

АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СПОРТИВНОГО БРЕНДУ М. СУМИ

студент гр. МК-01 Ахремєєва М.В.

У сучасній економіці місто або регіон не може розглядатися як абсолютно замкнута територія. В умовах всесвітньої економічної кризи муніципальні утворення, в силу своєї залежності від дотацій держави, впритул стикаються з нестачею фінансування і вимушеним переходом до самостійного розвитку. У зв'язку з цим в останнє десятиріччя все більш популярною стає тема брендингу території. Затребуваними стають можливості маркетингу, що використовуються з метою підвищення привабливості регіонів.

Успішність бренду муніципального утворення безпосередньо впливає на забезпечення стійкого і привабливого іміджу території, залучення зовнішніх інвестицій, нарощування господарського потенціалу, зміцнення інтеграційних та коопераційних зв'язків, трансляцію регіональних досягнень та ініціатив. За словами самого авторитетного теоретика в області територіального брендингу С. Анхольта, бренд території – це також щось більше, ніж про нього прийнято думати. За його словами, це відображення так званої «placesubstance» («сутності місця») [1].

Серед основних інструментів, що сприяють створенню та просуванню бренду міста є формування у свідомості споживачів асоціацій з певними подіями, відомими особами чи об'єктами. Останнім часом активно використовується популяризація територій за допомогою спортивних об'єктів.

Проаналізуємо можливість формування спортивного брендингу у м. Суми. Важко представити, щоб було б, якби люди не займалися спортом, не обов'язково професіональним, але й любительським. На вулицях Сум, ми зустрічаємо людей, що біжать нам на зустріч з посмішкою, у парках і на спортивних площадках молодь займається на турніках та брусьях. Але чи достатньо цього, щоб місто у свідомості не лише сумчан, а й мешканців інших міст сприймалося як «спортивне»? Звичайно, ні. Для цього повинні бути люди, які прославили своє місто на відомих змаганнях, має бути розвинута спортивна інфраструктура.

Суми відоме своїми спортивними досягненнями. Тут народились відомі чемпіони світу та олімпійських ігор – Олександр Шапаренко, Володимир Куц, Андрій Жаботинський, Олександр Кириченко, Володимир Голубничий, Олександр Феденко, Олександр Біланенко, Олена Петрова, Віталій Лук'яненко, сестри Семеренки, Олександр Григорьев, Олег Гусев та ін. На рівні області останнім часом було реконструйовано 6 стадіонів, 31 спортивних залів та комплексів, 13 футбольних полів, побудовано 8 основ для спортивних площадок з синтетичним покриттям. В області збережена й постійно розвивається мережа ДЮСШ, яка нараховує 57 закладів. Сумщина займає друге місце у країні за показниками участі дітей та молоді у дитячо-юнацьких спортивних школах, в яких навчається близько 17 тисяч школярів [2]. Регіон реалізує єдиний в Україні унікальний соціальний проект розвитку дитячо-юнацького футболу, в межах якого побудований футбольний центр «Барса» [3]. За короткий час центр став відомим не лише у місті та в нашій країні, а й за кордоном.

Тому слід приділити даному центру особливу увагу з боку маркетингу. За умови високих спортивних досягнень команд «Барси», позитивного ставлення сумчан та правильної маркетингової політики даний центр може стати відомим об'єктом міста і сприяти розвитку його позитивного іміджу.

ФЦ «Барса» має яскравий логотип, що підвищує ступінь сприйняття центру. До того ж, асоціації, які викликає ФЦ є лише позитивними – дитинство, активність, футбольний центр європейського рівня та ін. Лозунг центру «Футбол починається з тебе!» розкриває сутність дитячо-юнацького футболу. Наявність професійного тренерського

складу та розвиненість інфраструктури підвищує довіру до центру, як до місця підготовки професійних футболістів. ФЦ «Барса» швидко став відомим у місті і продовжує розвивати свою популярність. Тож, можна сказати, що даний бренд може стати основою для популяризації міста Суми. Аналіз даного бренду має велике практичне значення для міста, тому потребує подальшого дослідження.

1. Анхольт С. Бренд Америка: мати всіх брендів / Анхольт С. – М., 2010.
2. В спортивну інфраструктуру Сумщини вложено почти 13 млн грн. // журнал Наши Сумы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nashisumy.com.ua/zhurnal/novosti/v-sportivnuu>.
3. Офіційний сайт ФЦ «Барса» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fcbarca.com.ua/>

Науковий керівник: доц. Ілляшенко Н.С.

Ахrameєва, М.В. Аналіз можливості формування спортивного бренду м. Суми [Текст] / М. В. Ахrameєва ; наук. кер. Н.С. Ілляшенко // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 245-246.