

## РОЗДІЛ III Особливості внутрішньополітичного розвитку країн та регіонів світу

УДК 323(477.82)

Є. Б. Тихомирова – доктор політичних наук,  
професор, завідувач кафедри міжнародної інформації  
Волинського національного університету імені Лесі  
Українки

### Соціально-економічний дискурс формування іміджу Волинського регіону

*Роботу виконано на кафедрі міжнародної  
інформації ВНУ ім. Лесі Українки*

Розглянуто формування соціально-економічних аспектів іміджу Волинського регіону як теоретико-методологічну проблему вітчизняної науки. Проаналізовано важливі елементи економічної привабливості регіону, зокрема можливу структуру сприйняття його населення й трудових ресурсів, рейтингові оцінки реального сектору економіки, інвестиційну привабливість, туристичну та рекреаційну привабливість, подієвий та екологічний туризм. Автор пропонує вербальні формули іміджевого регіонального контексту, що має забезпечити вербалізацію іміджу на основі соціально-економічного дискурсу.

**Ключові слова:** імідж, привабливість регіону, подієвий і екологічний туризм, вербалізація іміджу, соціально-економічний дискурс.

#### **Тихомирова Е. Б. Социально-экономический дискурс формирования имиджа Волинского региона.**

Рассматривается формирование социально-экономических аспектов имиджа Волинского региона как теоретико-методологическая проблема отечественной науки. Проанализированы важные элементы экономической привлекательности региона, в частности возможная структура восприятия его население и трудовых ресурсов, рейтинговые оценки реального сектора экономики, инвестиционную привлекательность, туристическая и рекреационная привлекательность, событийный и экологический туризм. Автор предлагает вербальные формулы имиджевого регионального контекста, который должен обеспечить вербаллизацию имиджа на основе социально-экономического дискурса.

**Ключевые слова:** вербаллизация имиджа, имидж, привлекательность региона, социально-экономический дискурс, событийный и экологичный туризм.

**Tykhomyrova E. B. Socio-economic Discourse Formation of Volyn Region Image.** The formation of the socio-economic aspects of the image of the Volyn region as a theoretical and methodological problems of national science. Analyzed important elements of the economic attractiveness of the region, in particular, the possible structure of the perception of its population and workforce, ratings of the real economy, investment attraction, tourist and recreational attraction, event, and green tourism. The author offers a verbal formula fashion a regional context, which should provide verbalization of the image on the basis of socio-economic discourse.

**Key words:** verbalization of image, image, attractiveness of the region, socio-economic discourse, event and ecology tourism.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Регіональна політика спрямована на інтеграцію територій будь-якої країни в єдиний культурно-політичний та соціально-економічний простір. Перспективи розвитку регіональних спільностей сьогодні значною мірою залежать від ефективного їх позиціонування в інформаційному просторі країни й зарубіжжя, оскільки сприятливий образ

підвищує статус і престиж території, її інвестиційної привабливості, а формування іміджу відбувається на основі образного осмислення реальної дійсності.

**Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми.** Про інтерес до цієї проблеми української громадськості свідчить той факт, що вона стала предметом дослідження різних наук, зокрема маркетингу, соціології, публік рилейшнз, політології й державного управління. Актуальні для нашої роботи теоретичні підходи напрацьовані в рамках досліджень вітчизняних авторів, зокрема [1], [2], [7], [8], [3], [4] та ін.

Вивчення основних підходів до проблеми іміджмейкінгу Волині дає підставу зробити висновок: хоча історико-культурні, географічні й інформаційно-комунікаційні чинники, про які йшлося в наших працях [15], [16], [12], [14], [13], займають важливе місце в структурі образу регіону, але далеко не вичерпуються ними. Соціально-економічна та інвестиційна привабливість здатна притягувати, зацікавлювати й утримувати потенційних інвесторів в економіці регіону, а тому має бути врахована під час формування його іміджу. Саме тому соціально-економічний дискурс регіонального іміджу на прикладі Волині й став **метою** нашого аналізу. На нашу думку, важливо постійно шукати вдалі вербальні формули іміджевого регіонального контексту, які мають забезпечити вербалізацію іміджу на основі цього дискурсу.

**Предметом** дослідження є соціально-економічна інформація як чинник визначення структури та засобів формування іміджу регіону. **Завдання** статті – трактування таких важливих елементів економічної привабливості Волинського регіону, зокрема можливої структури сприйняття його населення й трудових ресурсів, рейтингової оцінки реального сектору економіки, інвестиційної, туристичної та рекреаційної привабливості Волині, подієвого й екологічного туризму.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Соціально-економічний дискурс пов'язаний із висвітленням проблем досить різного характеру. Одним із найважливіших елементів економічної привабливості регіону, а тому важливою складовою частиною образу території сприйняття його населення є трудові ресурси. С. Баллок виділяє таку структуру уявлень про населення:

- розмір населення (Китай як найбільш населена країна світу);
- стан здоров'я (країни Сходу асоціюються зі здоровим способом життя);
- демографічний склад населення (у більшості країн Західної Європи переважає частка дорослого населення та старших людей);
- питання, пов'язані зі шлюбною поведінкою (узаконення в Голландії й Канаді права на реєстрацію шлюбу з одностатевим партнером або дозвіл багатоженства в деяких країнах Сходу);
- риси зовнішності, наприклад колір шкіри, форма очей, зріст тощо (Китай – країна, де проживають люди низького зросту, із жовтою шкірою та вузьким розрізом очей), а також зовнішня привабливість для громадян інших країн (слов'янські країни славляться гарними жінками, італійці – красивими чоловіками);
- соціопсихологічні характеристики населення, побутова культура населення, до якої, зі свого боку, належать мова спілкування, національна кухня та одяг, житлові будинки, традиції тощо [1].

Населення Волинської області на 1 січня 2010 р. становило 1036,7 тис. (2,26 % загальноукраїнського населення). Порівняно із 1 січня 2009 р., воно збільшилося за рахунок природного приросту. Міське населення складає 51,6 %, сільське – відповідно, 48,4 %. Середня густина населення – 51,3 осіб/км<sup>2</sup>. Для порівняння: низка країн Європи у 2010 р. мала населення менше 1 млн (Черногорія, Сан-Марино, Ліхтенштейн, Андорра, Ісландія, Мальта, Люксембург та Кіпр), що не заважає деяким із них мати привабливий імідж і розвивати туристичний бізнес, який приносить значні прибутки [19].

На 1 жовтня 2010 р. в Україні серед її регіонів спостерігалася значна диференціація рівня народжуваності. Волинська область має найбільш сприятливі показники як за народжуваністю, так і за рівнем смертності, про що свідчать дані табл. 1 і 2.

Таблиця 1

**Рівень народжуваності й смертності у Волинській області**

Кількість народжених на 1000 жителів, %	Регіони із відповідними показниками народжуваності
<b>10,9</b>	<b>Україна</b>
До 9,9	Сумська, Луганська, Чернігівська, Донецька, Полтавська, Харківська, Черкаська
9,9–10,8	Запорізька, Кіровоградська, Вінницька, Дніпропетровська
10,9–11,8	Миколаївська, Хмельницька, Тернопільська, Севастополь (міськрада), Львівська, Херсонська, Житомирська, м. Київ, Київська, Автономна Республіка Крим
11,9–12,8	Івано-Франківська, Одеська, Чернівецька
Понад 12,8	Волинська, Закарпатська, Рівненська

Таблиця 2

**Рівень смертності у Волинській області**

Кількість померлих на 1000 жителів, %	Регіони з відповідними показниками смертності
<b>15,3</b>	<b>Україна</b>
До 14,4	м. Київ, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Чернівецька, Волинська, Тернопільська
14,4–15,3	Автономна Республіка Крим, Севастополь (міськрада), Херсонська, Одеська
15,4–16,3	Харківська, Хмельницька, Миколаївська, Вінницька, Запорізька
16,4–17,3	Житомирська, Дніпропетровська, Київська, Донецька, Черкаська, Луганська
Понад 17,3	Кіровоградська, Сумська, Полтавська, Чернігівська

Джерело: складено за : [5].

Це дає змогу позиціонувати область як регіон із високою народжуваністю та більш низьким рівнем смертності, ніж загалом по країні, що може розглядатися як наслідки більш сприятливої екології й деяких сторін соціального життя регіону. Перший показник щодо Волинської області зіставний із найбільш розвиненими країнами ЄС, другий – із новими членами ЄС.

Для порівняння: у ЄС найвищі показники народжуваності були у 2009 р. в Ірландії (16,8 %), Великобританії (12,8 %), Франції (12,7 %), Кіпрі (12,2 %) і Швеції (12,0 %), а найнижчі – у Німеччині (7,9 %), Австрії (9,1 %), Португалії (9,4 %), Італії (9,5 %), Латвії й Угорщині (по 9,6 %); найнижчі показники смертності – в Ірландії (6,6 %), Кіпрі (6,7 %), Люксембурзі (7,3 %), Малті (7,8 %), найвищі – у Болгарії (14,2 %), Угорщині (13,0 %), Естонії й Румунії (по 12,0 %) [18].

Населення регіону є молодим і, відповідно, має перспективні трудові ресурси, про що свідчать дані табл. 3.

Це приваблива риса іміджу території в очах роботодавців та інвесторів, оскільки окреслює можливість забезпечення потенційної установи й підприємства достатньою кількістю працівників. Саме тому варто цю характеристику акцентувати, формуючи імідж для зазначеної цільової аудиторії.

Привабливо виглядає й такий параметр якісної оцінки населення, як його середній вік, оскільки показує, що область виглядає позитивно на фоні загальнонаціональних даних – середній вік міського та сільського населення станом на 1 січня 2010 р. (обидві статі) по Україні складав 40,2, по Волинській області – 37,4 років [6].

Динаміка структури населення Волинської області за віком 1995–2010 рр.

Рік	Всього постійного населення, тис. осіб	У тому числі у віці:							
		0–14 років	15–24 років	25–44 років	45–64 років	65 і старші	молодші за працездат.	працездатне населення	старші за працездат.
2005	1042,0	197,7	170,4	295,0	226,6	152,3	214,0	607,7	220,3
2006	1037,7	194,2	168,5	293,9	230,0	151,1	210,1	610,4	217,2
2007	1035,3	192,0	167,2	293,0	233,6	149,5	207,7	612,0	215,6
2008	1033,7	190,3	166,1	292,9	237,3	147,1	205,8	613,0	214,9
2009	1033,5	190,6	162,6	295,4	241,4	143,5	205,4	614,4	213,7
2010	1033,9	191,5	157,1	299,7	244,7	140,9	205,7	614,1	214,1

Джерело: складено за : [10].

Що стосується економічного розвитку, то останній національний рейтинг свідчить про достатньо високі показники регіону. Це констатує комплексна оцінка соціально-економічного розвитку регіонів України в січні–червні 2010 р., здійснена Мінекономіки України. За підсумками цієї оцінки, у січні–червні 2010 р. у загальному рейтингу за всіма сферами соціально-економічного розвитку Волинська область посіла восьме місце серед 27 регіонів України. Порівняно з аналогічним періодом 2009 р., Волинь покращила свій результат на 15 пунктів. За рейтинговою оцінкою реального сектору економіки область зайняла 14 місце й, порівняно з I кварталом 2010 р., покращила результат на 10 позицій. У січні–червні 2010 р. обсяги промислового виробництва зросли та становили 121,6 % до відповідного періоду 2009 р. За цим показником область перебуває на четвертому місці серед регіонів держави (по Україні приріст – на 12 %) [17].

Особливо важливе значення для формування іміджу області має її інвестиційна привабливість. У цьому контексті можна навести низку позитивних даних, що характеризують інвестиційний імідж Волині. Так, станом на 1.04.2010 р. приріст прямих іноземних інвестицій до початку року становив 7,4 млн дол. США. Слід зазначити, що тільки вісім регіонів із 27 регіонів за цей період мають приріст. За цим показником область посідає четверте місце в державі, поступаючись лише місту Києву, Дніпропетровській і Вінницькій областям. За темпом зростання обсягу прямих іноземних інвестицій у відсотках до обсягів на початок року Волинь посідає третє місце в державі [17].

Із початку інвестування на одну особу припадає 329,2 дол. США прямих іноземних інвестицій. Це є 12 місце в Україні.

Для прикладу: у Тернопільській області на одну особу припадає 59,5 дол. США, у Чернівецькій – 66,8, Хмельницькій – 158,1, Рівненській – 263,3, Закарпатській – 281,8. В економіку області за дев'ять місяців 2010 р. надійшло прямих іноземних інвестицій на суму 19,5 млн дол. США (у першому півріччі – 14,1 млн дол. США). Станом на 1 жовтня 2010 р. в область залучено 347,3 млн дол. США прямих іноземних інвестицій, або 335,9 дол. США в розрахунку на одного жителя області. Темп зростання обсягу прямих іноземних інвестицій до обсягів на початок року склав 104,5 % (за шість місяців 2010 р. – 100,2 %). Найбільше надійшло інвестицій у м. Луцьк – 211,1 млн дол. США, або 60,8 % загального обсягу, та м. Нововолинськ – 66,3 млн дол. США (19,1 %), Ковельський – 37,7 млн дол., або 10,9 %, та Луцький райони – 20,5 млн дол. США, або 5,9 %. Іноземні інвестиції залучалися в усі міста й райони області [9].

У сфері державних фінансів і фінансових результатів діяльності підприємств область у січні–червні 2010 р. зайняла друге місце серед регіонів України (у I кварталі перебувала на 16 місці). Забезпечено темп зростання доходів місцевих бюджетів на рівні 112,6 % (четверте місце в Україні) до відповідного періоду 2009 р., зменшено суми податкового боргу до зведеного бюджету України до початку 2010 р. на 35,7 % (п'яте місце в Україні).

За приростом прибутків прибуткових підприємств від звичайної діяльності до оподаткування Волинь – лідер у державі (ця вербальна формула дуже вдало може використовуватися в іміджмейкінгу). Темп зростання за січень–травень 2010 р. до відповідного періоду попереднього року становив 255,2 % (проти 53,3 % у минулому році) [20].

Відповідно до природно-ресурсної класифікації, рекреаційні ресурси Волині можна розділити на спеціалізовані, або цільові (суто рекреаційного користування), і багатоцільові. До першої групи належать лікувальні грязі й мінеральні води, до другої – рослинні, водні, кліматичні ресурси, які є ресурсами комбінованого використання. Найцінніші природні рекреаційні ресурси – це лісові угіддя й озера області [2].

Територіальне поєднання лісових масивів та озерних акваторій дає підстави говорити про формування в області лісоозерної рекреаційної системи. Така система є сукупністю спеціалізованих рекреаційних об'єктів і підприємств, які виникають на контактному територіальному поєднанні лісових територій і озерних акваторій, мають тісні рекреаційні зв'язки, спільну рекреаційну інфраструктуру й задовольняють об'єктивну потребу населення у відновленні фізіологічних і психологічних сил. Значно доповнює природні рекреаційні ресурси наявність в області густої річкової мережі. Ріки Волині можна використовувати для водних видів відпочинку, тим більше, що вони мають повільну течію.

Географічне положення, велика кількість озер і річок, які пересікають Волинську область, зелена зона по всій області, значні ресурси мінеральних вод, запаси торфових лікувальних грязей і сприятливі кліматичні умови можуть сприяти створенню іміджу регіону як місця для зимового й літнього відпочинку. Він придатний для оздоровчого, водного туризму та мисливства, а також для кантрі-туризму, який передбачає знайомство відпочиваючих, передусім іноземців, із сільським побутом конкретної території. Такий відпочинок стає все більш популярним, правда, у нас частіше вживається термін «екологічний туризм», або «сільський туризм», як відпочинок в українському селі, проживання в дерев'яному будинку, катання на конях, купання в річці, парне молоко, домашня їжа, баня, прогулянки в лісі, гриби та ягоди.

Формуючи рекреаційний імідж Волині, варто враховувати, що на Волині нараховується 209 територій і об'єктів природно-заповідного фонду, у тому числі Шацький природний національний парк (Рішенням 17-ї сесії Бюро Координаційного комітету ЮНЕСКО-МАБ у березні 2002 р. йому надано статус Біосферного резервату ЮНЕСКО), 74 заказники (п'ять – державного значення), 107 пам'яток природи (три – державного значення), 22 заповідних урочища, п'ять парків – пам'яток садово-паркового мистецтва місцевого значення, ботанічний сад Волинського національного університету імені Лесі Українки [11], а також пансіонат «Шацькі озера», який розміщений на мальовничому південному березі найбільшого озера, два санаторії матері та дитини: «Турія», що в селі Зелена поблизу Ковеля, і «Пролісок» у селі Грем'яче Ківерцівського району [7].

Санаторно-курортні ресурси Волині як різновид рекреаційних представлені родовищами лікувально-торфових грязей, сапропелів і мінеральних вод у поєднанні зі сприятливими кліматичними умовами. У 1977 р. виконано комплексне дослідження санаторно-курортних ресурсів, зокрема обстежено 33 родовища [2].

У цьому контексті чинником формування іміджу може стати й санаторій «Лісова пісня», що функціонує на березі озера Пісочне. Цілюща вода, піщані пляжі та багата своєю різноманітністю природа сприяють лікуванню й відпочинку в санаторії. Провідним фактором у лікуванні є комплексна фітотерапія з використанням екологічно чистої місцевої фітосировини та цілющого меду. У санаторії працює специфічний фітобар, що вражає запахом лісових трав, відрізняється від усіх інших лікувальними чаями, наливками, настоями й відварами. Фітованни в санаторії унікальні: морські, кисневі, із вівсом, хвою, коров'яком, гречкою, чистотілом, розмарином, валеріаною. Уперше впроваджено й фотогальванічні ванни, яким немає аналогів в Україні [7].

Останнім часом отримав розвиток так званий подієвий туризм. Його вважають молодим і надзвичайно цікавим напрямом туристичної діяльності. Тур приурочується до певної події, поєднуючи в собі традиційний відпочинок та участь у найбільш видовищних заходах, коли люди стають живими свідками масштабних подій у світі спорту, культури й мистецтва. На Волині з'являється можливість використовувати заходи, які здійснюються в регіоні, як іміджевий інструмент двоякого впливу – і на внутрішню, і на зовнішню громадськість.

**Висновки й перспективи подальших досліджень.** Збільшення значущості нематеріальних активів, зокрема іміджевої складової частини формування успішності регіону, потребує розширення спектра дискурсів присутності його в інформаційному просторі. Постійне просування територій і створення їх привабливості можна забезпечувати в рамках, передусім, соціально-економічного дискурсу, який дає змогу виявляти наявні конкурентні переваги й залучати інвестиції для реалізації програм розвитку регіонів. Імідж регіону – це не тільки результат соціально-економічного розвитку,

але й удала вербальна та невербальна формула регіональних політичних, економічних і соціокультурних процесів. Технології створення комплексної, багатогранної та привабливої формули можуть стати предметом подальших наукових пошуків.

#### *Список використаної літератури*

1. Балюк С. В. Образ іноземної країни: основні структурні елементи / С. В. Балюк // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : зб.наук. пр. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. – С. 463–467.
2. Банера А. Природно-ресурсний потенціал як чинник економічного зростання Волинської області / Банера А. – *Вісник Львів. ун-ту. Серія географічна*. – 2006. – Вип. 33. – С. 3–10.
3. Бурець-Струк Н. Волинь туристична / Н. Бурець-Струк, О. Матвійчук. – К. : «Світ успіху», 2008. – 363 с.
4. Возняк Т. Волинський усе-світ / Тарас Возняк. // *Незалежний культурологічний часопис «І»*. – № 49. – 2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ji.lviv.ua/n49texts/N49-volyn.htm>.
5. Демографічна ситуація в Україні у січні–вересні 2010 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://stat6.stat.lviv.ua/PXWEB2007/ukr/press/2010/p201009\\_1.asp](http://stat6.stat.lviv.ua/PXWEB2007/ukr/press/2010/p201009_1.asp).
6. Демографічний паспорт території [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://stat6.stat.lviv.ua/ukrcensus/Dialog/statfile1\\_c.asp](http://stat6.stat.lviv.ua/ukrcensus/Dialog/statfile1_c.asp).
7. Корнилюк Р. Шацьк і його поозер'я: туристичні родзинки Волині / Роман Корнилюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://geoclub-ua.blogspot.com>.
8. Кралюк П. Історична Волинь / П. Кралюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://istvolyn.info/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1438&Itemid=25](http://istvolyn.info/index.php?option=com_content&task=view&id=1438&Itemid=25).
9. Моніторинг економічного і соціального розвитку області за січень-листопад 2010 року [Електронний ресурс] / Волинська обласна державна адміністрація. Головне управління економіки. – Луцьк, 2010. – Режим доступу : [http://www.voladm.gov.ua/filesarchive/monitoring01\\_11\\_2010.zip](http://www.voladm.gov.ua/filesarchive/monitoring01_11_2010.zip)
10. Населення. Головне управління статистики у Волинській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.vous.in.lutsk.ua>.
11. Про Програму розвитку туризму в Україні до 2005 року. Постанова від 28 червня 1997 р. № 702 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uazakon.com/documents/date\\_2o/pg\\_igwdwr/pg3.htm](http://uazakon.com/documents/date_2o/pg_igwdwr/pg3.htm)
12. Тихомирова Е. Б. Івентменеджмент в процесі конструювання іміджу території: українська практика / Е. Б. Тихомирова. // *Тезиси виступлень. Панельні дискусії. PR-продвиження регіонів в умовах глобалізації / 50-а міжнародна конференція «Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения»*, – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rus.jf.spbu.ru/conference/1205/1208-gr2.html>.
13. Тихомирова Є. Б. Взаємодія волинської влади з громадськістю як складова архітектури іміджу регіону / Є. Б. Тихомирова. // *Актуальні проблеми державного управління на сучасному етапі державотворення: матеріали наук.-практ. конф. (27 жовт. 2011р., м. Луцьк) / за наук. ред. Т. М. Литвиненко, В. Я. Малиновського*. – Луцьк : СПД Галяк Жанна Володимирівна, 2011. – С. 122–124.
14. Тихомирова Є. Б. Географічна складова іміджу Волині / Є. Б. Тихомирова // *Актуальні проблеми міжнародних відносин і зовнішньої політики країн світу : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., Луцьк, 13–14 жовт. 2011 р. / за ред. В. Й. Лажніка та С. В. Федюка*. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2011. – С. 190–193.
15. Тихомирова Є. Б. Історико-культурний потенціал Волинського регіону як основа формування регіонального іміджу / Є. Б. Тихомирова // *Слов'янський вісник : зб. наук. пр. Серія «Історичні та політичні науки» РДГУ та РІС КСУ*. – Вип. 12. – Рівне : РІС КСУ, 2011. – С. 256–261.
16. Тихомирова Є. Б. Регіональний іміджмейкинг як засіб позиціонування регіону в інформаційному просторі / Є. Б. Тихомирова // *Матеріали Всеукраїнської наукової конференції «Україна в системі глобального інформаційного обміну: теоретико-методологічні аспекти дослідження і підготовки фахівців», 27 травня 2011 року / відп. за вип. А. П. Крап*. – Л. : В-во Львів. політехніки, 2011. – 276 с. – С. 34–38.
17. У Азарова соціально-економічний розвиток Волині оцінили 8-мим місцем серед всіх регіонів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pravda.lutsk.ua/news.php?day=2010-09-07>.
18. European demography EU27 population 501 million at 1 January 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_PUBLIC/3-27072010-AP/EN/3-27072010-AP-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/3-27072010-AP/EN/3-27072010-AP-EN.PDF).
19. Total population [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tps00001>.
20. Vip.volyn.portal: Мінекономіки вважає, що Волинь – восьма в Україні серед регіонів за оцінкою соціально-економічного розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vip.volyn.ua/print/8260>.

Статтю подано до редколегії  
26.10.2011 р.