

О.В. Жегус, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

Т.М. Парцирна, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

Н.М. Кривошеєва, викл. (*ХТЕК КНТЕУ, Харків*)

СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ СПОРТИВНОГО ІМІДЖУ МІСТА

Процеси глобалізації обумовлюють загострення територіальної конкуренції, вона стає характерною рисою світової економіки, що значно підвищує роль маркетингу в управлінні територією, зокрема містом. Міста вступають в суперництво за залучення приватних і державних інвестицій в економіку, участь у державних програмах та отримання держзамовлень для підприємств; туристичні потоки і споживачів товарів і послуг власного виробництва, а саме головне – за людський капітал в особі кваліфікованих фахівців, талановитих вчених, видатних діячів мистецтва, а також спорту.

У цілому значно зросла роль спорту та спортивних проєктів у формуванні спортивного іміджу міста. Це обумовлено тим, що фізична культура і спорт як соціальний інститут і як специфічний вид професійної діяльності, активно впливає на розвиток здорового суспільства, зазнає нині глибокі кількісні, структурні та якісні перетворення. У сучасних умовах спорт не тільки проникає в більшість соціальних інститутів, включаючи охорону здоров'я, освіту, культуру, засоби масової інформації, а і усе більше впливає на соціально-економічний розвиток території.

Ураховуючи все це, спортивний імідж території має значний потенціал для покращення соціально-економічних умов, отримання при цьому економічних вигод і забезпечення на цій основі розвитку території. Формування позитивного спортивного іміджу міста має на меті формування його інвестиційної та соціальної привабливості. Покращення спортивного іміджу міста дозволить розвивати сфери фізичної культури та спорту, а також культуру і науку, освітню сферу, що у сукупності сприятиме підвищенню якості життя.

У м. Харкові на місцевому рівні управління прийнято розвивати спортивний імідж міста, для чого вже реалізовано низку заходів [sportevents.kharkiv.ua]:

- створено Департамент спортивних іміджевих проєктів та маркетингу;
- сформовано бренд «Kharkiv sport city»;
- гасло, що характеризує спортивний імідж міста – «Перемога в спорті – перемога в житті»;

- утворено Харківський спортивний портал «sportevents.kharkiv.ua», на якому представлено значний обсяг інформації про спортивні іміджеві проекти, що реалізуються у м. Харкові, спортивні заходи, розміщуються спортивні новини, надається повна інформація про спортивну інфраструктуру міста;

- ведеться комунікаційна взаємодія у соціальних мережах;

- оголошено щорічний конкурс перспективних розробок по організації іміджевих проектів «Спортивні ініціативи Харкова»;

- проведено спортивний ярмарок «Харків – спортивна столиця України» з метою популяризації фізичної культури, спорту та здорового способу життя.

Все це утворює якісну інформаційну підтримку, але активізації потребує маркетингова складова реалізації спортивного іміджевого проекту «Харків – спортивна столиця». Для успішної реалізації програми просування спортивного іміджу та формування репутації міста в сучасному світі потрібно активізувати використання інструментів маркетингу, що дозволить розвинути конкурентні переваги його для перемоги в боротьбі за туризм, інвестиції, експорт, вплив. Усі маркетингові інструменти у процесі формування та просування спортивного іміджу м. Харкова «Харків – спортивна столиця України» доцільно розробляти та реалізовувати за наступними групами:

- маркетинг спортивного іміджу, метою якого є підвищення міжнародного визнання позитивного образу міста, що передбачає активізацію комунікаційних заходів, що демонструють відкритість його для контактів і дозволяють зовнішнім суб'єктам краще пізнати, упевнитися в суттєвості наявних у нього переваг у тому числі для проведення спортивних змагань міжнародного рівня;

- маркетинг спортивної інфраструктури та привабливості міста, що обумовлює необхідність її розвитку та просування, а також – прискорення розвитку соціальної, транспортної інфраструктури, сфери послуг тощо як основи конкурентних переваг у формування спортивного іміджу міста;

- маркетинг населення, у даному випадку вкрай важливим є визнання та залучення до іміджевих спортивних заходів видатних місцевих спортсменів.

Реалізація розглянутих заходів сприятиме зростанню поваги до м. Харкова, підвищенню його привабливості для туристів, бізнесменів та інвесторів, підніме престиж навчання, роботи і життя у місті. У цілому спортивні іміджеві заходи мають значний ресурс впливу на імідж території, який здатний значно його покращити.