



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**X ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**

***ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ
В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ***

23 листопада 2021 р.

Київ НУХТ 2021

24. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОГО ІМІДЖУ КРАЇНИ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Сологуб Ю.І., к.геогр.н., доцент,
Віркун О.М., здобувач,

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Імідж, вважає А. Козлова, – це стратегічно важлива характеристика. Саме від неї залежить діяльність держави, її успішне співробітництво на міжнародному ринку. Адже в сучасному світі країна не може існувати абсолютно ізольовано чи не взаємодіючи з іншими державами на різних рівнях, починаючи від економічної співпраці й закінчуючи обміном досвідом.

Актуальність теми. Імідж держави на міжнародній арені формується завдяки діловим зв'язкам, шляхом культурного обміну (театр, музеї, виставки, кіно, музика), а також через засоби масової інформації, що є найбільш потужним і дієвим фактором формування уявлення про країну.

Матеріали та методи дослідження виступають діалектичний, методи порівняльного правознавства та структурно-системного аналізу.

Результати та обговорення. На сьогодні в світі існує близько 200 країн, які різняться між собою своїм економічним, політичним і соціальним розвитком. Кожна держава має свій імідж, але імідж її в світі є таким, як бачать її інші держави, тобто як продемонструє себе та чи інша країна так і сприймуть її інші держави в світі.

Міжнародний імідж України має внутрішній і зовнішній аспекти і значною мірою залежить від її політичного, економічного та соціального розвитку.

Як відомо, імідж держави ґрунтується на трьох рівнях свідомості суспільства: міфологічному, стереотипному, предметному. Найбільш важливим у формуванні іміджу є стереотипний рівень. Однак при цьому необхідно враховувати роль і значення двох інших рівнів, що забезпечують баланс структури іміджу, що формується, його взаємозв'язок з очікуваннями громадськості та реальним станом справ в країні.

Висновок. Для того щоб сформувані позитивний соціальний імідж про країну необхідно вирішити внутрішні проблеми (економічні, соціальні, політичні), оскільки на міжнародній арені імідж формується за допомогою дослідження засобів масової інформації самої країни. Маючи вже позитивний імідж на міжнародній арені, країна прискорить свій розвиток за рахунок співпраці з іншими державами та максимально розкриє свій туристичний потенціал.

Література

1. Антонюк О.В. Сучасний стан стратегії просування брэнда держави в Україні / О.В. Антонюк // Економіка та держава. – 2011. – № 8. – С. 64-67.