

*Т.Шмуль, студентка 4 курсу спеціальності  
«Міжнародна інформація» Східноєвропейського  
національного університету імені Лесі Українки*

*Науковий керівник – к.філол. н., доц. кафедри  
міжнародної інформації СХУ ім. Лесі Українки  
Карпчук Н.П. (Україна, м. Луцьк)*

### **Регіональний брендинг**

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

Брендинг – це систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій і комунікацій країни для реалізації стратегії конкурентної ідентичності. Термін вживається в широкому сенсі, розглядаючи країну як товар «з усіма його параметрами, набором характеристик, очікувань асоціацій, які сприймає, приписує товару споживач [...] , а також обіцянок певних переваг»; або ж є «назвою, яка викликає асоціації з набором певних відчутних і невідчутних переваг» [2].

Процес формування регіонального образу можна розглядати у межах моделі, яка включає три рівні. На першому (локальному) – формується автообраз регіону. На другому (загальнодержавному) – регіони перетворюються на суб'єкти символічного домінування та використовують свій іміджевий ресурс у конкретній боротьбі за право визначати державотворчі стратегії країни в цілому. Третій (міжнародний) рівень надає можливість регіону виступати на зовнішньому полі і в якості самостійної символічної домінанти, і в ролі об'єкта, що цілком підпорядкований стратегії позиціонування країни у світі. Образ території формується перш за все на локальному внутрішньому рівні, а не внаслідок зовнішніх впливів. У контексті соціально-політичних перетворень, згідно

з логікою нової ідеологічної ієрархії, автообраз регіону переформовує свої змістовні та символічні складові відповідно до вимог часу [1].

*Розглянемо складові зовнішнього образу деяких єврорегіонів:*



Єврорегіон Карпати-Україна, створений 14 лютого 1993р.

Місія полягає у соціально-економічного розвитку Карпатського Єврорегіону, підтримуючи розвиток процесів територіальної співпраці. Карпатський Єврорегіон



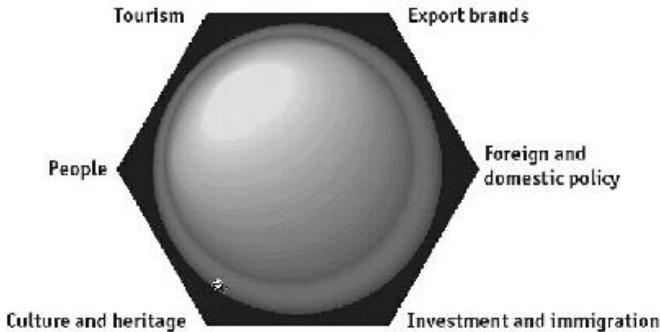
організовує і координує розвиток співпраці між її членами в галузі економіки, екології, культури, науки та освіти.

Єврорегіон Буг, створено 29 вересня 1995 р.

Основним направленням діяльності єврорегіону – подальший розвиток взаємовигідних економічних відносин, співпраця в соціальній та культурній сфері, а також з питань екології, попередження надзвичайних ситуацій. Єврорегіон Нижній Дунай, створено 14 серпня 1998р.

Згідно «шестикутника Ангольта» складовими брендингу є:

1. Експорт
2. Управління
3. Культура та спадщина
4. Населення (люди)
5. Туризм
6. Іміграційне законодавство та інвестиції



Одним з пріоритетних напрямів розвитку єврорегіонів є туризм, що обумовлено такими факторами: тенденцією до зміни функції кордону із бар'єрної на інтеграційну; наявністю потужного потенціалу природних та історико-культурних туристично-рекреаційних ресурсів, які є привабливими для громадян обох країн; спільним історичним минулим; близькістю мови та культури наших народів, релігійною спорідненістю. Цікавість до розвитку співпраці в галузі теризму підкріплюється можливістю залучення коштів зі структурних фондів Європейського Союзу. Про важливість розвитку туризму в прикордонних регіонах йдеться у Державній стратегії регіонального розвитку України на період до 2015 року.

У межах двох єврорегіонів «Карпати» та «Буг» співпрацюють Україна та Польща, що дає можливість

місцевим органам влади розробляти спеціальні програми у сфері туризму, реалізувати конкретні туристичні проекти, вирішувати проблеми, які пов'язані з розвитком туристичної галузі.

Програма дій в євро регіоні Нижній Дунай включає розвиток економічного співробітництва в сфері туризму та рекреації, лібералізацію прикордонних і митних стосунків, відбудову нових пропускних пунктів, економічних зон вільної торгівлі тощо. Асамблея Європейських регіонів прийняла рішення фінансувати українську програму щодо збереження унікального природного комплексу – дельти річки Дунаю.

У межах євро регіону «Верхній Прут» Чернівецька область має великі перспективи розвитку туризму, як одної із пріоритетних галузей регіональної економіки. Для цього необхідні розвинуте готельне господарство, мережа автошляхів, залізниць, аеропортів, телекомунікацій, центрів туристської інформації, місць організації дозвілля. Відомо, що туристські потоки безпосередньо залежать від стану готельного сектора, якості та ціни основних і додаткових готельних послуг. Євро регіон "Верхній Прут" має хороший потенціал для формування і розвитку туризму. Туризм діє як катализатор структурного розвитку прикордонних територій держав через різні сфери, сприяючи регіональному економічному розвитку та створенню нових робочих місць.

Отже, створення євро регіонів в Україні є інструментом розвитку прикордонних територій та реалізація євроінтеграційних прагнень. Галузі туризму у прикордонних територіях мають сприятливі перспективи для подальшого розвитку. Також можуть стати чинником для посилення і поглиблення добросусідських відносин, співпраці в галузі науки та культури, сприятимуть розвитку транспортної інфраструктури та інвестиційній діяльності в прикордонних територіях.

*Джерела:*

1. Мамонтова Е.В. Формування регіонального образу як складова державотворчого процесу [Електронний ресурс] – Режим доступу [http://archive.nbuiv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Apdu/2008\\_2/doc/2/05.pdf](http://archive.nbuiv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Apdu/2008_2/doc/2/05.pdf)
2. Федорів Т. «Репутація країни» та «Державний брендинг» як категорія науки державного управління / Т.Федорів // Національна академія державного управління при Президентові України – С. 2 – 3.