

## METHODS OF CRISIS MANAGEMENT TO RESTORE IMAGE OF INDUSTRIAL TERRITORY

*O. V. Vynogradova, D.E., Prof., evvi@mail.ru,*

*M. O. Smykova, Senior Lecturer, smykovamasha@mail.ru*

*Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-  
Baranovsky*

**Research methodology.** In the scientific work the following empirical and theoretical research methods were used: analysis and synthesis, logical approach, theoretical methods – the description, interpretation. The chosen set of methods is the most appropriate for fundamental and theoretical research on image formation.

**Results.** On the basis of epistemological analysis of terminology, interpretation of the definition of «tourism image of territory» was proposed. International experience to restore the image of attractive tourist countries such as Egypt, Turkey and Thailand after the military-political conflicts was reviewed and analyzed. Based on the analysis, the events and actions of crisis management carried out by countries in the framework of image-making territory were highlighted. A list of basic measures to neutralize the effects of the military-political crisis for the tourist image of an industrial territory was proposed.

**Novelty.** Image-making of territory itself is a relatively young science, so many questions cause debates in the scientific world, especially the concept of «tourism image of the territory», its components, methodology for estimating tourism image, the management of territory image, particularly in crisis situations. The article describes the methods of crisis management, applicable by foreign countries that was adapted to the restoring of image, including tourism, in industrial territories after military-political conflicts.

**Practical value.** Practice of the proposed methods within the framework of image-making of territory will allow Ukraine to enter the way of recovery of the country tourist image generally and images of industrial regions, in particular. The complex nature of the proposed methods, which take into account the different target groups, will create a basis for further development of the image of Ukraine that will be able to lead the country out of crisis.

**Keywords:** tourist image of the territory, image making, marketing areas, military and political conflicts, crisis management.

## Literature

1. Crouch G. I. Modelling destination competitiveness. A Survey and Analysis of the Impact of Competitiveness Attributes / G. I. Crouch. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [info@crctourism.com.au](mailto:info@crctourism.com.au). – ISBN 9781920965389. Заглав. с титул. экрана.

Crouch G. I. Modelling destination competitiveness. A Survey and Analysis of the Impact of Competitiveness Attributes / G. I. Crouch. – [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupa: [info@crctourism.com.au](mailto:info@crctourism.com.au). – ISBN 9781920965389. Zaglav. s titul. ekrana.

2. Парфиненко А. Ю. Туристический имидж как источник конкурентоспособности региона // Актуальные проблемы экономики, менеджмента, маркетинга: Матер. Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 17–19.11.09.). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/parfinenko.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/parfinenko.htm). – Заглав. с титул. экрана.

Parfinenko A. Yu. *Turisticheskiy imidzh kak istochnik konkurentosposobnosti regiona* [Tourist image as a source of competitiveness of the region] // Aktualnyye problemy ekonomiki, menedzhmenta, marketinga: Mater. Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Belgorod, 17–19.11.09.). – [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/parfinenko.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/parfinenko.htm). – Zaglav. s titul. ekrana.

3. Аханаева В. Ц. Формирование имиджа региона — важный фактор укрепления его конкурентоспособности / В. Ц. Аханаева // Вестник Челябинского государственного университета. Экономика. Вып. 22 – 2009. – № 26 (164) – С. 82–83.

Akhanayeva V. Ts. *Formirovaniye imidzha regiona — vazhnyy faktor ukrepleniya yego konkurentosposobnosti* [Formation of image of the region - an important factor in strengthening the competitiveness of its I] / V. Ts. Akhanayeva // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika. Vyp. 22 – 2009. – № 26 (164) – P. 82–83.

4. Визгалов Д. В. Брендинг города / Д. В. Визгалов. – Москва: Фонд «Институт экономики города». – 2011 – с. 38

Vizgalov D. V. *Brending goroda* [Branding city] / D. V. Vizgalov. – Moskva: Fond «Institut ekonomiki goroda». – 2011 – p. 38

5. Котлер Ф. Маркетинг мест / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, Питер, 2005. – 382 с.

Kotler F. *Marketing mest* [Marketing places] / F. Kotler, K. Asplund, I. Reyn, D. Khayder. – SPb.: Stokgolmskaya shkola ekonomiki v Sankt-Peterburge, Piter, 2005. – 382 p.

6. Simon Anholt Research. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.simonanholt.com/Research/research-introduction.aspx>

7. Джанжугазова Е. А. Маркетинг туристических территорий: учеб. пособие для студ. высш. заведений / Е. А. Джанжугазова. – 2-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – С. 123–135.

Dzhandzhugazova Ye. A. *Marketing turistiskikh territoriy* [Marketing of tourist areas]: ucheb. posobiye dlya stud. vyssh. ucheb. zavedeniy / Ye. A. Dzhandzhugazova. – 2-ye izd., ster. – M. : Izdatel'skiy tsentr «Akademiya», 2008. – P. 123–135.

8. Sérgio Dominique Ferreira Lopes Destination image: Origins, Developments and Implications // PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. – Vol. 9 N° 2. 2011 – P. 305–315

9. Смыкова М. А. Теоретические аспекты формирования туристического имиджа региона / М. А. Смыкова // сборник научных трудов/ коллектив авторов// под ред. А. В. Иванова, А. С. Кускова. – Саратов : Издат-во СГТУ, 2011. – С. 62–67.

Smykova M. A. *Teoreticheskiye aspekty formirovaniya turisticheskogo imidzha regiona* [Theoretical aspects of the formation of the tourist image of the region] / M. A. Smykova // sbornik nauchnykh trudov/ kollektiv avtorov// pod red. A. V. Ivanova, A. S. Kuskova. – Saratov : Izdat-vo SGTU, 2011. – P. 62–67.

10. NATO Logistics Handbook. Definitions.– [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nato.int/docu/logien/1997/defini.htm>.

11. Гуштын Д. Отдых в «горячих точках»: как кризисы и революции влияют на выбор туристов?– [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tut.by/society/279621.html>

Gushtyn D. *Otdykh v «goryachikh tochkakh»: kak krizisy i revolyutsii vliyayut na vybor turistov?* [Rest in «hot spots»: both crises and revolution affect the choice of tourists?]- [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://news.tut.by/society/279621.html>

12. Власти Египта создадут исламистам положительный имидж.– [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kurs.ru/news/49413/vlasti-egipta-sozhdadut-islamistam-polozhitelnyy-imidzh>

*Vlasti Yegipta sozhdadut islamistam polozhitelnyy imidzh* [The Government of Egypt Islamists will create a positive imidzh] [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://kurs.ru/news/49413/vlasti-egipta-sozhdadut-islamistam-polozhitelnyy-imidzh>

13. Турция стремится восстановить имидж Стамбула, запустив летом 2013 года специальный проект.– [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.turizmir.ru/news/1338.html>

*Turtsiya stremitsya vosstanovit imidzh Stambula, zapustiv letom 2013 goda spetsialnyy proyekt* [Turkey seeks to restore the image of Istanbul, running the summer of 2013. Special proekt].– [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.turizmir.ru/news/1338.html>

14. Турция меняет имидж пляжного курорта.– [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.turizm.ru/turkey/43106.html>

*Turtsiya menyayet imidzh plyazhnogo kurorta* [Turkey is changing the image of the beach resort].– [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://news.turizm.ru/turkey/43106.html>

15. Официальный сайт Туристического управления Таиланда в Москве.– [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tourismthailand.ru/>

*Ofitsialnyy sayt Turisticheskogo upravleniya Tailanda v Moskve* [The official website of Tourism Authority of Thailand in Moscow].– [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.tourismthailand.ru/>

16. Овраменко Елена : ЕВРО-2012: в любопытных цифрах и без лишних эмоций.– [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.ubr.ua/finansy/evro-2012-v-lubopytnyh-cifrah-i-bez-lishnih-emocii-2835>

Ovramenko Yelena : *YEVRO-2012: v lyubopytnykh tsifrakh i bez lishnikh emotsiy* [EURO 2012: figures in curious and without unnecessary emotions].– [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://blog.ubr.ua/finansy/evro-2012-v-lubopytnyh-cifrah-i-bez-lishnih-emocii-2835>