

УДК 338.1: 338.2

## ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ БРЕНД ЯК МЕХАНІЗМ РЕІНКАРНАЦІЇ ДЕПРЕСИВНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Г.Я. Студінська, к.е.н., доцент

*Науково-дослідний економічний інститут Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Київ, Україна*

*Студінська Г.Я. Територіальний бренд як механізм реінкарнації депресивних регіонів України.*

У даній статті проаналізована практика функціонування спеціальних (вільних) зон як однієї з форм територіального бренду в Україні. Визначені проблеми їх створення та розвитку. Розглянута можливість використання СЕЗ як оптимального формату територіальних формувань для відродження депресивних регіонів. Обґрунтований підхід брендування територіальних формувань як інтегрального механізму їх реінкарнації.

*Ключові слова:* територіальні формування, регіональний бренд, спеціальна (вільна) економічна зона, реінкарнація

*Студинская Г.Я. Территориальный бренд как механизм реинкарнации депрессивных регионов Украины.*

В данной статье проанализирована практика функционирования специальных (свободных) зон как одной из форм территориального бренда в Украине. Определены проблемы их создания и развития. Рассмотрена возможность использования СЭЗ в качестве оптимального формата территориальных формирований для возрождения депрессивных регионов. Обоснованный подход брендинга территориальных формирований как интегрального механизма их реинкарнации.

*Ключевые слова:* территориальные формирования, региональный бренд, специальная (свободная) экономическая зона, реинкарнация

*Studinska G.Y. Territorial brand SEZ as the mechanism of reincarnation of the depressed regions of Ukraine.*

This article analyzed the practice of special (free) economic zones as a form of territorial brand in Ukraine. The problems of their creation and development. The possibility of using SEZs as the optimal format of territorial formations for the revival of depressed regions. Grounded approach branding territorial formations as an integral mechanism their reincarnation.

*Keywords:* territorial formation, regional brand, special (free) economic zone, reincarnation

В кожній країні еволюційно з'являються міста та цілі регіони, які потребують пильної уваги місцевих та державних органів управління, об'єднання з бізнесовими структурами з метою кардинальної зміни депресивного стану цих територій через нове стратегічне бачення розвитку, реструктуризацію інфраструктури, що може бути оптимально реалізовано у форматі територіального бренду. Формат територіального бренду не обмежує вибір підходів до його створення та їх видів, це може бути рекреаційний регіон, спеціальна (вільна) економічна зона, ТПР (територія пріоритетного розвитку), промисловий кластер, інноваційний парк тощо. Головна мета створення територіального бренду – реінкарнація регіону через перепрофілювання його потенціалу, стрімкий розвиток в новому стратегічному напрямку з метою покращення його економічного стану та підвищення рівня добробуту населення. Інтегрований підхід до розв'язання такої мети потребує вирішення важливих наукових та практичних завдань, а саме:

- 1) Аналіз досвіду функціонування територіальних формувань;
- 2) Визначення переваг, недоліків та їх причин;
- 3) Дослідження економічного стану регіонів з метою виокремлення тих, що потребують застосування механізму реінкарнації;
- 4) Обґрунтування стратегічного напрямку розвитку з урахуванням територіального потенціалу;
- 5) Розробка детальних програм розвитку та економічного зростання, умов залучення інвестицій, системи стратегічних показників;
- 6) Організація та щільний контроль за дотриманням законодавчих, управлінських рішень, якістю їх результатів, їх оперативного корегування у разі потреби.

### Аналіз останніх досліджень та публікацій

Перше видання Ф. Котлера, К. Асплунда, Д. Хайдера, І. Рейна «Маркетинг територій: залучення інвестицій, підприємств, мешканців та туристів у міста, комуни, регіони та країни Європи» [13], де чітко обґрунтоване використання маркетингу як механізму всебічного просування територій, вийшло у 1993 році. Термін «брендинг

територій» був вперше застосований у 2002 році провідним світовим фахівцем у галузі брендингу С. Анхольтом, який став основним розробником комплексного, диверсифікованого підходу до брендингу територій, на противагу фокусуванню на якомусь одному аспекті [4].

Автор разом з О.В. Живицьким та М.Л. Таракановим розглядали питання формування СЕЗ курортно-рекреаційного призначення [19], а разом з О.А. Толстенко та С.К. Харічковим досліджували еколого-економічні проблеми формування СЕЗ «Азов» [21]. Дослідженням результатів функціонування СЕЗ займалися М. Вигринович [5], М.О. Гук [7], І.Ю. Іванович [9] та інші.

### **Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми**

Разом з тим, комплексному аналізу інтегрованих результатів функціонування СЕЗ з проектуванням отриманих результатів на перспективне розгортання їх діяльності, брендування цих територіальних формувань в Україні з метою подолання депресивного характеру їх існування, не було приділено достатньо уваги.

*Метою статті є* обґрунтування необхідності використання територіального бренду СЕЗ як оптимального формату маркетингового механізму відродження депресивних регіонів. Для досягнення поставленої мети будуть вирішені наступні завдання:

- 1) проаналізувати результати функціонування СЕЗ в Україні;
- 2) сформулювати проблеми розвитку кожної СЕЗ;
- 3) обґрунтувати СЕЗ як перспективний формат територіального бренду.

### **Виклад основного матеріалу**

З давніх часів люди інтуїтивно займалися тим, що тепер називається брендингом території. Прагнучи створити сприятливі умови для залучення ресурсів (фінансових, матеріальних, інтелектуальних тощо), вони інтуїтивно використовували ті чи інші стратегії просування: релігійні, світські. Просування міста через створення релігійного центру дозволяло залучити паломників, а збільшення числа церковних службовців супроводжувалося створенням відповідної інфраструктури. Світська спеціалізація міст насамперед зачіпала торгівлю, ярмарки залучали купців, активізували зв'язки між регіонами, обмін товарами, технологіями, знаннями.

Конкуренція між містами, регіонами, країнами в Європі загострилась у другій половині ХХ століття у зв'язку з еволюційними проблемами розвитку, як справедливо відзначили Ф.Котлер, К.Асплунд, Д.Хайдер, І.Рейн: «Період росту неминуче закінчується тому, що зростання сіє насіння власного руйнування» [13].

Брендинг території – це стратегія підвищення її конкурентоспроможності, що спрямована на подолання місцевого дефіциту матеріальних і нематеріальних ресурсів через донесення до

широкої громадськості уявлення про унікальність умов господарювання та інвестування. Бренд території, використовує свої технології та інструменти, один з яких SWOT-аналіз території, який надає інформацію про її слабкі та сильні сторони, напрямки використання можливостей, що допомагає знайти правильне позиціонування та створити необхідний привабливий імідж території.

Схема брендування території передбачає наявність стратегії її створення та просування. С. Анхольт відзначав, що планування стратегії по створенню бренду території вимагає дотримання певних умов:

- «існування політичного ресурсу, який бажає співпрацювати з приватним сектором ґрунтовно, неупереджено відкрито;
- наявність здійсненого послідовного плану економіко-соціального розвитку, який формує основи стратегії створення бренду;
- довіра та доброзичливість компаній та організацій місцевих і регіональних урядів, міської влади, державних службовців, торгових та туристичних об'єднань, населення в цілому;
- деяка ступінь базової фінансової стабільності» [4].

Значення СЕЗ не можна перебільшити, через них проходить біля 10% світового товарообігу, причому темпи росту в них обсягів експорту та імпорту дуже високі. За оцінками спеціалістів Центру ООН по транснаціональних корпораціях, чисельність зайнятих в СЕЗ перевищила 3 млн. осіб [7].

Практикується створення СЕЗ як у розвинутих країнах, так і в країнах з перехідною економікою, але стратегії створення та розвитку розрізняються залежно від рівня економічного розвитку країни, її соціально-економічного стану та інших особливостей. СЕЗ вже створені у більше ніж 80 країнах, зокрема в США, Японії, Німеччині, Великій Британії. Вони активно впроваджуються в Польщі, Угорщині, Болгарії, Росії. Великий досвід щодо створення таких зон нагромаджений у Китаї та інших країнах Південно-Східної Азії. Вільні економічні зони формуються, як правило, в морських і річкових портах, міжнародних аеропортах, біля основних залізничних і автомобільних ліній, туристичних центрів, у окремих промислових пунктах та регіонах.

Початковими правовими засадами створення і функціонування вільних економічних зон в Україні були: Закон України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» від 13 жовтня 1992 року, нормативні акти, прийняті щодо його виконання: Концепція створення спеціальних (вільних) економічних зон в Україні (постанова КМ України від 14.03.94 року), а також постанова КМ України «Про склад міжвідомчої комісії з розгляду і підготовки документів щодо створення спеціальних (вільних) економічних зон» (від

8.06.98 року №842). Прийнято десятки законів і постанов ВР України та КМ з окремих питань створення в регіонах України спеціальних економічних зон, які використовуються як вихідна нормативна база при розробці їх проектів.

В Україні було створено 12 СЕЗ: «Сиваш» (АР Крим), «Славутич» (Чорнобиль), «Донецьк» (Донецьк), «Азов» (Маріуполь), «Закарпаття», «Яворів» (Львівська), «Трускавець» (Львівська), «Ковель» (Волинська), «Миколаїв» (Миколаїв), «Порт Крим» (АР Крим), «Порто-Франко» (Одеса), «Рені» (Одеса), але більшість з них були нерентабельними, більш того, окремі так і не розпочали роботу.

Першою СЕЗ в Україні була зона «Сиваш» (березень 1996 р.), яка була впроваджена за ініціативою КМ України в АР Крим, як локальний економічний експеримент на території Красно-перекопського району та міста Армянськ. Завдяки створенню СЕЗ «Сиваш» вдалось зберегти 2,5 тисячі робочих місць та створити 400 нових, що для Криму є дуже важливим. Пільговий режим, що встановлений чинним Законом України «Про деякі питання валютного регулювання і оподаткування суб'єктів СЕЗ «Сиваш» став абсолютно непривабливим для зовнішніх інвесторів тому, що не передбачав звільнення інвестицій від оподаткування на період будівництва і окупності підприємства та пільгове оподаткування у подальшому (зокрема 50% ПДВ). Як і у цілому по Україні це відвернуло від неї іноземних інвесторів, залучення яких на територію СЕЗ «Сиваш» вже досить успішно відбувалось. Як наслідок замість прогнозованих у ТЕО 170 нових підприємств-суб'єктів зони «Сиваш» тільки один суб'єкт реалізував інвестиційний проект. Всього у зоні «Сиваш» було затверджено до реалізації КМ України 24 інвестиційні проекти, під які залучено 5 млн. долл. іноземних та 34 млн. грн. внутрішніх інвестицій.

Навіть при мінімальних пільгах які були запроваджені в СЕЗ «Сиваш» вдалось досягти суттєвого зростання промислового виробництва – на 44% [8]. Такі факти свідчать про необхідність контролю виконання стратегічних планів та наявність законодавчо послідовної політики відносно інвестиційного клімату України, якої в країні нема й сьогодні.

Створення СЕЗ «Сиваш» відповідало потребам розвитку депресивного регіону, яким був та залишається Кримський півострів. Необхідно зауважити, що саме цей регіон вимагав до себе пильної уваги через соціально-економічні умови, які склалися історично протягом декілька століть та дістались у «спадок» незалежній Україні у 1991 році. Будучи пріоритетною територією розвитку, регіон продовжував сильно відставати в економічному розвитку, вирішенню соціальних проблем від інших регіонів України. Саме тому 21.12.2000 року був прийнятий Закон України «Про спеціальний режим інвестиційної діяльності на територіях пріоритетного розвитку та спеціальну економічну зону «Порт Крим» в Автономній Республіці Крим». До СЕЗ «Порт Крим» ввійшли території пріоритетного розвитку: «Велика Ялта», «Алушта», «Судак», «Феодосія», «Сиваш», «Керч», «Східний Крим». В галузевому розрізі передбачалось розвивати будівництво, агропромисловий комплекс, хімічну промисловість. Хоча досвід Туреччини та інших морський держав показав, що курортно-рекреаційний напрямок розвитку може стати в найближчій перспективі досить рентабельним та привабливим.

Загальні результати роботи СЕЗ «Порт Крим» виявились найгіршими (табл. 1). За даними Міністерства економіки та європейської інтеграції України, за три роки існування СЕЗ «Порт Крим» робота по реалізації проекту не була розпочата [10].

Таблиця 1. Результати функціонування СЕЗ України станом на 01.04.07 року

Назва СЕЗ	Залучення інвестицій			Створення нових та збереження існуючих робочих місць		
	Факт млн дол. США	План млн дол. США	% виконання	Факт, одиниць	План одиниць	% виконання
Порт Крим	0,05	4,9	1,0	2	179	1,1
Азов	10,9	25,3	43,1	1971	3879	50,8
Донецьк	6,2	9,7	63,9	690	395	174,7
Рені	5,5	1061,6	0,5	168	542	31,0
Закарпаття	97,7	212,1	46,1	3690	8184	45,1
Миколаїв	54	39,4	137,1	15263	15268	100,0
Яворів	94,3	248,8	37,9	6994	10183	68,7
Порто-франко	25,6	29,6	86,5	514	826	62,2
Славутич	37,1	72,9	50,9	880	655	134,4
Трускавець	94,7	96,9	97,7	3717	6012	61,8
УСЬОГО	426,05	1801,2	23,7	33889	46123	73,5

Джерело: Дані отримано на сайті національного інституту стратегічних досліджень України, не містять відповідну інформацію про СЕЗ «Сиваш» та СЕЗ «Інтерпорт-Ковель»

Створення СЕЗ «Порто-Франко» було історичним продовженням розвитку морського порту міста Одеси, яке було розпочато ще у 1817 році та успішно функціонувало 42 роки: кількість підприємств тільки за перші роки збільшилась у 10 разів, що сприяло розвитку торгівлі у регіоні та подальшому промислового розвитку. Історичне відновлення СЕЗ «Порто-Франко» в Одеському порту відбулось ще в 2000 році, проте вже з 2005 року вона фактично була заморожена, у зв'язку із «проведеною тоді в державі політикою, спрямованою на вирівнювання умов роботи для різних сфер і суб'єктів економіки» [15].

Аналізуючи дані табл. 1 та враховуючи кліматичні умови розташування СЕЗ «Порто-Франко», був зроблений висновок, що результати могли бути кращими при умові часової необмеженості та самостійного розвитку рекреаційно-курортного напрямку як складової частини загального господарчого механізму поліфункціональної комплексної СЕЗ Одещини [19].

Другою СЕЗ Одеської області стала СЕЗ «Рені» з пріоритетним розвитком вантажоперевезень на базі Ренійського морського торговельного порту, найбільшого на Дунаї, який наприкінці 90-х років минулого століття працював лише на 12-15% своєї потужності. За п'ять років функціонування СЕЗ «Рені» були досягнуті певні результати: затверджені п'ять інвестиційних проектів, з яких реально функціонували лише три – «Реконструкція діючого перевантажувального комплексу кам'яновугільної смоли в Ренійському порту» (ДП «Укрчем»), «Зерновий комплекс з перевалки зерна та виробництва комбікормів» (ТОВ «Рені – Лайн») і будівництво перевантажувального комплексу зрідженого газу (ТОВ «Лагуна-Рені»). Згідно офіційного сайту Одеської обласної державної адміністрації інвестиційні проекти «Будівництво підприємства з переробки сої» та «Виробництво клеєного бруса і паркету» виявилися фактично нереальними. Обсяг залучених інвестицій останні двох робочих проектів склав близько 30,2 млн. дол. США, 94,2% – іноземні інвестиції [23].

Причини недостатньо ефективної діяльності СЕЗ Одеського регіону стали:

- 1) нестабільності правового поля, в якому весь час функціонували спеціальні економічні зони та території пріоритетного розвитку;
- 2) відсутність прозорих правил функціонування СЕЗ;
- 3) жорстка процедура контролю над діяльністю суб'єктів господарювання СЕЗ;
- 4) відсутність достатньо кваліфікованого професійного менеджменту;
- 5) відсутність чітко сформульованої та офіційно затвердженої стратегії розвитку;
- 6) застосування спеціального режиму господарської діяльності визначалося не реальними потребами території, а «бажанням та можливостями регіональних еліт лобювати таке рішення на державному рівні» [20].

24 грудня 1998 р. був прийнятий Закон України «Про спеціальні економічні зони і спеціальний режим інвестиційної діяльності в Донецькій області», а також у 1998-1999 р. були прийняті і затверджені різні нормативні документи по створенню і розвитку СЕЗ «Донецьк» і території пріоритетного розвитку у Донецькій області.

Незважаючи на поповнення реєстру державних документів про СЕЗ як у Донецькій області, так і в Україні в цілому економічна і правова готовність до створення СЕЗ стала слабкішою. Це стосувалось податкового, інвестиційного клімату і міжнародного визнання наших дій.

На території СЕЗ «Донецьк» станом на початок 2003 року в рамках реалізації інвестиційних проектів суб'єктами підприємницької діяльності залучено інвестицій обсягом 5,7 млн. дол. США (59% від передбачених проектами), у тому числі іноземних – 2,4 млн. дол. США вироблено продукції на суму 175,4 млн. грн., створено 537 робочих місць.

Створення в місті Маріуполь Донецької області СЕЗ «Азов», на самперед, було пов'язане з гострою необхідністю вирішення питань екологізації промисловості міста з метою виправлення складної екологічної ситуації в регіоні, оскільки Маріуполь входив в десятку найзабрудненіших міст Європи, а в перспективі відновлення рекреаційної зони національного масштабу.

Головною галуззю Маріуполя була і залишається чорна металургія, яка займає 90% всього промислового комплексу міста [21]. Найбільший «внесок» по всіх економічних та екологічних показниках металургійного належить комбінату ім. Ілліча, який характеризувався наступними цифрами: 45% загального промислового виробництва міста, 35% металургійної продукції Донецької області, 15% занять, 70% викидів у атмосферу. ВАТ «Азовсталь» знаходиться на другому місці по всіх економічних показниках та по забрудненню навколишнього природного середовища [21].

В умовах таможених, податкових пільг СЕЗ «Азов» були залучені спеціалісти та інвестиції США, Швейцарії, інших країн, проведено дослідження водопостачання та водовідведення міста, розроблені техніко-економічні обґрунтування проведення цілого ряду екологічних програм. На кінець 2004 року тільки 3% підприємств, що працювали в СЕЗ, виконували затверджені для них інвестиційні плани. У 2006 році до позитивних результатів ліквідації СЕЗ експерти відносили детінізацію значних грошових потоків, що стало можливим після закриття «донецького офшору» [14].

СЕЗ «Славутич» була створена відповідно до ЗУ №721 – XIV від 3.06.99 року з метою залучення інвестицій для створення нових робочих місць у місті Славутич та забезпечення працевлаштування працівників Чорнобильської АЕС, які вивільнюються у зв'язку з достроковим

виводом її енергоблоків із експлуатації, збільшення обсягів виробництва товарів (робіт) і послуг, поставок на внутрішній ринок високоякісної продукції та послуг, а також впровадження нових технологій, ринкових методів господарювання та розвитку інфраструктури СЕЗ «Славутич», поліпшення використання природних та трудових ресурсів.

Головне, що створення СЕЗ «Славутич» дозволило вижити цілому місту після закриття сумнозвісної Чорнобильської АЕС. Тільки за чотири роки суб'єктами СЕЗ «Славутич» стали 29 підприємств з інвестиційними проектами загальною кошторисною вартістю 83,8 млн. дол. США, реалізація яких створила 1847 нових робочих місць. На територію СЕЗ «Славутич» залучено інвестицій на суму 23,4 млн. дол. США, завезено та змонтовано обладнання та устаткування на суму понад 44,2 млн. грн., закуплено сировини та матеріали для забезпечення виробництва на суму 50,2 млн. грн. Загальна сума умовно нарахованих платежів (пільг), наданих суб'єктам СЕЗ «Славутич» склала 21,6 млн. грн., з них ПДВ – 8,7 млн. грн., ввізне мито – 11,4 млн. грн., податок на прибуток – 1,4 млн. грн. Загальна сума надходжень до бюджетів склала 1,8 млн. грн., із них ПДВ – 0,7 млн. грн., прибутковий податок з громадян – 1,0 млн. грн. Суб'єктами СЕЗ «Славутич» реалізовано продукції на суму 107,6 млн. грн. [16].

З 9 січня 1999 року вступив у силу Указ Президента України «Про СЕЗ у «Закарпатті», за яким зона створюється терміном на 30 років на площі 737,9 га. В її межах встановлюється спеціальний податковий, митний та інші режими інвестиційної діяльності.

За 1999-2008 роки кошторисна вартість інвестиційних проектів становила 265,8 млн. дол. США. З передбаченого проектами обсягу інвестицій тими підприємствами, які реалізують проекти у СЕЗ «Закарпаття», надійшло 218,7 млн. дол. США, або майже 2/3 загальних інвестицій. Пріоритетними видами діяльності у СЕЗ «Закарпаття» – є насамперед виробництво автомобілів, вузлів і виробів електронної промисловості, комплектуючих до стільникових телефонів, будівництво інженерних мереж і виробничих потужностей у формі індустріального парку, які реалізують такі відомі фірми, як «Єврокар», «Євромотор», «Ядзакі-Україна», «Флекстронікс», «Джейбіл Сьоркіт Юкрейн Лімітед». Ними було створено 4,5 тис. нових робочих місць і планувалося ще стільки ж [18].

Ще одним прикладом державного відновлення екологічної рівноваги та вирішення природоохоронних завдань та соціальних проблем було створення Законом України від 15.01.99 № 402-XIV спеціальної економічної зони «Яворів», де планувалося організувати СЕЗ виробничого спрямування терміном на 10 років через будівництво кілька нових підприємств: західноукраїнського нафтомастильного заводу, з виробництва сірчаної кислоти та гербіцидів, фабрики з пошиття

спортивного одягу із загальною сумою запланованих інвестицій – 46,8 млн. дол. США.

Яворів мав сприятливе транспортно-географічне положення і розвинену промислову інфраструктуру, близькість до кордону з Польщею. СЕЗ «Яворів» створювався з метою залучення інвестицій для створення нових робочих місць та забезпечення працевлаштування працівників з інших підприємств, які були звільнені через скорочення екологічно небезпечного виробництва. Сума грошових надходжень до бюджетів усіх рівнів від новостворених у СЕЗ «Яворів» підприємств при запропонованому пільговому режимі оподаткування очікувалась у розмірі 9,2 млн. грн.

25% валютного доходу Львівщини в цей період були зароблені на суб'єктах СЕЗ. Станом на 01.07.2004 року суб'єктами підприємницької діяльності СЕЗ «Яворів» було виготовлено продукції на загальну суму 207,2 млн. грн. На вільних виробничих площах ЯДГХП «Сірка» розміщено 16 нових підприємств – суб'єктів зони, на яких працевлаштовано понад 1200 колишніх працівників сірчаного комбінату. Усього ж за роки функціонування вільної зони створено 3715 нових робочих місць і збережено 2415 [5]. Позитивним є й те, що була досягнута галузева реструктуризація економіки регіону, запроваджені нові технології, а значить, покращилась якість продукції, значна частина якої експортувалась. За весь час дії СЕЗ «Яворів» експортовано товарів на загальну суму понад 75 млн. грн. Підвищився й життєвий рівень населення – середня заробітна платня на підприємствах зони становила 605 грн., тоді як у середньому в районі лише 340, крім того, безробіття зменшилося.

Протягом 10 років було впроваджено 25 інвестиційних проектів кошторисною вартістю 96,9 млн. дол. США у СЕЗ «Трускавець». Всього з початку функціонування зони станом на 01.11.2011 року залучено інвестицій в сумі 117,1 млн. дол. США, з них іноземні – 26,5 млн. дол. США, а саме в об'єкти інфраструктури приватної форми власності. Надходження до зведеного бюджету від реалізації інвестиційних проектів протягом усього періоду дії СЕЗ склали 48,1 млн. грн, в тому числі за 9 місяців 2011 року – 305,4 тис. грн. Дані, що зображені на рис. 1 свідчать про непогані темпи зростання інвестицій у СЕЗ перші п'ять років, та про різкий їх спад протягом останніх років [12].

Позитивною була й структура залучених інвестицій: пріоритетний розвиток належав послугам охорони здоров'я та туризму (77%), що цілком відповідало меті створення СЕЗ «Трускавець». Пізніше почала інвестуватися промисловість (шість проектів на загальну суму 11,4 млн. дол. США або 10% від загальної суми інвестицій), зв'язок, що відповідало подальшому просуванню СЕЗ, вже як території загального розвитку та просуванню. Така ситуація виникла через прийняття Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про Державний бюджет

України на 2005 рік» та деяких інших законодавчих актів України, яким виключено статті 2, 6 та 10 Закону України про СЕЗ «Курортполіс Трускавець» і визнано таким, що втратив чинність Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань оподаткування у зв'язку із створенням спеціальної економічної зони туристсько-

рекреаційного типу «Курортполіс Трускавець». Таким чином, головною помилкою у розвитку СЕЗ «Трускавець» знову стала непослідовна політика держави. Закон про дію СЕЗ «Трускавець» діяв, а економічний механізм дії був відмінений, в результаті чого подальший розвиток регіону призупинений.

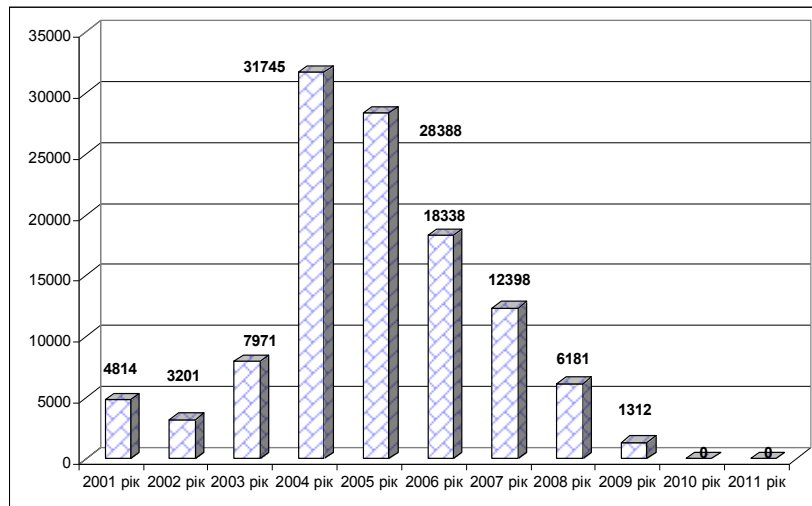


Рис. 1. Динаміка залучених інвестицій у СЕЗ «Трускавець» (тис. дол. США)

Джерело: складено автором за [12]

В СЕЗ «Інтерпорт Ковель» реєстрація інвестиційних проектів, господарська та фінансова діяльність не проводились взагалі через незавершеність нормативного процесу її створення: Президентом України було видано Указ про створення цієї СЕЗ, проте відповідний Закон України не був прийнятий Верховною Радою України. З іншого боку причиною призупинення проекту називали відсутність грошей [6]. Враховуючи перші позитивні результати роботи всіх прикордонних СЕЗ України, можна зробити висновок, що причиною провалу проекту СЕЗ «Інтерпорт Ковель» є непослідовність та безвідповідальність ініціаторів проекту.

Особливе місце суднобудування в промисловості Миколаївської області, яке обумовленого його високою концентрацією, зумовило мету утворення СЕЗ «Миколаїв» – вивести суднобудування на якісно новий рівень. В Миколаєві зосереджено більше 55% основних засобів суднобудівної галузі України, в тому числі: суднобудівних заводів – 48,5%; заводів суднового машинобудування – 83,5%; науково-дослідних та проектних установ – 70,7%.

Враховуючи сучасні тенденції у суднобудуванні, а саме той факт, що останніми роками на верфях світу спостерігається справжній бум в суднобудуванні: щоб замовити сьогодні судно там, де будується переважна більшість всіх суден світу – на верфях Південної Кореї, Китаю або Японії, то початку будівництва довелося б чекати не менше трьох років, тому що ці верфі забиті

замовленнями на кілька років вперед. Українські виробничі потужності завантажені менше ніж на половину. Відсутність відповідної конкуренції у Європі дає Україні шанс завантажити галузь, відновити колишню міць і славу українського суднобудування, вирішивши одну проблему – відновити професійні кадри або залучити їх, запропонувавши гідні умови.

Станом на 15 січня 2001 року СЕЗ «Миколаїв» одержала повний пакет нормативно-правових документів, необхідних для її функціонування. В результаті впровадження проекту очікувалось залучення – 650 млн. дол. США та збереження 33 тисяч старих та створення нових робочих місць.

Спостерігалась значна нерівномірність у ступені досягнення очікуваних результатів між окремими СЕЗ. Так, у СЕЗ «Порт Крим» залучено інвестицій на рівні 1,0% від очікуваного; у СЕЗ «Рені» – 0,5% і 31,0% відповідно. На цьому негативному фоні відповідні показники СЕЗ «Миколаїв» становили 137,1% і 100,0%, що свідчили про ефективність створеного проекту. Дані табл. 1 дають зведену характеристику по всім СЕЗ України [11].

Дані табл. 2 характеризують бюджетну ефективність роботи суб'єктів СЕЗ України. Так, ефективними були тільки шість СЕЗ, де показник надходжень до бюджету перевищив надані податкові пільги. Для СЕЗ «Миколаїв» вказаний показник склав маже 2,5, що становило додаткових 116,3 млн. грн. у бюджет.

Таблиця 2. Бюджетна ефективність суб'єктів СЕЗ України ( на 01.04.07 рік)

Назва СЕЗ	Надходження до бюджету		Податкові пільги		Коефіцієнт бюджетної ефективності
	тис. грн.	частка, %	тис. грн.	частка, %	
1	2	3	4	5	6 = 2 / 4
Донецьк	147 931,3	8,0	2 389 819,1	76,0	0,06
Славутич	6 953,1	0,4	29 362,4	0,9	0,24
Порто-франко	21 604,1	1,2	18 986,6	0,6	1,14
Трускавець	35 801,3	1,9	14 478,2	0,5	2,47
Закарпаття	1 143 715,1	61,9	521 084,9	16,6	2,19
Рені	0,0	0,0	1 081,2	0,0	0,00
Яворів	215 463,8	11,7	83 054,3	2,6	2,59
Миколаїв	199 362,7	10,8	83 114,8	2,6	2,40
Азов	77 046,0	4,2	4 966,9	0,2	15,51
Порт Крим	7,0	0,0	0,0	0,0	-
Усього по СЕЗ	1 848 965,0	100,0	3 144 867,0	100,0	0,59

Створивши спеціальні економічні зони, держава жодним чином не сприяла їхньому розвитку, а лише констатувала погану роботу. Для кожної СЕЗ в Україні необхідно було розробити унікальний спеціальний правовий режим оподаткування, який би відповідав особливостям місцезнаходження СЕЗ, типу зони, а також пріоритетним видам господарської діяльності, які планувалися здійснюватися на її території.

Процес залучення інвестицій у вільні економічні зони нерозривно пов'язаний із загальнополітичними і макроекономічними процесами, які відбувалися на Україні. Починаючи з 2004 року на СЕЗ України почали відбуватися негативні тенденції, в першу чергу, пов'язані із нестабільністю законодавства стосовно їх функціонування. Так, згідно ст. 9 Закону України «Про Державний бюджет на 2004 рік був введений мораторій на затвердження в 2004 році нових інвестиційних проектів в спеціальних економічних зонах і територіях пріоритетного розвитку країни. Ухвалення цієї статті зробило неможливим процес залучення інвестицій в депресивні регіони області, проте у другому півріччі мораторій було відмінено і у кінці 2004 року був затверджений перший інвестиційний проект по розвитку СЕЗ [1].

На початку 2005 року ситуація по залученню інвестицій і реалізації діючих проектів на СЕЗ значно погіршилася. Законами України «Про Державний бюджет України на 2005 рік» від 25.03.2005 рік, № 2505 [2] і «Про внесення змін до Закону України «Про Державний бюджет України на 2005 рік» [3] введений мораторій на розгляд і затвердження нових інвестиційних проектів на СЕЗ України, відмінені пільгові умови оподаткування і державні гарантії забезпечення інтересів суб'єктів підприємницької діяльності. Ці зміни в законодавстві не дозволили підприємствам повернути необхідні інвестиційні ресурси для реалізації проектів зон, відповідно підприємства не закуповували необхідне устаткування, що призвело до не створення передбачених

контрактом нових робочих місць, і відповідно до гальмування випуску продукції.

Таким чином, прийняте законодавство в сфері СЕЗ не мало змоги бути реалізованим в первинному вигляді та послужило тягарем для інвестиційної діяльності в Україні. Після ухвалення законів, що практично відмінили спеціальні режими інвестиційної діяльності у СЕЗ, нові інвестиційні проекти в 2005-2008 рр. не затверджувалися, що загострило в них соціально-економічну ситуацію.

На початку 2010 року питання необхідності відновлення практики СЕЗ в Україні стало активно обговорюватися в уряді. Так, на думку С. Тигіпко, який виконував обов'язки прем'єр міністра на той час, «повернення пільг стало б могутнім стимулом для створення нових робочих місць в депресивних регіонах і моно містах. Формально створені ще на початку 2000-х СЕЗ і ТПП (території пріоритетного розвитку) існують дотепер. Залишилося тільки повернути пільги, одночасно передбачивши надійні механізми контролю [14]. Пожвавлення дискусії навколо можливого перезавантаження СЕЗ мало місце і при уряді Ю. Тимошенко. Так, 27.01.10 року Кабмін Ю. Тимошенко схвалив законопроект «Про території пріоритетного розвитку» (Саме Кабмін Ю. Тимошенко ліквідував в 2005 році пільгові зони, мотивуючи своє рішення зловживаннями). Згідно з цим документом, в країні повинні були з'явитися особливі території, на які б розповсюджувалися ряд податкових пільг. Передбачалося звільнення від мит і ПДВ продукції, виробленої в ТПП на експорт, а також сировини, що імпортується для її виробництва; подібні пільги мали надаватися в обмін на інвестиції і робочі місця. Фактично законопроект про ТПП відроджував механізм пільгового оподаткування, що функціонував в 11-ти СЕЗ, які працювали до весни 2005 року.

Багаторазове повернення до відновлення СЕЗ говорить про гостру потребу у їх розвитку в нашій країні та відсутність ефективного механізму

регулювання, контролю роботи у цих зонах. «Слід пам'ятати, що навіть з усіх точок зору ідеально розроблений пакет документів по створенню будь-якої зони на практиці не буде збігатися з фактичними діями по його реалізації. Тому треба брати до уваги: логічність задуму, послідовність його реалізації, ресурсну забезпеченість проекту», – справедливо зауважує І.Ю. Іванович [9].

Різке загострення економічної та політичної ситуації сьогодні викликано воєнним втручанням Росії в Крим та Схід України. Вже сьогодні необхідно шукати нові шляхи реінкарнації знищеної промислової, транспортної, комунальної та житлової інфраструктури, щоб бути готовими розпочати відновлення цих територій. В першу чергу це стосується Донецької та Луганської області, інфраструктура яких практично знищено, а також Автономної Республіки Крим, повернення якої в склад України ні в кого не залишає сумнів.

Один з оптимальних форматів відродження знищених територій та депресивних регіонів є формат бренду територіальних формувань. Кожний вид територіального бренду: рекреаційний регіон, спеціальна (вільна) економічна зона, ТПР (територія пріоритетного розвитку), промисловий кластер, інноваційний парк тощо передбачає досягнення однієї стратегічної мети – реінкарнація регіону через структурний аналіз та перепрофілювання його потенціалу, стрімкий розвиток його економічного стану та підвищення соціальних стандартів, рівня добробуту населення.

Для багатьох країн найважливішою метою СЕЗ є створення нових робочих місць, впровадження високих технологій, розвиток експортного потенціалу, прискорення соціально-економічного розвитку країни. За допомогою СЕЗ відбувається прискорена інтеграція регіонів у систему економічних міжнародних зв'язків. Територіальне формування отримує потужний імпульс для розвитку комунікаційної, ділової та соціальної інфраструктури завдяки законодавчо встановленому економічному механізму, що передбачає привабливі умови для залучення інвестицій.

Важливими чинниками, що впливають на інвестиційні рішення, є податкові пільги, а також кредитні ресурси за низькими ставками, оскільки у підприємств, що вже існують на території СЕЗ, з'являється можливість розвивати власне виробництво, фінансуючи значну частину своєї діяльності за рахунок кредитних ресурсів. Умови СЕЗ сприяють утворенню фінансових системи, що об'єднуються з міжнародними банками з отриманням прав займатися офшорними операціями та користуватися великими податковими пільгами.

Інтегрований підхід до розв'язання такої мети потребує поступову (step-by-step) реалізацію створення територіального бренду відповідно до стандартного алгоритму.

Перший крок – SWOT аналіз досвіду функціонування територіальних формувань, виявлення його сильних, слабких сторін, можливостей за потенційних загроз;

Другий – обґрунтування стратегічного напрямку розвитку з урахуванням територіального потенціалу;

Розробка детальних програм розвитку та економічного зростання, умов залучення інвестицій, системи стратегічних показників;

Законодавча підтримка прийнятих рішень, механізмів їх досягнення, відповідальних осіб за впровадження цих рішень, а також терміни досягнення стратегічних ключових показників;

Організація та щільний контроль за дотриманням законодавчих, управлінських рішень, якістю їх результатів, їх оперативного корегування у разі потреби.

Брендинг території передбачає одночасний розвиток системи комерційних та некомерційних брендів та їх інтеграцію. Під комерційним брендом розуміємо специфічну (унікальну) форму представлення товарів та послуг, які виробляються підприємствами, розташованими в регіоні та призначених для реалізації як в регіоні, так і за його межами з метою отримання прибутку. До некомерційних брендів відносимо специфічне (унікальне) представлення некомерційних організацій, особистостей, окремих територій в межах регіону. Формування системи комерційних та некомерційних брендів сприятиме ідентифікації регіону як унікального середовища, якому притаманні певні конкурентні переваги, утворить економічний фундамент для подальшого створення територіального бренду.

Брендинг спеціальних економічних зон як територіальних формувань використовують як стратегію підвищення їх конкурентоспроможності з метою завоювання зовнішніх ринків, залучення інвесторів, туристів, нових мешканців і кваліфікованих мігрантів. Формування регіонального бренду спрямоване на подолання місцевого дефіциту матеріальних і нематеріальних ресурсів за рахунок підвищення ефективності використання існуючих та додатково залучених.

Особливим етапом формування бренду є донесення до широкої громадськості уявлення про унікальність території, його потенціал розвитку та можливостей для реалізації інтелектуального та фінансового капіталу, що супроводжується створенням відповідних умов та простору певної якості.

Бренд регіону розрахований на чотири основні аудиторії:

- інвесторів, які шукають нові можливості для інвестування власного капіталу;
- підприємців, що шукають кваліфіковану робочу силу та відповідні умови для розвитку бізнесу;
- місцевих жителів, які бажають кращого життя та стабільного доходу;
- туристів, що шукають нових вражень, емоцій, духовного задоволення [17].

Все вище згадане має відношення до формування внутрішнього змісту територіального бренду, гармонічна інтеграція якого буде оптимально завершено зі створенням його



зовнішньої складової – іміджу, якому необхідно приділити певну увагу. Імідж як штучна імітація зовнішньої форми територіального бренду

спрямовано формується у масовій свідомості за допомогою системи образів, що зображено на рис. 2.

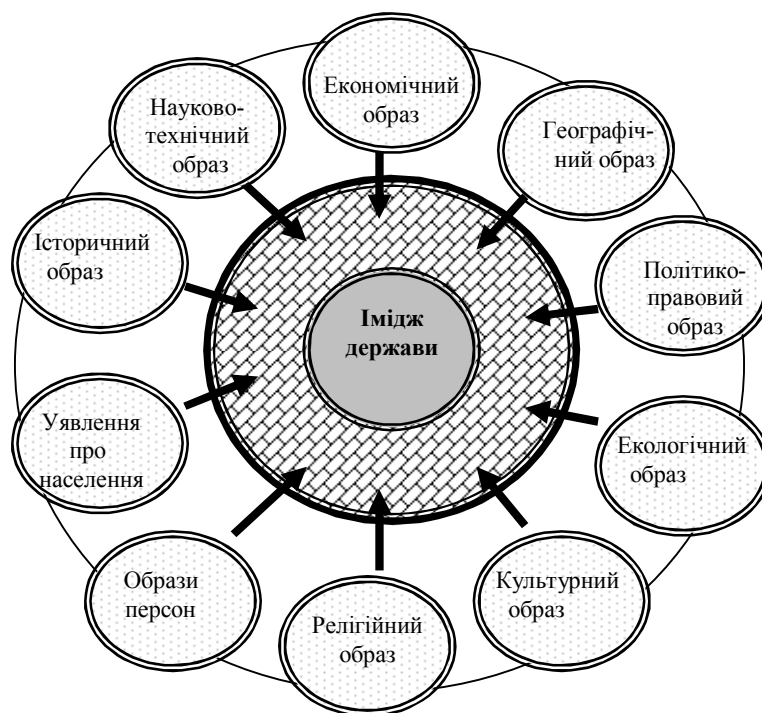


Рис. 2. Система елементів іміджу держави

*Джерело: складено автором*

Кожен з визначених на рис. 2 елементів є домінуючим у різних випадках. Виділення кожного елементу є досить умовним але аналіз та управління окремими елементами оптимізує формування необхідних образів, через які в майбутньому буде сприйматися імідж країни. Так, наприклад, «зелена економіка» як стратегічний напрямок пріоритетного розвитку тих галузей, що орієнтовані на ресурсозбереження, збереження навколишнього природного середовища та підвищення добробуту населення, є тим фундаментальним чинником, який формує екологічну образну складову позитивного іміджу країни. Економічний образ донесе інформацію про привабливі умови інвестицій, розвитку бізнесу, які потрібно розробити та закріпити законодавчо. Науково-технічний образ розкриє інтелектуальний потенціал країни та безмежні можливості національної науки, що сьогодні залишається за межами затребуваності.

Імідж країни належить до тієї категорії стратегічних ресурсів, що є фундаментом для вибудовувати інших активів держави, це механізм створення психологічної установки, яка буде визначати поведінку оточуючого суспільства. Імідж – багатогранне явище, яке відбиває і сутнісні, і зовнішні сторони бренду. Споживачі запам'ятовують форму, яка потім посиляє їх на подальші змістовні (візуальні) характеристики самого іміджу. Суть територіального бренду (його унікальність), стратегія його побудови, розвитку,

просування на ринку, його переваги, які є основним важелем у створенні стійкого асоціативного сприйняття бренду споживачами, складають його зміст, а зовнішні ідентифікатори територіального бренду, які дають можливість відрізнити бренд за зовнішніми ознаками серед інших, складають форму. Гармонія між формою і змістом бренду забезпечує йому максимальну ефективність. Саме тому метою брендингу території є, з одного боку, пошук і вибір точних вербальних і візуальних ідентифікаторів бренду, а, з іншого боку, серйозна розробка елементів бренду, які створюють єдиний образ території. Порушення єдності форми та змісту територіального бренду приводять до серйозних ризиків та помилок, скороченню його життєвого циклу. Підтвердженням створення таких хитких оболонки територіальних формувань є практика створення та функціонування СЕЗ в Україні, яка в більшій частині зупинилась на декларуванні мети, в кращому випадку на пропозиції законодавчої підтримки при загальному слабкому організаційному менеджменті як з боку держави, так і з боку приватного підприємництва. Робота над створенням позитивного іміджу СЕЗ зводиться до конструювання системи уявлень, образів, що пов'язані з цим регіоном, мають переваги, які вкорінені у колективну свідомість зовнішньої спільноти. Імідж підкреслює унікальність СЕЗ, її принципові складові характеристики, це сукупність емоційних і раціональних уявлень, які

вибудовують ланцюг асоціацій відносно СЕЗ, що формує відносини з іншими регіонами та забезпечує перспективи його економічного розвитку.

У багатьох країнах державна політика розвитку територіальних формувань рекреаційного призначення проводиться у рамках регіональних програм економічного розвитку і спрямована на розвиток депресивних регіонів. Вона сприяє економічному розвитку тих регіонів, де немає жодних перспектив розвитку індустрії, цим забезпечує зростання доходів населення і збереження історичного та культурного середовища. Розвиток рекреаційних формувань забезпечує надходження значних капіталовкладень та суттєво розширює сферу зайнятості населення. Індустрія оздоровлення та відпочинку сприяє загальному розширенню сфери обслуговування (комунального, побутового, культурного). Регіони, які використовують свій туристичний та рекреаційний потенціал, створюють додаткові робочі місця, залучають інвестиції, розвивають місцеву інфраструктуру, підвищують доходи та добробут населення.

Донецька та Луганська області мають значний рекреаційний потенціал, використання якого у гармонічному відновленні промислової інноваційної інфраструктури допоможе створенню нових робочих місць, залучення кваліфікованого персоналу, туристів, що забезпечить відновлення та подальший розвиток цих територій. Інтегрований формат бренду СЕЗ передбачає поєднання системної, послідовної законодавчої та фінансової державної підтримки, децентралізації управлінських рішень, стратегічних підходів до формування інвестиційних умов залучення фінансових ресурсів та вибору напрямку розвитку території, використання її економіко-географічного потенціалу.

Врахування історичних помилок у створенні СЕЗ як в одному з форматів територіального бренду та виваженість політичних рішень дозволять подолати економічну кризу в регіонах та в країні цілому, побудувати нову процвітаючу економічно міцну та незалежну Україну.

### Висновки

Аналіз створення та функціонування СЕЗ в Україні показав, що низька ефективність

загальних результатів викликана тільки невдалою організаційною роботою, неякісним менеджментом та нестабільним законодавчим полем. Подолання цих помилок та використання інтегрованого формату бренду територіальних формувань дозволить оптимізувати процес економічного розвитку депресивних регіонів. Для цього необхідні нові законодавчі ініціативи, унікальні фінансові та податкові механізми, що забезпечать залучення інвестицій, підтримають реалізацію інвестиційних проектів, будуть сприяти технічному переоснащенню, модернізації, збільшенню робочих місць.

Особливо важливим під час реалізації проектів створення СЕЗ в Україні є дотримання системи функцій менеджменту, що забезпечить:

- 1) професійне планування заходів та їх законодавчу підтримку;
- 2) максимально оперативну та точну організацію впровадження запланованих заходів;
- 3) створення привабливих інвестиційних умов, стимулів та мотивації сталого економічного розвитку;
- 4) оперативний, контроль за виконанням затверджених планів та досягнення стратегічних цілей;
- 5) корегування дій у разі потреби.

Справедливо висловились М. Фаріон та Т. Вергелес: «СЕЗ – це конкретні інструменти економічного зростання. І, як і будь-який інший інструмент, вони потребують певної майстерності у володінні ними. Чиясь неосвіченість не повинна ставати на заваді економічного прогресу» [22].

Об'єднання зусиль підприємництва, регіонального та державного уряду є обов'язковою умовою успішності реінкарнації депресивних територій. Мова йде не про державне втручання в управління ринковими процесами та національною економікою, а про інтеграцію економічних та законодавчих інструментів кожної сторони, спільні рішення та їх реалізацію на рівні регіону або СЕЗ.

Використовуючи формат бренду, українські вільні економічні зони матимуть значну конкурентоздатність на європейському просторі та стануть трампліном у розвитку загального інвестиційного клімату України.

### Список літератури:

1. Закон України «Про Державний бюджет України на 2004 рік». 2004, №43-44 [Електронний ресурс] / Офіційний веб-ресурс Верховної Ради України // Розділ «Законотворча діяльність» – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
2. Закон України «Про Державний бюджет України на 2005 рік». 2005, №7-8 [Електронний ресурс] / Офіційний веб-ресурс Верховної Ради України // Розділ «Законотворча діяльність» – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
3. Закон України «Про Державний бюджет України на 2005 рік». 2005, №29 [Електронний ресурс] / Офіційний веб-ресурс Верховної Ради України // Розділ «Законотворча діяльність» – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.

4. Анхольт С. Бренд – дорога к мировому рынку / С. Анхольт. – М.: Кудиц-Образ, 2004. – 270 с.
5. Вигринович М. СЕЗ «Яворів»: П'ятий рік у дії [Електронний ресурс] / М. Вигринович // Сайт Львівського регіонального центру. – Режим доступу: <http://www.dcz.gov.ua/lviv/control>.
6. Губернатор Волині хоче зробити в Ковелі інтерпорт [Електронний ресурс] // Інформаційний портал ВолиньPost. – Режим доступу: <http://www.volynpost.com/news/12512-gubernator-volyni-hoche-zrobyty-v-koveli-interport>.
7. Гук Н. А. Характерні риси функціонування вільних економічних зон (ВЕЗ) в трансформаційній економіці. – Автореферат дис. к.е.н. / Н. А. Гук. – К., 2008. – 18 с.
8. Економічне районування України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://refy.ru/71/244980-4-ekonom-chnе-rayonuvannya-ukrayini.html>.
9. Іванович І. Ю. Вільні економічні зони в Україні: проблеми становлення та розвитку / І. Ю. Іванович // Вісник Хмельницького національного університету. – № 5. – 2009. – Т. 1. – С. 192 – 196.
10. Інвестиції через інновації чи легальний режим несплати податків? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://maidanua.org/arch/arch2004/1095086759.html>.
11. Інвестиційна привабливість спеціальних правових режимів економічної діяльності в прикордонних з ЄС областях України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/monitor/December2009/16.htm>.
12. Інформація про діяльність СЕЗ «Курортполіс Трускавець» на підставі Закону України «Про спеціальну економічну зону туристсько-рекреаційного типу «Курортполіс Трускавець» [Електронний ресурс] // Режим доступу: [truskavets-city.gov.ua/doc/viddilu](http://truskavets-city.gov.ua/doc/viddilu).
13. Котлер Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / [Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д.]. – СПб: Питер. – 2005. – 382 с.
14. Лосев А. Реанімація СЕЗ – перше випробування «донецьких» на монолітність [Електронний ресурс] / А. Лосев. – Режим доступу: <http://economics.unian.ua/industry/340601-reanimatsiya-sez-pershe-viprobuvannya-donetskih-na-monolitnist.html>.
15. Марін С. В Одесі хотять реанімувати СЕЗ «Порто-Франко» [Електронний ресурс] / С. Марін. – Режим доступу: <http://odessa-life.od.ua>.
16. Посол США в Україні Джон Гербст із дружиною відвідав місто Славутич 22.12.2003 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ualogos.kiev.ua/toprint.html?id=435>.
17. Романюк С. А. Стратегічні підходи до формування регіонального бренду / С. А. Романюк, Г.Я. Студінська // Science and Education a New Dimension. – Humanities and Social Sciences. – II(6), Vol. 36. – 2014. – Р. 28 – 31.
18. Соколовська Я. Українські ВЕЗ мають стати зонами інвестиційної активності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ua-reporter.com](http://www.ua-reporter.com).
19. Тараканов Н. Л. Формирование свободных экономических зон курортно-рекреационного назначения: основные направления, хозяйственный механизм и эффективность / Тараканов Н. Л., Живицкий А. В., Студинская Г. Я. – Одесса. – 1998. – 20 с.
20. Ткаченко В. Спеціальні (вільні) економічні зони: чи ефективний такий інструмент регіонального розвитку (на прикладі Одеської області) [Електронний ресурс] / В. Ткаченко. – Режим доступу: [www.niss.od.ua/p/27.doc](http://www.niss.od.ua/p/27.doc).
21. Толстенко О. А. Эколого-экономические ориентиры специальной экономической зоны «АЗОВ» / Толстенко О. А., Харичков С. К., Студинская Г. Я. – Мариуполь: Рената. – 1999. – 80 с.
22. Фаріон М. Особливості та перспективи діяльності спеціальних економічних зон в Україні / М. Фаріон, Т. Вергелес // Економічний аналіз. – 2010 рік. – Вип. 5. – С. 370 – 374.
23. Офіційний сайт Одеської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.odessa.gov.ua>.

Надано до редакції 02.12.2014

Студінська Галина Яківна/Galina Y. Studinska  
[studinska.galina@gmail.com](mailto:studinska.galina@gmail.com)

**Посилання на статтю / Reference a Journal Article:**

Територіальний бренд як механізм реінкарнації депресивних регіонів України [Електронний ресурс] / Г.Я.Студінська // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 1 (17). – С. 62-72. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n1.html>