

## СТВОРЕННЯ БРЕНДУ ТУРИСТИЧНОЇ ГРОМАДИ

**Одунтан Дамола Адебайо,**

*здобувач вищої освіти спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування»*

*Миколаївський національний аграрний університет  
м. Миколаїв, Україна*

**Анотація:** дана робота присвячена дослідженню процесу створення бренду туристичної громади в Україні. Розглянуто основні етапи створення бренду та визначено ключові фактори, що впливають на успіх цього процесу. Акцентовано увагу на тому, що успіх створення та розвитку бренду залежить від тісного співробітництва місцевих органів влади та громадських організацій.

**Ключові слова:** бренд, туристична громада, регіони України, стратегічна задача, цільова аудиторія, маркетинг, територія.

Брендування туристичної громади є важливою частиною розвитку туризму в будь-якому регіоні. Брендуння допомагає району виділитися з-поміж інших і залучити туристів. Однією з головних складових успішного створення бренду туристичної спільноти є участь громадян у розвитку туризму в рідному місті, що можна здійснити за допомогою різноманітних заходів, кампаній, опитувань тощо. Окрім звернення до громадськості, успішне створення туристичного бренду вимагає аналізу конкурентних переваг регіону. При цьому необхідно визначити фактори, які можуть зробити територію привабливою для туристів, а також виділити її з-поміж інших регіонів.

Наступним етапом при створенні бренду туристичної громади є визначення цільової аудиторії та унікальної пропозиції. Необхідно розуміти, якими характеристиками має володіти територія, щоб вона стала привабливою для певної групи туристів. Вибір стратегії та розробка маркетингової комунікації є також важливим етапом при створенні бренду туристичної громади. Необхідно визначити канали комунікації з цільовою аудиторією та розробити привабливий та зрозумілий бренд-імідж. Фінансові та бюджетні аспекти також необхідно враховувати при створенні бренду туристичної громади. Для розвитку туризму потрібні інвестиції, тож необхідно розробити ефективну стратегію залучення фінансування [1].

Використання сучасних технологій та інформаційних платформ є важливим аспектом створення бренду туристичної громади в умовах децентралізації в Україні. Створення веб-сайту, розробка мобільних додатків, використання соціальних мереж дозволить ефективно просувати бренд та привертати нових туристів. Особливу увагу слід приділяти підготовці кадрів. Необхідно забезпечити належний рівень кваліфікації працівників сфери туризму, проводити тренінги та семінари для підвищення рівня сервісу та

якості обслуговування туристів. Також важливим етапом є моніторинг та аналіз результатів діяльності. Потрібно розробити систему оцінки ефективності та вимірювання рівня задоволеності туристів, щоб вчасно вносити зміни та покращення в роботу туристичної громади [2].

Для створення бренду туристичної громади необхідно враховувати культурні та природні особливості регіону, його унікальні переваги, які допоможуть привертати туристів. Наприклад, це може бути культурна спадщина, ландшафти, національні парки та заповідники, традиції та звичаї місцевих жителів, кухня та гастрономічні традиції. Важливим елементом в створенні бренду є реклама та маркетингові заходи. Серед них можна виділити проведення різноманітних подій та фестивалів, організацію екскурсій та тематичних маршрутів, публікацію рекламних матеріалів та статей в ЗМІ та на інших платформах, співпрацю з туристичними операторами та агенціями [3].

Таким чином, створення бренду туристичної громади - це важлива стратегічна задача, яка вимагає комплексного підходу, тісного співробітництва місцевих органів влади та громадських організацій. Успішне вирішення цієї задачі дозволить регіонам України зайняти достойне місце на світовій туристичній карті та позитивно вплине на післявоєнний розвиток країни, оскільки відновлення туристичної галузі може стати одним із шляхів вирішення соціальних, економічних та політичних проблем країни. Все це допоможе привернути більше туристів в регіони України та підвищити їхній інтерес до нашої культури та історії. Крім цього, розвиток туризму може стати стимулом для розвитку інших галузей, таких як сільське господарство, ремесла, культура та інші.

### Список використаних джерел

1. Центр Розвитку Громада.UA «Брендинг громад» URL: <https://hromada-center.org.ua/projects/8>
2. Філановський О. Гра в бренди. К.: Наш формат, 2019. 176с.
3. Як створити у громаді умови для сталого економічного розвитку: можливості та практики. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/13669>

**Abstract:** This work is devoted to researching the process of creating a brand of a tourist community in Ukraine. The main stages of brand creation are considered and the key factors affecting the success of this process are determined. Attention is focused on the fact that the success of the creation and development of the brand depends on the close cooperation of local authorities and public organizations.

**Keywords:** brand, tourist community, regions of Ukraine, strategic task, target audience, marketing, territory.

**Науковий керівник:**

**Шишпанова Н.О.,**

*канд. екон. наук, доцент, доцент*

*кафедри публічного управління та адміністрування*

*і міжнародної економіки,*

*Миколаївський національний аграрний університет*