

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БІОЛОГІЇ, ГЕОГРАФІЇ І ЕКОЛОГІЇ



**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**



Серія:
ГЕОГРАФІЧНІ НАУКИ
Випуск 7

**Херсон
2017**

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор:

Пилипенко І.О. – доктор географічних наук, доцент, декан факультету біології, географії і екології Херсонського державного університету.

Заступник головного редактора:

Мальчикова Д.С. – доктор географічних наук, доцент, завідувач кафедри соціально-економічної географії Херсонського державного університету.

Відповідальний секретар:

Машкова О.В. – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри соціально-економічної географії Херсонського державного університету.

Члени редакційної колегії:

Барановський М.О. – доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри географії Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя;

Вишневський В.І. – доктор географічних наук, професор, професор кафедри країнознавства і туризму Національного авіаційного університету;

Гукалова І.В. – доктор географічних наук, старший науковий співробітник, провідний науковий співробітник Інституту географії Національної академії наук України;

Давидов О.В. – кандидат географічних наук, доцент, завідувач кафедри екології та географії Херсонського державного університету;

Кисельов Ю.О. – доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри геодезії, картографії і кадастру Уманського національного університету садівництва;

Мезенцев К.В. – доктор географічних наук, професор, професор кафедри економічної та соціальної географії Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Немець К.А. – доктор географічних наук, професор, професор кафедри соціально-економічної географії і регіонознавства Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна;

Немець Л.М. – доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри соціально-економічної географії і регіонознавства Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна;

Підгрушній Г.П. – доктор географічних наук, старший науковий співробітник, завідувач відділу суспільно-географічних досліджень Інституту географії НАН України;

Смаль В.В. – доктор географічних наук, професор, професор кафедри географії Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя;

Топчієв О.Г. – доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри економічної та соціальної географії Одеського національного університету імені І.І. Мечникова;

Ушкаренко Ю.В. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії та міжнародних економічних відносин Херсонського державного університету;

Яворська В.В. – доктор географічних наук, професор, професор кафедри економічної та соціальної географії Одеського національного університету імені І.І. Мечникова;

Павел Чаплінський – доктор габілітований, професор географії кафедри дослідження міст і регіонів, факультет наук про Землю Щецинського університету (м. Щецин, Республіка Польща);

Паулина Шмелінська-Петрашек – PhD з географічних наук, заступник декана Інституту географії та регіональних досліджень Поморської академії в Слупську (м. Слупськ, Республіка Польща).

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet

Херсонським державним університетом
на підставі Протоколу № 3 від 30.10.2017 р.

Наказом Міністерства освіти і науки України № 1222 від 07.10.2016 р. видання включено до переліку наукових фахових видань України за галуззю «Географічні науки»

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 21082-10882 Р від 24.11.2014 року
видане Державною реєстраційною службою

УДК 911.7:338.48

Медвідь Л.І.,
старший викладач кафедри туризму і рекреації
Мукачівський державний університет

РОЛЬ СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПРЕЗЕНТАЦІЇ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ

Проаналізовано роль сувенірної продукції в розвитку туристичної галузі регіону. Наведено класифікацію сувенірів і визначено «закарпатські сувеніри», які слугують візитівкою краю та ідентифікують територію далеко за її межами. Виділено локальні сувенірні ринки, де туристи можуть придбати предмети на згадку про регіон.

Ключові слова: сувенір, сувенірна продукція, народні художні промисли і ремесла, осередки народних промислів і ремесел, туристична ідентифікація регіону, туристичний образ, сувенірний ринок.

Проанализирована роль сувенирной продукции в развитии туристической отрасли региона. Предложена классификация сувениров и определены «закарпатские сувениры», являющиеся визитной карточкой края и идентифицирующие территорию далеко за ее пределами. Выделены локальные сувенирные рынки, на которых туристы могут приобрести предметы на память о регионе.

Ключевые слова: сувенир, сувенирная продукция, народные художественные промыслы и ремёсла, центры народных промыслов и ремесел, туристическая идентификация региона, туристический образ, сувенирный рынок.

Medvid L.I. THE ROLE OF SOUVENIR PRODUCTION IN PRESENTATION AND POPULARIZATION OF THE TOURIST REGION

The role of souvenir production in the development of the tourist industry of the region has been analyzed. The classification of souvenirs has been given and “Transcarpathian souvenirs” have been defined, which serve as a visiting card for the region and identify the territory far beyond its borders. Local souvenir markets have been highlighted, where tourists can buy items in memory of the region.

Key words: souvenir, souvenir products, folk arts and crafts, centers of folk crafts, tourist identification of region, tourist image, souvenir market.

Постановка проблеми. В останні десятиліття сфера туризму і рекреації перетворилась на одну з найбільш прибуткових і розвинутих галузей економіки. Вона стимулює соціально-економічний розвиток окремих регіонів, забезпечує створення додаткових робочих місць, підвищує якість життя місцевого населення та сприяє відродженню звичаїв і традицій. Водночас туризм стимулює розвиток супутніх туристично-рекреаційній сфері галузей – транспорту, зв'язку, торгівлі, виробництва товарів, зокрема й виробництв народних промислів, сферу послуг, ресторанне господарство, будівництво тощо. Крім того, туризм є одним з елементів міжкультурної комунікації, який сприяє збереженню культурної спадщини і традицій країн і народів, стимулює розвиток і відродження їх промислів, відновлення та збереження культурно-історичних пам'яток.

Розвиток туризму як одного з елементів культури регіону обов'язково повинен враховувати потреби і мотиви різних категорій туристів, їхні смаки та вподобання, сприяти повному використанню культурного потенціалу країни. Завдяки розвитку туристичної сфери культурна спадщина регіонів стає доступною великому сегменту відвідувачів.

Сувенірна продукція із символікою регіону, представлена художніми творами місцевих майстрів і товарами традиційних народних промислів, сприяє створенню його унікального іміджу, його впізнаваності. Зазвичай, майже 25% своїх грошей турист витрачає на купівлю виробів місцевих промислів, зокрема й сувенірної продукції. Мотиви придбання сувенірів і місцевих виробів бувають абсолютно різними. Але очевидно, що така послуга, зазвичай, підвищує туристичну привабливість тери-



торії. Тому питання туристичної ідентифікації території через сувенірну продукцію, а також вивчення можливостей її раціональної реалізації, залишається актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ринок сувенірної продукції України, його інфраструктура та її асортимент перебувають у стадії формування і не завжди задовольняють потреби туристів, що зростають. Теоретичні аспекти сувенірної продукції в багатьох контекстах, починаючи від елемента маркетингу підприємства і закінчуючи брендингом території, розглядають у своїх роботах Т. Бистрова й А. Хісматуллін [1]; класифікація сувенірів за видами наводиться в роботах Р. Бордина й Е. Орловського [2]; сувенірна продукція як складова частина брендингу туристичної дестинації розглядається в роботах М. Смикової, В. Ноги, О. Ващенко; методичні підходи до кластеризації осередків народних промислів як елементів сувенірної продукції й аналіз світового досвіду їх розвитку розглянуто в роботах Н. Мікули й О. Дацко [3]. Але поза увагою вчених залишилися питання, пов'язані із забезпеченням сувенірною продукцією туризму та її використання з метою туристичної ідентифікації регіону. Тому вивчення використання сувенірної продукції в туризмі потребує ґрунтовних наукових досліджень і оприлюднення.

Постановка завдання. Метою публікації є визначення особливості використання сувенірної продукції в туристичній галузі для ідентифікації регіону в спогадах туристів. Для досягнення поставленої мети необхідно здійснити короткий огляд поняття «сувенір», провести класифікацію туристичних сувенірів; встановити регіональний взаємозв'язок між народними ремеслами та регіонами виробництва сувенірної продукції; визначити регіональні особливості сувенірної продукції та її туристичного представлення в спогадах туристів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спеціалізовані предмети на згадку про перебування в тій чи іншій країні, спогади про природні та культурно-історичні об'єкти мають значну популярність. Такими предметами є дрібнички, дизайнерські вироби, товари масового виробництва, унікальні витвори мистецтва, які об'єднуються в поняття «сувенір». Їх використовують у різних контекстах: як

предмети, які про щось нагадують, і як елементи дизайну, тому виділяють досить широкий спектр сувенірної продукції – починаючи від невеликих промо-сувенірів і закінчуючи великими бізнес-подарунками.

Термін «сувенір» має французьке походження (“souvenir”) і є згадкою, пам'яттю, яка пов'язана з перебуванням у тому чи іншому місці, або з якоюсь пам'ятною подією. Вони навіюють приємні спогади та є візитівками території, відображають її життя, культуру, побут, традиції та звичаї. Кожен сувенір, привезений із подорожі, повинен відтворюватись у своїй індивідуальній манері, доступно, зрозуміло і ненав'язливо. Для цього необхідно сформулювати номенклатуру сувенірної продукції та зв'язати її із самотнім українським середовищем.

У науковій літературі «сувенір» має кілька визначень: як предмет, що вказує на високий соціальний статус того, хто придбав його; як специфічний об'єкт, що залишається на згадку про подорож; як специфічний об'єкт, що слугує предметом нагадування про події чи спогади [4]. Водночас сувеніри повинні мати художню цінність, відображати місцеві природні та культурні особливості, пам'ятки тощо. У західних публікаціях щодо предметів, які мають особливе значення, пов'язуються з якоюсь подією чи людиною та нагадують про них, вживається термін «меморабілія» (лат. *memorabilia*).

З розвитком промислового виробництва сувенірів, які виготовлялися підприємствами народних художніх промислів і в окремих випадках не мали жодного відношення до місця придбання виробу, сувенірні вироби почали ототожнювати з подарунками.

Розвиток туристичної діяльності призвів до захоплення сувенірами як предметами на згадку про перебування на курорті, у тій чи іншій країні, спогадами про природні та культурно-історичні об'єкти. Сувенір, привезений на згадку з місця відпочинку, можна розглядати як предмет, що вказує на статус того, хто придбав його, як специфічний об'єкт, що залишається на згадку про подорож, як специфічні об'єкти, що слугують предметом нагадування про певні події чи спогади. З розвитком масового туризму сувенір перетворився на обов'язковий атрибут, без якого не поверта-

ються з мандрівок. За даними соціологічних досліджень, майже кожен турист намагається з подорожі привезти додому сувенір, який подовжуватиме емоційні враження, отримані під час мандрівки, та нагадуватиме про приємно проведений час відпочинку.

Найбільш популярними у вітчизняних туристів є дешеві та не громіздкі сувенірні дрібнички. До сувенірів також належать етнічний одяг і прикраси, гастрономічні сувеніри. Тобто сувеніром вважається річ або подарунок, які можуть бути придбані або подаровані особисто для себе чи інших осіб, але неодмінно пов'язані зі спогадами.

Сувеніри як образні ідентифікатори території, втілені в яскраво-привабливі предметні форми, відображають культуру, традиції, побут місцевого населення та виконують низку функцій, як-от: психолого-емоційну, подарункову (рекламну), опосередкування. Психолого-емоційна функція пов'язана із приємними спогадами, що залишаються в пам'яті та відображають приємні моменти, що відбувалися під час мандрівки. Подарункова – полягає у виконанні ролі презенту, що дарується на згадку рідним, знайомим, друзям як ознака уваги, поваги та пам'яті про них у момент відсутності мандрівника в постійному місці про-

живання під час подорожі. Функцію опосередкування подорожі здійснює сувенір для людей, які за певних обставин не можуть мандрувати, тому через сувеніри можна створити візуальний образ території та здійснити віртуальну мандрівку. Саме через унікальність сувенірів територія може сформувати та презентувати свій туристичний потенціал, за яким можна ідентифікувати культуру конкретного народу.

З погляду використання сувенірів у туризмі, їх можна розглядати як важливий елемент іміджу країни або регіону, вони об'єднують колорит території, де їх виготовлено і придбано, позитивні емоції. З розвитком туризму сувеніри стають все більше популярними, більшість туристів їх купує не тільки для нагадування про добрий відпочинок, а й для того, щоб подарувати знайомим на знак уваги. Тому виникає потреба відродження виробництва сувенірів, які допомагають відобразити культурні особливості території та створити її позитивний туристичний імідж.

Широкий асортимент сувенірної продукції, виготовлений кустарними і промисловими виробниками, вимагає класифікації, необхідної для ефективного їх використання в обслуговуванні туристів і задоволення їх потреб. Всю сукупність сувенірної продукції, яка вико-

Таблиця 1

Класифікація сувенірної продукції [5]

Ознаки класифікації	Види сувенірної продукції
За тематикою	івент-сувеніри, що символізують фестивалі, свята, події; сувеніри, виготовлені за етнозвичаями; сувеніри, присвячені видатним особистостям краю; сувеніри, пов'язані з певним місцем, що відображають природу, національні та місцеві особливості; сувеніри, пов'язані з якою-небудь датою або подією
За способом використання	декоративно-прикладні, декоративно-утилітарні та власне сувеніри
За видом обробки	з художнім розписом, інкрустацією, вишивкою, гравіюванням, карбуванням, філігранню та ін.
За кількістю виробництва	масові, серійні, штучні, авторські вироби
За ціновою категорією	дешеві, недорогі, дорогі
За образним рішенням	у вигляді брелків, аксесуарів, предметів побуту тощо
За ресурсами	матеріальні, духовні; етнічні
За переважаючим матеріалом виробу	сувеніри з дерева різних порід, кори, лози; сувеніри з паперу, картону, пап'є-маше; сувеніри з кераміки; сувеніри з каменю та бурштину; сувеніри зі скла; сувеніри з металу; сувеніри із пластмаси; сувеніри з гуми й каучуку; сувеніри із шкірозамінника, шкіри та хутра; сувеніри з ниток, тканин, пряжі; сувеніри з кістки, рогів, перламутру; комбіновані сувеніри, виготовленні з декількох матеріалів
За промислово-галузевою приналежністю	сувеніри народних художніх промислів; сувеніри художніх промислів; сувеніри легкої промисловості; сувеніри поліграфічної промисловості; сувеніри харчової промисловості; сувеніри кондитерської промисловості; сувеніри тютюнової промисловості; сувеніри лікєро-горілчаної промисловості; сувеніри інших галузей
За місцем виготовлення	петриківський розпис, косівські вироби, опішнянська іграшка та ін.



ристовується в туризмі, можна класифікувати за ознаками (таблиця 1).

Досить часто сувенірна продукція асоціюється з художніми промислами і ремеслами. Згідно із Законом України «Про народні художні промисли», народний художній промисел – творча та виробнича діяльність, метою якої є створення художніх виробів декоративно-вжиткового призначення, що здійснюється на основі колективного освоєння і спадкоємного розвитку традицій народного мистецтва в певній місцевості в процесі творчої праці майстрів народних художніх промислів [6]. Народні художні промисли – одна з історично зумовлених організаційних форм народного декоративно-прикладного мистецтва, яка являє собою товарне виготовлення художніх виробів за обов'язкового застосування творчої ручної праці.

Народні промисли кожного народу є національним надбанням, а їхні здобутки – багатством, що створюється як для сучасників, так і для відродження цих промислів, мають яскраво виражену етноресурсну орієнтацію. Вироби народних художніх промислів є унікальними, вони передають стилістику та художньо-декоративний образ території. Такі вироби складно копіювати, бо під час їх виробництва використовуються ексклюзивні матеріали (наприклад, рідкісні типи глин для керамічних ремесел, порід деревини для різьбярства; льону, коноплі, кропиви, вовни рідкісних порід тварин як сировини для продукування текстильних виробів тощо – Л. М.); технологія (захист інтелектуальної власності, патентування унікальних технологій виробництва, збереження традиційних шкіл майстрів, таємниць виготовлення виробів; орієнтація на екологічнобезпечні технології, підвищення ергономічності продукції, використання місцевої сировини тощо – Л. М.); дизайн. Тому виробникам народних промислів і ремесел дають можливість в Україні створювати автентичні сувеніри, які презентують ту чи іншу територію, зокрема й туристично-рекреаційну.

Продукція народних промислів, яка використовується як сувеніри, свідчить про потужний креативний потенціал народних майстрів. Осередки народних промислів можуть дати додатковий імпульс розвитку туризму, сприяти

утвердженню культурної самобутності регіону, а творчі майстерні можуть стати потенційними об'єктами культурно-освітнього туризму.

У вітчизняних та іноземних туристів існує стійкий попит на сувенірну продукцію місцевих народних промислів, задоволення якого вимагає розроблення системи виробництва і реалізації. Вироби народних майстрів мають реалізовуватися не тільки під час фестивалів і свят, а й через розгалужену мережу спеціалізованих крамниць і салонів. Важливою проблемою подальшого розвитку народних промислів є їх актуалізація як важливого складника історико-культурної спадщини розвитку культурного туризму.

Закарпатська область є одним із найбільш перспективним туристичних регіонів країни. Вигідне географічне положення, межування із країнами Європи, етнічна строкатість населення регіону є чинниками розвитку виробництва сувенірної продукції та сувенірного бізнесу. Автентичні закарпатські сувеніри мають чималий попит за кордоном, майже кожен іноземець бажає їх придбати.

Сувеніри, вироблені в регіоні, характеризуються відмінною якістю і є ексклюзивним втіленням багатой історії та культури краю. На території Закарпатської області традиційно вироблялася сувенірна продукція – керамічні вироби, ліжники, вишиванки, вироби з рослинних матеріалів, музичні інструменти, що слугували візитівкою краю й ідентифікували територію далеко за її межами.

Значна частка пропонованих сувенірних виробів у регіоні – істинно закарпатського походження. Сувенірною продукцією, яка ідентифікує область серед інших областей регіону, є: вишивання, ткацтво, різьбярство, декоративний розпис, ковальство, лозоплетіння та художнє оброблення шкіри. Використовуються місцеві вироби харчової, легкої, поліграфічної промисловості, етноприкраси, етноодяг, гастрономічні вироби тощо (рис. 1).

Виробництво сувенірної продукції в регіоні здійснюється окремими майстрами, дуже рідко – малими підприємствами. Реалізація здійснюється через сувенірні магазини, безпосередній продаж на локальних санаторно-курортних ринках, під час свят, фестивалів тощо. Продаж сувенірної продукції характе-

ризується сезонністю – влітку він найактивніший, а під кінець року його активність суттєво знижується. Особливо його активізують державні й релігійні свята. Пік продажу сувенірів припадає на літо та на зимові свята, бо в цей час купують не лише сувеніри, а й подарунки.

Сьогодні в області можна виділити декілька ринків, на яких здійснюється реалізація «закарпатської сувенірної продукції»: сувенірний ринок у місті Ужгороді (площа Театральна) – тут можна придбати сувеніри і твори закарпатського мистецтва; сувенірний ринок Мукачівщини – сувенірні ринки в центрі міста Мукачево та в найбільших туристичних локаціях району: замках «Паланок» і «Сент-Міклош», палаці графа Шенборна (санаторій «Карпати»), де можна придбати сувенірну продукцію на будь-який смак і вподобання туристів; сувенірний ринок у с. Іза на Хустщині – центр українського лозоплетіння, де можна як навчитися цієї справи, так і придбати вироби з лози – декоративні предмети, меблі, предмети побуту, домашню оздобу; сувенірний ринок у с. Вишково на Хустщині, де виготовляють і продають унікальні сувеніри з обгорток кукурудзяних кочанів – кошики, жіночі сумки; сувенірні ринки Рахівщини: майже в кожному населеному пункті цього гірського району – Рахові, Ясінях, Драгобраті, Кобилецькій Полянці, Чорній Тисі – є свій сувенірний ринок, де можна не лише придбати туристичні сувеніри, а й самому взяти участь у майстер-класі з їх виготовлення; сувенірні мобільні ринки на територіях майже всіх санаторіїв Закарпатської області; сувенірний ринок на Яблуницькому, Верецькому,

Ужоцькому перевалах – класичні місця, з яких починаються або завершуються знайомство туристів із регіоном; де можна купити те, що не встигли раніше, або, навпаки, запланувати покупки, вперше ознайомившись із широким асортиментом сувенірної продукції регіону.

Аудит закарпатських магазинів сувенірної продукції дозволяє поділити закарпатські сувеніри на два види: 1) авторські, самобутні, дуже сучасні й «інтернаціональні», які підкреслюють особу і талант авторів; 2) сувеніри, які прив'язані до закарпатської автентики, вони передають темперамент, дух, колорит і архетип місцевості їх виготовлення.

Кожний із районів Закарпатської області, окрім традиційних закарпатських сувенірів, пропонує сувеніри, виготовлені народними майстрами, які сформувалися під впливом історичних, природних і етнографічних особливостей території. Так, наприклад, у селах Рахівського району (Кваси, Кобилецька Поляна, Великий Бичків, Луг) особливо популярні ліжникарство, ткацтво, різьбярство, вишивка, килимарство, писанкарство, дерев'яна коренепластика, виробництво кам'яних пацюрків (намиста); у селах Іршавського району (Арданове, Дунковиця, Боржавське, Довге, Кушниці) – килимарство, вишивка; у селах Хустського району (Іза, Липча, Березово, Липецька Поляна, Олександрівка) – лозоплетіння, бондарство; у селах Міжгірського району (Голятин, Майдан, Келечин, Колочава, Синевир) – вишивка, ткацтво, писанкарство; у селах Тячівського району (Усть-Чорна, Тарасівка, Тересва, Буштино, Ганичі, Угля) – бондарство, карбування на

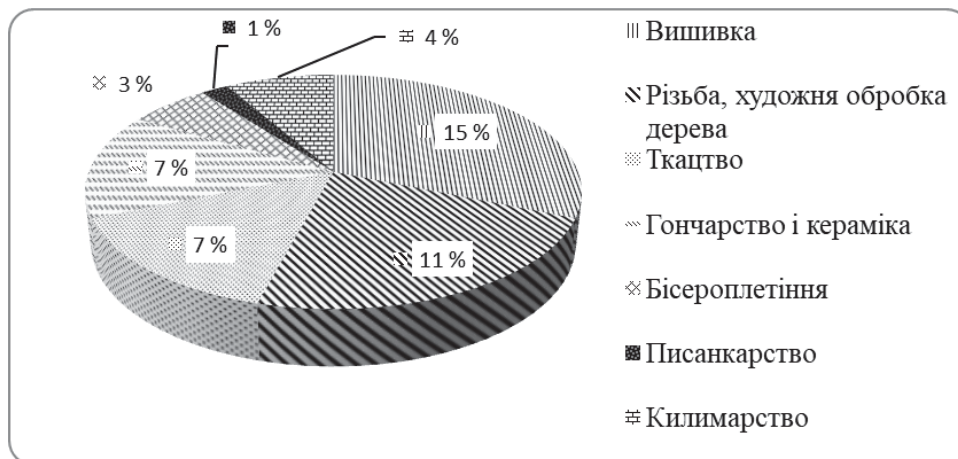


Рис. 1. Структура сувенірної продукції Закарпатської області



металі, вишивка, в'язання, різьблення; у селах Берегівського району (Яноші, Гать, Варієво, Слобода) – гончарство, різьблення, вишивка. Мукачівщина популярна неповторною угорською вишивкою скатертин і рушників, Ужгородщина славиться добронськими віниками найрізноманітніших розмірів. У цих населених пунктах збереглися автентичні традиції щодо виробництва сувенірів народними майстрами, зокрема, щодо гончарства, ткацького ремесла, художньої обробки дерева.

Автентичним способом майстри виготовляють такі вироби, як покривала-верети, обруси, тайстри та рушники з візерунками, килими з вовни, ліжники, джерги та різноманітні побутові речі з лози (кошки, вази, столи, крісла, гойдалки) та дерева (топірці, ложки, куделі, веретена, барелі, тарелі, горнятка, лавиці, вішалки). Під час туристичних подорожей у регіоні часто пропонуються туристам майстер-класи, наприклад, майстер-класи з лозоплетіння, ковальства, гончарства, ткацтва, інших народних ремесел, національної кухні, традиційного фольклору тощо, з надавачами продукції/послуг (наприклад, послуг сільського туризму та ремесел).

На жаль, у зв'язку з економічною кризою в Україні істотно скоротився випуск продукції художнього народного ремесла. Безперечно, це призвело до знищення його матеріально-технічної бази, втрати традицій, талановитих майстрів, які є носіями унікальних знань і вмій. Провівши аналіз слабих і сильних сторін, проблем і перспектив розвитку виробництва сувенірної продукції та продукції народних промислів, можемо виокремити сильні та слабкі сторони їх розвитку.

До сильних сторін, на нашу думку, варто віднести: наявні багаті сировинні ресурси; чималий досвід народних умільців і прагнення його передати молодим майстрам; розширення мережі творчих осередків у навчально-виховних закладах, спеціалізованих творчих закладах – гуртків, студій декоративно-прикладного мистецтва; активізація фестивально-виставково-ярмаркової діяльності в регіоні; відкриття сувенірних крамниць тощо.

Водночас, незважаючи на перспективність розвитку народних ремесел в Україні та використання їх продукції в туризмі,

варто назвати низку чинників, які гальмують їхній розвиток: відсутність системної збалансованої культурної й економічної політики держави, яка визначала б пріоритети забезпечення конкурентоспроможності регіонів; державні та регіональні програми розвитку осередків ремесел передбачають переважно процес відновлення промислового виробництва, натомість нехтують необхідністю заохочення та підтримки народної творчості; падіння попиту на високохудожні вироби, засилля низькоякісних імпорتنих аналогів, значна кількість підробок; незадовільні фінансово-економічне забезпечення та матеріально-технічна база; неефективність управління підприємствами народних художніх промислів і несформованість концепцій розвитку; тінізація діяльності народних майстрів, низький рівень їхнього соціального захисту; проблеми із забезпеченням зміни поколінь народних майстрів і збереженням традиційних технологій виробництва; неврахування аксіологічного підходу у формуванні конкурентоспроможності продукції та самих осередків народних промислів.

Висновки із проведеного дослідження.

Отже, сувенірна продукція може бути атрибутом формування образу території, ефективним чинником репрезентування та популяризації. У Закарпатській області є численні осередки народних промислів, які акумулюють великий потенціал для культурного туризму.

Розвинуте виробництво сувенірної продукції є важливою складовою частиною туристичної привабливості Закарпатської області, своєрідним туристичним брендом. Найважливіші осередки їх виробництва включені до багатьох туристичних маршрутів і активно використовуються туроператорами під час формування етнотурів. Такі тури, зазвичай, є екскурсійно-пізнавальними, характеризуються насиченою програмою, передбачають відвідування багатьох туристичних об'єктів: етнографічних музеїв, музеїв народного мистецтва і побуту, скансенів, а також історичних і сакральних пам'яток, участь туристів у театралізованому дійстві тощо. Це дозволяє туристам ознайомитися з виробами народних майстрів, традиціями і технологіями виробництва їхньої продукції.

Залучення центрів виробництва сувенірної продукції до туристичних маршрутів не тільки урізноманітнить їхню географію здійснення, а й стане важливим напрямом відродження народних ремесел, які дають змогу ідентифікувати регіон у туристів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Быстрова Т.Ю., Хисматуллин А.К. Сувенир – это серьезно : социально- коммуникативный анализ сувенира / Т.Ю. Быстрова, А.К. Хисматуллин. – Екатеринбург : Издательство «Рекламная студия “ra4.ru”», 2009. – 93 с.

2. Бардина Р.А. Изделия народных художественных промыслов и сувениры (товароведение и организация торговли) : [учебник для ПТУ] / Р.А. Бардина. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Высшая школа, 1990. – 302 с.

3. Орловский Э.И. Сувениры / Э.И. Орловский. – М. : Экономика, 1974. – 183 с.

4. Мікула Н.А., Дацко О.І. Методологічні підходи до кластеризації осередків народних текстильних промислів / Н.А Мікула, О.І. Дацко // Вісник Інституту регіональних досліджень НАН України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ierjournal.com/journals/12-13/2010_9_Mikula.pdf.

5. Tseng. The use of souvenir purchase as an important medium for sustainable development in rural tourism / A. Tzuhui [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://extensiontourism.net/files/2012/08/CS2-E-3-TsengNET-2009.pdf>.

6. Бардина Р.А. Изделия народных художественных промыслов и сувениры (товароведение и организация торговли): [учебник для ПТУ] / Р.А. Бардина. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Высшая школа, 1990. – 302 с.

7. Закон України : Про народні художні промисли від 21 червня 2001 р. № 2547–ІІІ.