

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ РЕГІОНУ

Камчатна В.Ю.

Науковий керівник – Богдан Н.М., д-р екон. наук, доцент

На сьогоднішній день туристична сфера активно розвивається, і охопила усі галузі світового господарства. Сьогодні туризм – один із пріоритетних напрямків інвестування, у тому числі і іноземного, вплив туризму як економічної діяльності на інвестицій сектор має визначне місце в розвитку країни. Україна має унікальні природно-кліматичні, історико-культурні та рекреаційні ресурси, розвинуту туристичну інфраструктуру, але на жаль, місцева влада та органи самоврядування не використовують потенціал регіону на всі сто відсотків, що впливає на економіку не тільки регіону, а й в цілому країни, і як наслідок, знижує рейтинг України на міжнародній арені.

Кожен регіон більшою або меншою мірою має привабливі туристичні ресурси, що призводить до жорстокої міжрегіональної конкуренції за інвестиції, в таких умовах зростає попит на створення іміджевої політики для підвищення конкурентоспроможності регіону та створення інвестиційно привабливого клімату.

Завдяки іміджу регіону, територія може себе просувати на різних макро- і мікрорівнях, що дозволить покращити її політично-економічний стан та авторитет, налагодити партнерські стосунки, підвищити рівень життя населення, тим самим приверне увагу не тільки міжнародних співтовариств, а також інвесторів і туристичні потоки. Отже, основним завданням привабливого туристичного іміджу регіону є задоволення потреб цільової аудиторії, закріплення загального іміджу країни та привернення фінансового потоку.

На жаль туристичному іміджу країни, і в тому числі туристичний імідж регіону приділяють уваги менше, адже саме імідж дозволяє застосувати один із важелів туризму – туристичну привабливість, для покращення економічного, політичного становища та міжнародних відносин.

Останнім часом питанням дослідженням туристичного іміджу регіону активно досліджується українськими та зарубіжними вченими. Це історики, культурологи, політологи, соціологи, туризмознавці. Зокрема виділяються праці: Панкрухін А. П., Беленький П. Ю., Важеніна І. С., Яковлев І. П., Осипов Г. В., Шабалін І. А., Парфіненко А. Ю. В світовій практиці такі поняття як «образ», «імідж» та «бренд» використовують з метою залучення інтересу туриста, що економічно поліпшить становище регіону.

Імідж (від англійського image – образ, відображення) цілеспрямовано сформований образ якої-небудь особи, явища, предмета, які покликані збільшити емоційно – психологічний вплив на кого-небудь з метою популяризації, реклами, пропаганди тощо.

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), туристичний імідж регіону – це сукупність емоційних та раціональних уявлень, що витікають з зіставлення всіх ознак території, власного досвіду та чуток, які впливають на створення певного образу.

До основних функцій іміджу відносять:

1. Ідентифікаційна – дозволяє цільовій аудиторії дозволяє цільовій аудиторії сприймати інформацію про позитивні або негативні сторони об'єкта за короткий період часу, не аналізуючи весь обсяг інформації.

2. Ідеалізаційна – сприяє провакуванню на об'єкт тих чи інших характеристик, забезпечуючи позитивне або негативне інформаційне поле навколо об'єкта.

3. Компаративістична – базується на іміджу інших об'єктів, відображаючи контраст з об'єктом іміджу в позитивну або негативну сторону.

4. Діференційна – демонструє відмінні якості іміджу проаналізувавши різні підходи науковців, можна дійти висновку, що під іміджем регіону розуміють штучно створений образ, який покликаний під дією різних факторів створити сукупність різних емоцій і відчуттів, щоб змінити уявлення та сприйняття цільовою аудиторією.

РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Костенко А.В.

Науковий керівник – Богдан Н.М., д-р екон. наук, доцент

У Харківській області існують вагомі передумови для того, щоб увійти до найбільш розвинутих у туристичному відношенні регіонів України та Європи. Харківщина має вигідне геополітичне розташування, комфортні мікрокліматичні умови, різноманітний ландшафт, унікальну флору і фауну, історико-культурну, архітектурну спадщину, розвинуту мережу транспортного сполучення, достатні людські, матеріальні, у т. ч. природно-оздоровчі ресурси.

Харківська область має значний історико-культурний потенціал. До реєстру національно-культурного надбання включено пам'ятки архітектури, археології, історії та монументального мистецтва, загальна кількість яких складає 2535 одиниць, що становить близько 5 % від істо-