

певному товарі, то на думку першим приходиться саме той, про який він багато чув і який часто бачив до моменту покупки.

Список використаних джерел:

1. Владимирська Г. О. Реклама [Текст]: навч. посіб. / Г. О. Владимирська, П. О. Владимирський. – К.: Кондор, 2006. – 334 с.
2. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) [Текст]: підручник / Б. В. Остроухов, Б. М. Петрик, Присяжнюк М. М. та ін.; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. – К.: КНТ, 2010. – 776 с.
3. Кара-Мурза С. Т. Манипулирование сознанием [Текст] / С. Т. Кара-Мурза. – К., 2003. – 500 с.
4. Про рекламу [Електронний ресурс]: Закон України від 3 липня 1993 року. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр> – Назва з екрану.
5. Сугестивні технології маніпулятивного впливу [Текст]: навч. посіб. / В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева, Є. Д. Скулиш та ін.; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. 2-ге вид. – К.: ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. – 248 с.

Піменов В.Г.

аспірант,

Київський національний університет культури і мистецтв

ВИКОРИСТАННЯ PR-ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ ХАРКІВЩИНИ

Мета паблік рілейшнз у сфері туризму – встановлення двостороннього спілкування для виявлення загальних уявлень або загальних інтересів і досягнення взаєморозуміння, заснованого на правді, знанні та повній поінформованості про туристичні продукти.

Результат аналізу наявних в Харківській області заходів щодо просування регіонального турпродукту та турпослуг туристично-рекреаційного потенціалу свідчить про велику роль PR-акцій для залучення туристів. Розробляються та просуваються інвестиційні проекти щодо створення на території Харківського регіону дестинацій історико-культурного туризму як великих тематичних парків, таких як: «Донецьке городище», «Харківська фортеця», «Слобожанське село». Має досить розвинуту інфраструктуру лікувальних та лікувально-оздоровчих закладів, високопрофесійний персонал. Закордонні турагенції вже пропонують тури для реабілітації дітей, що потерпають від церебрального паралічу, за допомогою лікувальних вправ з дельфінами в Харківському дельфінарії «Немо» та лікувальних методів за допомогою коней на базі зоопарку Харківської державної зооветеринарної академії. розмаїття страв слобожанської кухні, з урахуванням регіональних особливостей кожного району області, розвинута інфраструктура ресторанів, певний досвід практичних заходів у цьому напрямі, що надає реальні можливості для впровадження технологій приготування таких страв у ресторанах області та міста, розробки меню для проведення тижнів слобожанської кухні на засадах

кейтерінгу для учасників бізнес-семінарів, науково-практичних конференцій, економічних форумів тощо. Це буде сприяти подальшому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності заходів ділового туризму. за наявності широкої мережі навчальних закладів і певного досвіду роботи в цьому напрямі у вищих навчальних закладах міста й області. Необхідно систематизувати і коригувати діяльність вищих навчальних закладів в інтересах області.

З метою подальшого розвитку культурно-пізнавального туризму, включаючи фольклорний та етнічний туризм, поширюється проведення етнічних ярмарків та фестивалів типу «Печенізьке поле» (Печенізький район), «Весілля в Малинівці» (Чугуївський район), «Олексіївська фортеця» (Первомайський район), «Ніч на Івана Купала» (Золочівський район), «Масляна неділя» (Зміївський район), «Фестиваль борщу» (Вороння слобода), «Масляна» (Коробови Хутори). Крім того, має сенс запровадити пивні тури з відвідуванням пивних заводів та приватних browарень. Відповідно до цільового ринку необхідно перетворити Харківську область на центр ринкової інфраструктури та ділових послуг: конгресних, торговельно-посередницьких і розподільних, кредитно-фінансових і страхових, консультаційних і маркетингових; регіональний і національний центр освіти й науки, науково-технічних розробок та інноваційної діяльності (розроблення та впровадження нових технологій і матеріалів) тощо.

У 2015 році в Харкові задумалися над туристичним брендом. У роботу вже включилися чиновники, екскурсувачі, співробітники музеїв, бібліотек та вузів. Харківщина регулярно бере участь у різноманітних туристичних форумах

Так наприклад у 2016 році вже відбулося декілька подібних заходів

Харків брав участь у 22-й Міжнародній туристичній виставці UITT «Україна – подорожі та туризм 2016», яка проходила з 30 березня по 1 квітня в Києві. Місто Харків взяло участь у туристичній виставці «Caucasus Tourist Fair – 2016», яка пройшла з 14 по 16 квітня у виставковому центрі «Expo Georgia» в місті-партнері Тбілісі. Структурним підрозділом ОКЗ «Харківський організаційно-методичний центр туризму» є Туристсько-інформаційний центр 19 квітня 2016 року у межах укладеної угоди про співпрацю та партнерство у сфері туризму між ОКЗ «Харківським організаційно-методичним центром туризму» та Полтавським університетом економіки і торгівлі, завідувач кафедри професор Скляр Г.П. та доцент Логвин М.М. взяли участь у презентаційному заході спільно з кафедрою туристичного бізнесу Харківської державної академії культури (ХДАК). Під час заходу полтавські студенти ознайомились з туристично-рекреаційним потенціалом Харківської області та м. Харкова, налагодили партнерські стосунки зі студентами харківського вишу. Викладачі ПУЕТ та ХДАК обмінялись досвідом підготовки студентів, які навчаються за спеціальністю «Туризм». На сьогоднішній день розвиток туризму, визнають в профільному департаменті, практично повністю приватна ініціатива.

Список використаних джерел:

1. Концепція розвитку туризму в Харківській області до 2020 року. Затверджено Рішенням обласної ради від 05 березня 2013 року № 648-VI.

2. Карягін Ю. О., Тимошенко З. І., Демура Т. О., Мунін Г. Б. Маркетинг турпродукту. – К: Кондор, 2009. – 394 с.
3. Туристична інформація на сайті Харківської облдержадміністрації. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.kharkivoda.gov.ua/ru/search/tag/name/туризм>
4. Сайт ОКЗ «Харківський організаційно-методичний центр туризму». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.omctur.kh.ua/uk/content/turystsko-informaciynu-centr>