

УКРАЇНСЬКА ГОСТИННІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС НАЦІОНАЛЬНОГО ІМІДЖУ

Людмила СОКОЛОВСЬКА,
спеціаліст вищої категорії, викладач-методист
Житомирський агротехнічний
фаховий коледж (Україна)

Анотація. У статті розглядається феномен гостинності як один із ключових факторів формування міжнародного іміджу України. Проаналізовано традиції української гостинності, їхній вплив на туристичну привабливість та культурну дипломатію. Визначено основні механізми використання гостинності в стратегіях позиціонування України на світовій арені. Запропоновано рекомендації щодо вдосконалення національного бренду гостинності.

Ключові слова: гостинність, імідж держави, культурна дипломатія, національний бренд, туристична привабливість.

У сучасному світі імідж держави відіграє ключову роль в її міжнародній репутації, залученні інвестицій, розвитку туризму та розширенні дипломатичних зв'язків. Україна, маючи багатий культурний спадок та глибоко вкорінені традиції гостинності, може використовувати цей аспект як стратегічний ресурс для створення позитивного образу на міжнародній арені. Умови політичних та економічних трансформацій, які наразі переживає країна, роблять актуальним питання інтеграції гостинності в загальнодержавну політику іміджевого позиціонування [2].

В Україні традиція гостинності знаходить своє вираження у відкритості до гостей, щедрості, щирості та готовності поділитися матеріальними й духовними благами, що є важливим чинником соціальної згуртованості та національної ідентичності. У давнину подорожні, купці та чужинці, які опинялися на українських землях, завжди могли розраховувати на теплий прийом, їжу та притулок. Це було проявом доброзичливості, способом зміцнення соціальних зв'язків та налагодження контактів із зовнішнім світом. З плином часу традиція гостинності в Україні зазнавала змін, збагачуючись новими елементами та адаптуючись до потреб суспільства [3, 27].

У сучасному світі гостинність набуває нових форм та значень. Розвиток туризму, міжнародного бізнесу та культурного обміну сприяє поширенню гостинності як професійної діяльності. З'являються нові готелі, ресторани та інші заклади, де гостям пропонують комфорт та сервіс, а також можливість ознайомлення з культурою та традиціями країни. Водночас, важливо зберегти традиційні цінності гостинності, такі як щирість, відкритість та увага до потреб гостей. У світі, де панують швидкість та технології, саме ці якості роблять спілкування між людьми більш теплим та особистим.

Формування позитивного іміджу країни залежить від багатьох чинників, включаючи рівень політичної стабільності, економічного розвитку, соціального благополуччя та якості життя населення [1, 77]. Гостинність є одним із ключових інструментів, який сприяє налагодженню міжнародних контактів, розширенню дипломатичних зв'язків, активізації туристичних потоків та залученню інвестицій. Високий рівень сервісу, культурна відкритість, автентичність традицій і доброзичливе ставлення до гостей створюють позитивний досвід перебування, що формує довготривалий імідж держави на міжнародній арені та сприяє розвитку партнерських відносин із іншими країнами.

Для України, яка має значний туристичний потенціал, розвиток туризму є стратегічно важливим завданням. Гостинність відіграє ключову роль у залученні туристів, адже саме вона створює атмосферу комфорту та безпеки, в якій гості почуватимуться бажаними та цінними. Українські туристичні оператори, готелі та ресторани повинні пропонувати якісні послуги, демонструвати щиру гостинність, індивідуальний підхід до кожного гостя та готовність задовольнити його потреби. Важливо також зберігати та популяризувати автентичні традиції гостинності, адже саме вони роблять туристичний досвід унікальним та незабутнім.

Гостинність є також важливою в дипломатичній діяльності. Вона сприяє створенню атмосфери довіри та взаєморозуміння між представниками різних країн. Під час офіційних візитів, міжнародних конференцій та інших заходів, гостинність допомагає встановити неформальні контакти між дипломатами, що сприяє більш ефективному вирішенню складних питань. Українська гостинність, з її традиціями та щирістю, може стати важливим фактором успіху дипломатичних місій та зміцнення міжнародного авторитету України.

Згідно з дослідженням Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), Україна має значний туристичний потенціал завдяки унікальному поєднанню культурних та природних ресурсів. Багатий історичний спадок робить країну привабливою для мандрівників з усього світу. Туристи особливо високо оцінюють автентичність української культури, що проявляється в народних традиціях, архітектурі, гастрономії та ремеслах. Гостинність місцевого населення є однією з ключових рис, які формують позитивний туристичний досвід, оскільки українці відзначаються щирістю, привітністю та готовністю допомогти гостям [5]. Крім того, доступність цін на проживання, транспорт і харчування дозволяє зробити подорожі Україною вигідними в порівнянні з багатьма європейськими країнами. Успішне проведення міжнародних заходів, таких як: Євро – 2012, Євробачення – 2017 та фінал Ліги Чемпіонів УЄФА – 2018 – продемонструвало здатність України забезпечити комфортні умови для гостей, сприяло зміцненню її позитивного іміджу у світі.

Водночас, важливо зазначити, що потенціал української гостинності ще не повністю реалізований. Існує потреба в удосконаленні туристичної інфраструктури, розвитку сервісу та маркетингових стратегій, спрямованих на популяризацію гостинності як ключової переваги України [4, 169].

Для ефективного використання української гостинності як стратегічного ресурсу національного іміджу, рекомендується:

1) розробити комплексну програму з популяризації української гостинності на міжнародному рівні, яка має включати маркетингові заходи, спрямовані на інформування потенційних туристів та інвесторів про традиції гостинності, культурні особливості та туристичні можливості України;

2) створити сприятливі умови для розвитку туризму, зокрема, шляхом удосконалення туристичної інфраструктури, спрощення візового режиму та забезпечення безпеки для гостей;

3) підвищити якість туристичного сервісу, зокрема, шляхом навчання персоналу, залученого до сфери обслуговування, стандартам гостинності та етики спілкування;

4) забезпечити збереження та популяризацію культурної спадщини, зокрема, шляхом підтримки народних традицій, розвитку культурних заходів та ремесел;

5) сприяти розвитку міжкультурного діалогу, зокрема, шляхом організації міжнародних культурних обмінів, фестивалів та конференцій;

6) залучити до популяризації української гостинності представників діаспори, які можуть стати амбасадорами культури та сприяти формуванню позитивного іміджу України за кордоном;

7) провести дослідження щодо ефективності використання української гостинності як стратегічного ресурсу національного іміджу.

Реалізація цих рекомендацій сприятиме підвищенню туристичної привабливості України, залученню інвестицій, зміцненню міжнародного авторитету та формуванню позитивного національного іміджу.

Отже, гостинність України має великий потенціал для формування позитивного іміджу країни на міжнародній арені. Однак для цього необхідно впроваджувати низку практичних заходів. Важливо також забезпечити координацію між державними органами, туристичними компаніями та громадськими ініціативами, що сприятиме створенню стійкого позитивного іміджу України в очах іноземців.

Список використаних джерел:

1. Зікеєва С.Г. Туристична галузь України в період євроінтеграції: соціально-економічний аспект. Економіка і менеджмент культури. №1. 2013. С. 74 – 82.

2. Сайт «Національний бренд України: крізь призму сприйняття держави за кордоном». URL: <https://adastra.org.ua/blog/nacionalnij-brend-ukrayini-kriz-prizmu-sprijnyattya-derzhavi-za-kordonom> (дата звернення 19.02.2025).

3. Русавська В.А. Гостинність в українській традиційній культурі. Київ: Ліра, 2014. 281 с.

4. Смаль В.В., Смаль І.В. Туризм і сталий розвиток. Вісник ЛНУ. Серія географічна. Вип. 32. 2005. С. 163 – 173.

5. Сайт «Туризм ООН і наближення світу». URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення 19.02.2025).