ОБГРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ РЕГІОНУ

студент **Богданова Т.В.**
(науковий керівник асист. **Мельник Ю.М.**)

В сучасних ринкових умовах провідні країни світу активно використовують потенціал маркетингу з метою підвищення комерційної, інвестиційної або туристичної привабливості регіонів. Теоретичну основу такого підходу складає концепція регіонального маркетингу.

Регіональний маркетинг - це організація маркетингової діяльності в регіоні, яка передбачає маркетинг товарів і послуг, що надаються регіоном місцевим, національним і міжнародним інвесторам. Регіональний маркетинг займає визначне місце в системі управління соціально-економічним розвитком регіону.

Продуктом у регіональному маркетингу виступає територія, що має свої сильні (привабливі) й слабкі (неперспективні) сторони. Мета регіонального маркетингу полягає в тому, щоб максимально поширити інформацію про регіон, як зручне місце для бізнесу, інвестицій, відпочинку, рекреації, туризму тощо.

Економічний розвиток регіонів країни в ринкових умовах характеризується відповідним станом конкуренції за частку споживачів, туристів, інвесторів, капіталу тощо.

Держави, регіони й окремі міста проводять масштабні проекти по створенню власних брендів. Різнобічні передумови для розвитку регіонального бренду має ряд міст і областей України, в тому числі і Сумська область.

Розглянемо основні чинники, які визначають необхідність формування бренду регіону:

1. Підвищення інвестиційної привабливості регіону.

Для залучення інвестиційних коштів необхідні комунікаційні заходи (promotion) щодо декларування конкурентних переваг регіону, і саме бренд забезпечує поширення і сприйняття інформації про перспективність та привабливість регіону серед потенційних інвесторів. Також регіональний брендинг врівноважує відносини між центральною й регіональною владою та стає потужним інструментом захисту фінансових інтересів регіону.

Про необхідність формування бренду для Сумщини свідчить той факт, що з потоку інвестицій, спрямованих в Україну, на Сумську область припадає менше 2-х відсотків.

2. Підвищення конкурентноздатності.

Брендинг регіону невід'ємний від процесів підвищення його конкурентоспроможності, бо за своєю природою бренд є демонстрацією конкурентних переваг і, відповідно, більшої вартості наявних та потенційних можливостей.

3. Забезпечення соціальної стабільності.

Бренд регіону є важливим елементом забезпечення соціальної стабільності за рахунок того, що він підвищує рівень самооцінки місцевих мешканців, робить їх проживання на певній території більш комфортним і менш конфліктним.

4. Економічний розвиток регіону.

Бренд повинен стати інструментом розвитку регіону, необхідно створити ефективні бренд-стратегії, які знизять ризики господарської діяльності й забезпечать успішний розвиток регіону. Як результат, бренд сприятиме зростанню економічного потенціалу регіону.

5. Підвищення престижності регіону.

Брендинг дозволяє підвищити престижність регіону в очах не лише внутрішньої, але й зовнішньої аудиторії.

6. Туристична привабливість.

Актуалізація регіонального рекреаційного комплексу, історичних пам'яток, формує сприятливий образ території в очах туристів. А розвиток туризму сприяє формуванню відповідної забезпечуючої інфраструктури.

Кожен регіон України зазнав антропогенного навантаження. За більшістю екологічних показників Сумська область належить до найбільш екологічно чистих областей України. Саме екологічна привабливість регіону має бути покладена в основу формування бренду Сумської області. Необхідно створити бренд Сумщини як екологічно сприятливого регіону, використовуючи наявний екологічний, економічний, науковий, виробничий та освітній потенціал території.

Впровадження регіональної програми формування бренду регіону забезпечить зростання основних показників, які характеризують рівень забезпечення соціально-економічного розвитку території.