

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-

рико-культурного потенціалу України. Музейна мережа Харківщини налічує 121 музей. Усі вони різні за статусом, типом і формою власності: історичні, краєзнавчі, мистецькі, літературні, меморіальні тощо. У музеях Харкова і області зберігаються понад 500 тис. музейних предметів. Велика кількість об'єктів охороняються як пам'ятки культури місцевого значення.

Метою розвитку туризму в Харківській області до 2020 року є інтенсифікація галузі, передусім, зростання її ролі в соціально-економічному житті регіону шляхом ефективного використання наявного туристичного потенціалу на основі принципів сталого розвитку. Створення на цій основі умов для розвитку людського капіталу, забезпечення зайнятості населення, зростання доходів, формування національної та регіональної конкурентоспроможності.

Досягнення поставленої мети забезпечить поліпшення соціально-економічних показників області: збільшення податкових надходжень до бюджету; підвищення рівня життя населення за рахунок зростання відсотку зайнятості та середньої зарплати в туристичній індустрії; зростання якості життя за рахунок підвищення культурного рівня та патріотичного виховання населення міста тощо.

Стратегічні завдання розвитку туризму в Харківській області:

- створення законодавчих, нормативно-правових, соціально-економічних, організаційно-управлінських умов для перетворення туризму на соціально та екологічно орієнтовану, економічно ефективну сферу діяльності, а також забезпечення сталого розвитку туризму;

- підвищення ефективності державної політики у сфері туризму, формування і впровадження ефективної моделі державного управління з метою координації, регулювання та захисту інтересів учасників туристичної діяльності;

- посилення ролі місцевих громад і громадських організацій у

запровадженні принципів сталого розвитку туризму, вдосконалення наявних та впровадження нових ефективних механізмів взаємодії центральних і місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, громадських організацій, підприємств, наукових і освітніх установ сфери туризму;

- формування туристичного простору з метою раціонального та ефективного використання туристичних ресурсів шляхом створення та забезпечення функціонування зон сталого розвитку туризму, розроблення і впровадження конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту;

- сприяння соціальній стабільності та безпеці, територіальній єдності, забезпечення умов для розвитку соціально відповідального туризму;
- забезпечення безпеки туристів і подорожуючих, захист їхніх прав та законних інтересів;
- сприяння збереженню і розвитку національної культури та відродженню народних ремесел;
- створення умов для формування національної самосвідомості, патріотичного виховання дітей та молоді, збереження й відновлення унікальних природних та історико-культурних ресурсів. історичних місць України;
- сприяння поліпшенню інвестиційного клімату у сфері туризму, залученню інвестицій у розвиток інженерно-транспортної та комунальної інфраструктур;
- раціоналізація використання фінансових і матеріальних ресурсів у сфері туризму, наповнення бюджетів усіх рівнів від туристичної діяльності, збільшення надходження валютних коштів від туризму;
- створення робочих місць, розвиток малого та середнього підприємництва у сфері туризму, розширення зайнятості у сільській місцевості від розвитку туризму;
- створення рівних можливостей для суб'єктів туристичної діяльності, формування передумов для розвитку ефективного та прозорого туристичного ринку;
- створення об'єктів туристичної інфраструктури в межах територій з високою концентрацією цінних природних та історико-культурних туристичних ресурсів за напрямками національної мережі туристичних маршрутів;
- формування інформаційного простору туризму, створення сприятливих умов для забезпечення рівного доступу до інформації у сфері туризму;
- формування сучасного механізму державного обліку та контролю здійснення туристичної діяльності;
- розробка та впровадження сучасних методик визначення внеску туризму у формування макроекономічних показників країни, регіонів;
- розробка ефективних державної та місцевих програм розвитку туризму та курортів, економічно обґрунтованих планів їх реалізації, у тому числі в рамках програм соціально-економічного розвитку регіонів;

– розвиток міжнародного співробітництва у сфері туризму та діяльності курортів, поліпшення туристичного іміджу держави, ефективного використання можливостей.

Реалізація стратегії розвитку туризму в Харківській області повинна сприяти капіталізації природних, екологічних, ландшафтних, історико-культурних та інших надбань регіонів через розвиток туристичної галузі.

## **ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПРОЦЕСІВ РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКОЇ ГАЛУЗІ ТА РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ**

***Коцюруба Є.Р.***

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

Туризм як сфера господарської діяльності має величезне значення і ряд характерних особливостей. Туризм служить інтересам людини, суспільства в цілому і є джерелом доходів, як на мікро-, так і на макроекономічному рівнях. Туризм стає одним з основних чинників створення додаткових робочих місць, прискорює розвиток дорожнього та готельного будівництва, стимулює виробництво всіх видів транспортних засобів, сприяє збереженню народних промислів і національної культури регіонів і країн.

Туризм є фундаментальною основою економіки багатьох розвинених і країн, що розвиваються світу. Основу сучасного туристського ринку, як в якісному, так і в кількісному відношенні складають оплачувані відпустки працівників. Останнім часом в туризмі зростає роль ділових поїздок, а також подорожей осіб пенсійного віку.

Значна роль туризму в господарських процесах на регіональному рівні пов'язана із самим характером туристської діяльності, яка включає в себе безліч елементів. До числа основних складових (елементів) туризму як великої економічної системи можна віднести виробництво туристських послуг, формування, реалізацію та споживання туристського продукту. Споживання туристського продукту вчиняється кінцевими споживачами (туристами), а його виробництво, формування та реалізація здійснюються в рамках туристської індустрії – міжгалузевого комплексу організацій з виробництва товарів і послуг для туризму, до складу якого входять різноманітні господарюючі суб'єкти.

Вплив туризму на регіональний розвиток безпосередньо відбувається через зростання виробництва туристичного продукту, залучення особистих заощаджень туристів (у випадку з іноземними туристами – у валюті), створення активного регіонального споживчого рин-