Relocation Decisions. *Journal of Economics and Policy* 12(2):273-282. DOI: 10.15294/jejak.v15i2.32379.
8. Albertoni, F. Elia, S. & Pisticello, L. Complementing the Reshoring of Manufacturing Activities: The Relocation of Business Functions. Retrieved from: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-58883-4_3 (accessed 27.03.2023).
9. Tate, W.L. Ellram, L.M. Schoenherr, T. & Petersen K.J. (2014) Global Competitive Conditions Driving the Manufacturing Location Decision. *Bus Horiz* 57(3):381–390.
10. Business Relocation Analysis: 5 Real Reasons to Relocate. Retrieved from: <https://nationalpeo.com/business-relocation-analysis-5-real-reasons-to-relocate/> (accessed 07.04.2023).
11. Why You May Need to Relocate Your Business. Retrieved from: <https://www.victoryvan.com/office-moving-tips/why-relocate-your-business> (accessed 07.04.2023).
12. Brown, A. Relocating a Business: 6 Factors to Consider. Retrieved from: <https://blog.careerminds.com/relocating-a-business> (accessed 07.04.2023).
13. Most Common Reasons Why a Company Relocates. Retrieved from: <https://www.helpmovingoffice.com/article/most-common-reasons-why-a-company-relocates> (accessed 07.04.2023).
14. Meijboom, B. Voss, B. (1997) International manufacturing and location decisions: balancing configuration and co-ordination aspects. *International Journal of Operating and Product Management* 178:790–805.
15. Relocalisations D'activités Industrielles en France. Retrieved from: https://www.entreprises.gouv.fr/files/directions_services/etudes-et-statistiques/etudes/industrie/2013-12-relocalisation-synthese.pdf?fbclid=IwAR1rF6vwbK8Npkj3Z5I7I6Hg26DxIjWpQsqzWKQTJcN8my-S1ghenKyR1c (accessed 07.04.2023).
16. Kapitsinis, N. (2019) The Impact of Economic Crisis on Firm Relocation: Greek SME Movement to Bulgaria And its Effects on Business Performance. *GeoJournal* 84(2):321–343. DOI: 10.1007/s10708-018-9863-6.
17. Nilsen, Ø.L. Díez-Gutiérrez, M. Andersen, S.N. Tørset, T. & Cherchi, E. (2020) Where and Why do Firms Choose to Move? Empirical Evidence from Norway. *The Journal of Transport and Land Use*. Vol 13 No 1: 207–225.

18. Brouwer, A.E. Mariotti, I. & van Ommeren, J.V. (2004) The Firm Relocation Decision: an Empirical Investigation. *The Annals of Regional Science* 38:335–347. DOI: 10.1007/s00168-004-0198-5.
19. Prozoro. Platforma dla relokatsii biznesu v bezpechni rehiony. URL: https://prozorro.sale/marketplace_landing-page (accessed: 03.04.2023).
20. Ministerstvo ekonomiky Ukrainy. Prohrama relokatsii pidpriemstv. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e766cf9-f3ca-4121-8679-e4853640a99a&title=ProgramaRelokatsiiPidprimstv> (accessed: 03.04.2023).
21. Biznes.Diia. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/novini/558-relokovanih-pidpriemstv-vze-vidnovili-robotu-u-bezpechnih-regionah-kraini> (accessed: 03.04.2023).
22. HO Elektronna Respublika. Relokatsiia biznesu. Pokrokovyi alhorytm dii dla biznesu ta orhaniv mistsevoi vlady. Infohrafika. URL: <https://erepublic.org.ua/news/relokaciya-biznesu-pokrokovij-algoritm-dij-dlya-biznesu-ta-organiv-miscevoyi-vladi/> (accessed: 03.04.2023).
23. Relokatsiia biznesu v umovakh viiny: varianty ta pokrokovyia instruktsiia. URL: <https://www.prostir.ua/?news=relokatsiya-biznesu-v-umovah-viiny-varianty-ta-pokrokovyia-instruktsiya> (accessed: 03.04.2023).
24. Chupryna A. Relokatsiia biznesu: Derzhavna pidtrymka ta dosvid kompanii. URL: <https://eba.com.ua/relokatsiya-biznesu-derzhavna-pidtrymka-ta-dosvid-kompanij/> (accessed: 03.04.2023).
25. Encyclopedia of Small Business. Relocation. URL: <https://www.referenceforbusiness.com/small/Qu-Sm/Relocation.html> (accessed 20.03.2023).
26. Schmenner, R.W. (1980) Choosing New Industrial Capacity: One-Site Expansion, Branching, and Relocation. *Quarterly Journal of Economics* 95: 103–119.
27. Kemper, N.J. Pellenbarg, P.H. (1997) Industrial Mobility in the Netherlands. SO.M Research Report, Groningen
28. Dunning, J.H. (2000). The Eclectic Paradigm as an Envelope for Economic and Business Theories of MNE Activity. *International Business Review*. 9 (2):163–190. DOI:10.1016/S0969-5931(99)00035-9.
29. Mucchielli, J.L. Saucier, P. (1997) European Industrial Relocation in Low-Wages Countries: Policy and Theory Debates. *Multinational firms and international relocation*. Edwar Elgar, London.
30. Lloyd, P.E. Dicken, P. (1992) Location in Space. A Theoretical Approach to Economic Geography, 2nd ed. Harper & Row, London.
31. Van Dijk, J. Pellenbarg, P.H. (2000) Firm Relocation Decision in the Netherlands: an Ordered Logit Approach. *Papers in Regional Science* 79: 191–219.
32. Machlup, F. (1976) Theories of the Firm: Marginalist, Behavioural, Managerial. *American Economic Review* 57: 1–33.
33. Hayter, R. (1997) The Dynamics of Industrial Location. *The Factory, the Firm and the Production System*. Wiley, New York.
34. Krugman, P. (1995) Development, Economic Geography and Economic Theory. MIT Press, Cambridge, MA.
35. Thrift, N. Olds, K. (1996) Refiguring the Economic in Economic Geography. *Progress in Human Geography* 20: 311–337.
36. European Commission. European Climate Law. Retrieved from: https://climate.ec.europa.eu/eu-action/european-green-deal/european-climate-law_en (accessed 20.03.2023).
37. Diia. Hrant na vlasnu spravu. URL: <https://diia.gov.ua/services/grant-na-vlasnu-spravu> (accessed: 03.04.2023).
38. EBA. Indeks nastroyiv maloho biznesu. (2022). URL: <https://eba.com.ua/index-nastroyiv-malogo-biznesu/> (accessed: 13.03.2023).
39. Bulkot O. (2019) Mizhnarodni investytsiini stratehii transnatsionalnykh korporatsii. *Biznes-navihator: Naukovo-vyrobnychi zhurnal*. Vyp. 4(53):16–21.