

автомобільних комплектуючих, а Литва – у сфері транспорту та портової логістики.

Попри значні можливості, існує низка викликів, які необхідно вирішити для повноцінної інтеграції у європейські виробничі ланцюги. Найбільш критичними питаннями є безпекова ситуація, відновлення інфраструктури, залучення довгострокових інвестицій та подолання бюрократичних бар'єрів.

Ключовим завданням стане відновлення виробничих потужностей, пошук нових ринків для експорту та забезпечення стабільності економічного середовища. Програми державного стимулювання інвестицій та підтримка малого та середнього бізнесу відіграватимуть важливу роль у відновленні економіки.

Після війни Україна має шанс трансформувати свою економіку та стати невід'ємною частиною європейських виробничих ланцюгів. Інвестування в інфраструктуру, високотехнологічні галузі та відновлювану енергетику забезпечить довгострокове економічне зростання. Завдяки політичній підтримці ЄС, реформам та міжнародним інвестиціям Україна може стати важливим промисловим і логістичним центром у Європі, відіграючи ключову роль у регіональному економічному просторі.

Література:

1. Орел Ю. Л., Прочан А. О., Нестеренко О. П. Перспективи післявоєнного відновлення економіки України: реалії сьогодення. *Академічні візії*, №31. 2024. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1060/940> (дата звернення: 09.02.2025).
2. Представництво України в Європейському Союзі. URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/> (дата звернення: 09.02.2025).
3. Разумков Центр. URL <https://razumkov.org.ua/> (дата звернення: 09.02.2025).

РОЗВИТОК БРЕНДУ ЧЕРКАЩИНИ ЯК СКЛАДОВОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РЕГІОНУ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

КУКСА В. М., канд. екон. наук, доц. кафедри економіки, фінансів, обліку, математичних та інформаційних дисциплін
Черкаська філія ПВНЗ «Європейський університет», м. Черкаси, Україна

Після завершення військових дій в Україні постане потреба в повоєнному відновленні та визначенні позицій України та її регіонів на міжнародному ринку. Для залучення інвестицій та благодійних коштів важливо розвивати і позиціонувати не зруйновані регіони країни. Черкащина є одним із найбільш привабливих туристичних регіонів, який має багату історико-культурну спадщину, вигідне місце розташування та визначні місця. Міжнародні донори мають сприймати Україну як потужну і самобутню країну з глибокою історією, традиціями та цінностями. Воїни ЗСУ мужньо захищають право на існування України та її народу, тому необхідно активно розвивати та позиціонувати регіони, зокрема Черкащину.

Питанням позиціонування країн та регіонів присвячено дослідження таких зарубіжних науковців, як Котлер Ф. [4], Анхольт С., Кромвелл Т., Олінс У., Рейн І., а також українських науковців, зокрема Андрійчука О., Кукси В. [2; 3], Мірошніченка В., Теплухіна А. та інших.

Після завершення бойових дій Україна зіткнеться з необхідністю відновлення окупованих територій та залучення фінансових ресурсів. Основні зусилля будуть спрямовані на залучення спонсорів, донорів і інвесторів зруйнованих регіонів. Головним завданням уряду стане позиціонування країни на міжнародному ринку та просування регіонів, підкреслюючи їх унікальність і культурно-історичні особливості, унікальні пам'ятки архітектури.

Черкаська область є одним із найбільш привабливим туристичним регіоном, оскільки вона розташована в центральній частині України та мінімально постраждала від дій російських загарбників. Цей регіон знаходиться в лісостеповій зоні, з великими площами хвойних і листяних лісів, що робить його особливо привабливим для туристів. Область знаходиться на обох берегах річок Дніпра та Південного Бугу, межуючи з Київською, Полтавською та Вінницькою областями. Її протяжність складає 245 км з північного сходу та 150 км з півночі на південь.

З урахуванням географічного розташування та гірського масиву області можна сказати, що цей регіон має великий туристичний потенціал, і важливо розвивати туристичні об'єкти та локації. Основна частина туристичних локацій зосереджена в Чигиринському районі та в Холодному Яру.

Логотипи туристичних об'єктів містять зображення локацій, до яких вони належать. Вони виконані з червоним графічним елементом на чорному фоні. Така айдентика була розроблена для Черкаської області за замовленням Черкаської ОДА з бюджетом 150 тис. грн. [1].

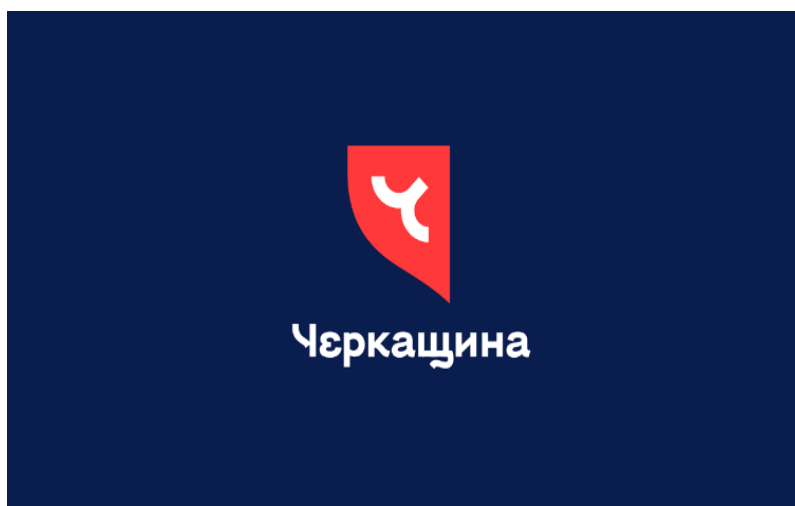


Рисунок 5.6 – Логотип Черкаської області [1; 5]

При розробці логотипу були використані трипільські символи — спіраль, що символізує зв'язок часу, та прапор, який розвивається на вітрі. Айдентика Черкаської області створили спільно Bulanov büro та White Studio Design [8].



Рисунок 5.7 – Кольорова гама та приклади логотипів локацій [1]

Розробляючи логотипи, дизайнери прагнули передати не лише силу (слоган «місце сили»), але й волю та легкість Черкащини [6]. Остаточний бренд області був презентований у серпні 2020 року. Завдяки йому Черкащина повинна стати більш впізнаваною, а кількість туристів має зрости.

Черкащина багата на унікальні туристичні об'єкти та пам'ятки серед яких: Трипільське посилення, Дуб Залізняка, Черкаська дамба, Холодний Яр, Дендропарк Софіївка, Музей Б. Хмельницького, Резиденція Б. Хмельницького, Мотронинський монастир, Білий лотос, Три криниці, Тарасова гора.

Розроблена та запропонована айдентика сприятиме залученню фінансових ресурсів та відвідувачів для громад.

Серед проблем, що виникають при популяризації бренду та логотипу Черкаської області, можна виокремити наступні:

- агресія Росії та військові дії на території України;
- панічні настрої серед місцевого населення та виїзд людей з регіону;
- нестабільна ситуація з електропостачанням і неможливість прогнозувати майбутнє постачання електроенергії;
- нестабільна економічна ситуація в країні;

- недостатнє фінансування та обмежені кошти для проведення реставраційних і будівельних робіт;
- зниження уваги до історичних об'єктів і заходів з їх популяризації, а також туристичних локацій;
- недостатнє утримання туристичних об'єктів.

Для вирішення зазначених проблем необхідно здійснити такі заходи на місцевому, регіональному та державному рівнях:

- виділяти кошти на підтримку об'єктів у привабливому стані та створювати нові туристичні локації;
- залучати малий та середній бізнес для покращення інфраструктури туристичних місць, будівництва готелів, ресторанів та інших об'єктів;
- реалізовувати маркетингові заходи для кожної туристичної локації.

Таким чином, Черкащина є привабливою для туристів областю, багатою на визначні місця та історичні архітектурні пам'ятки. У 2020 році був розроблений логотип, бренд та айдентика області. Незважаючи на військові дії, важливо продовжувати розвивати та позиціонувати Черкащину, виділяючи кошти на маркетингові заходи та утримання туристичних об'єктів. Після завершення бойових дій в Україну відбудеться наплив туристів. З одного боку, вони побачать жахіття війни та звірства російських військ, а з іншого – захопляться героїзмом та сміливістю українців, які є нащадками Б. Хмельницького. Позиціонуючи історичні пам'ятки та туристичні локації, за допомогою маркетингової стратегії, ми підсилюємо інтерес до відвідування історичних пам'яток та необхідність інвестувати фінансові ресурси в відновлення України, сприяючи її відродженню як потужної, стабільної країни з сильною економікою.

Література:

1. Бренд Черкащини: Як трипільські кола і прапор Богдана Хмельницького допомагатимуть місцевим. URL: <https://www.village.com.ua/village/business/case/300347-brend-cherkaschini-yak-tripilski-kola-i-prapor-bogdana-hmelnitskogo-dopomagatimut-mistsevim> (дата звернення 10.02.2025)
2. Кукса В. М. Формування бренду міст України як необхідна складова їх розвитку / *Електронне наукове видання Міжнародний науково-практичний журнал «Фінансовий простір»*. 2018. № 3. С. 110-117. URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/article/view/620/618>
3. Кукса В. М. Формування та позиціонування бренду «України» у світовому просторі / *Електронне наукове видання Міжнародний науково-практичний журнал «Фінансовий простір»*, 2017. № 2. С. 26-31. URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/article/view/515>
4. Маркетинговий менеджмент: підручник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. Київ : Видавництво «Хімджест», 2008. 720 с.
5. Створили айдентіку Черкаської області : дивіться, який вигляд має лого та бренд URL: <https://www.village.com.ua/village/city/city-news/300265-stvorili-aydentiku-cherkaskoyi-oblasti-divitsya-yakiy-viglyad-mae-logo-ta-brend> (дата звернення 11.02.2025)
6. Черкащина місце сили. URL: <https://brand.ck.ua/> (дата звернення 13.02.2025)