

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ  
«МО «ЦЕНТР АНАЛІЗУ І РОЗВИТКУ ОСВІТИ ТА НАУКИ»

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ  
*НАУКОВЕ ТОВАРИСТВО СТУДЕНТІВ, АСПІРАНТІВ,  
ДОКТОРАНТІВ ТА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ*

ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РОЗВИТКУ  
ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»  
*ІНСТИТУТ ФІЛОЛОГІЇ ТА МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ*

ГРОМАДСЬКА ІНІЦІАТИВА  
«ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ КЛУБ МОЛОДИХ НАУКОВЦІВ»

МАТЕРІАЛИ КОНФЕРЕНЦІЇ РОЗМІЩУЮТЬСЯ НА  
ІНФОРМАЦІЙНОМУ РЕСУРСІ **EUROCONF.ORG** І  
ІНДЕКСУЮТЬСЯ В GOOGLE ACADEMY



# RESEARCH IN THE XXI CENTURY: THEORY AND PRACTICE (SRTP 2016)

Materials of  
I International Scientific and Practical  
Conference

*21 November, 2016  
Ternopil, Ukraine*

Ternopil  
2016

# **НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ХХІ СТОЛІТТІ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА (SRTP 2016)**

Матеріали  
І міжнародної науково-практичної  
конференції

*21 листопада 2016 року  
м. Тернопіль*

Тернопіль  
2016

**Громадська організація «МО «Центр аналізу і розвитку освіти та науки»**

*Організаційний та редакційний комітет конференції:*

- Olga Pavuk - Dr.Oec, Assoc.Prof., Baltic International Akademy, Latvia;  
Антонишин А.П. – голова ГО «МО «Центр аналізу і розвитку освіти та науки»,  
кандидат історичних наук;  
Гаращенко Л.П. – кандидат юридичних наук, доцент кафедри права, Київський  
національний лінгвістичний університет;  
Данченко Л.Г. – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і  
маркетингу, Київський національний лінгвістичний університет;  
Захарін С.В. – доктор економічних наук, член Громадської ради при МОН України;  
Перегуда Є.В. – доктор політичних наук, завідувач кафедри політичних наук,  
Київський національний університет будівництва і архітектури;  
Петренко П.С. – голова Первинної профспілкової організації студентів і аспірантів,  
Київський національний лінгвістичний університет;  
Риволь Є.П. – доктор філологічних наук;  
Романенко О.О. – декан факультету економіки і права, Київський національний  
лінгвістичний університет, кандидат економічних наук, доцент;  
Срожиддинова З.Х. - почетный профессор, доцент, Ташкентский финансовый  
институт, Узбекистан;  
Фастовець О.О. - кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму,  
Національний університет фізичного виховання і спорту України;  
Шутов О.Г. – кандидат філософських наук, професор, Київський національний  
лінгвістичний університет.

*Адреса оргкомітету:* 03150, Київ, а/с 281.

**Медвідь Лариса Іванівна**  
старший викладач кафедри туризму і рекреації

**Кампов Надія Семенівна**  
старший викладач кафедри туризму і рекреації  
Мукачівський державний університет

## СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ ЯК ЗАСІБ ТУРИСТИЧНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ РЕГІОНУ

Туризм – один із найважливіших елементів сучасного розвитку культури, який враховує потреби і мотиви різних категорій туристів. Він сприяє більш повному використанню культурного потенціалу територій, робить культурну спадщину регіонів доступною великому сегменту відвідувачів і реалізує освітню функцію туризму.

Невід’ємною складовою культури регіону є сувенірна продукція, яка презентує туристичну галузь, є образним ідентифікатором території, відображає культуру, традиції, побут місцевого населення. Сувенірна продукція, особливо якщо вона виготовлена місцевими майстрами, завжди була невід’ємною складовою культури і ввібрала в себе всі характерні риси та особливості території. Сьогодні сувеніри є сервісним додатком до туризму, тобто кінцевим матеріальним продуктом туристичної індустрії. Тому питання туристичної ідентифікації території через сувенірну продукцію, а також вивчення можливостей її раціональної реалізації залишається актуальним.

Метою дослідження є визначення особливостей сувенірної продукції, яка ідентифікує регіон у спогадах туристів.

Спеціалізовані предмети на згадку про перебування на курорті у тій чи іншій країні, спогад про природні та культурно-історичні об’єкти мають значну популярність. Такими предметами є сувеніри (з фр. «souvenir» – згадка, пам’ять) – пам’ятні предмети, пов’язані з перебуванням у тому чи іншому місці, або з якоюсь пам’ятною подією. В західних публікаціях щодо предметів, які мають особливе значення, пов’язуються з якоюсь подією чи людиною та нагадують про них використовується термін «меморабілія» (лат. memorabilia).

Сувеніри розглядаються як вироби невеликих розмірів, які відображають місцеві особливості, пам’ятки, видатні події та досягнення та реалізуються туристам на пам’ять про подорож, у подарунок іншій особі. Таким чином, сувеніри виконують пізнавальну роль, сприяють взаєморозумінню, духовному збагаченню, зближенню народів і людей, відображають культуру та життя території, яку вони представляють. Найчастіше туристи надають перевагу портативним сувенірам, відносно недорогим, зрозумілим, і придатним для використання після повернення додому. Сувеніри купують не просто для колекції об’єктів, вони є одним із способів маркування спогадів. Як правило, при купівлі сувенірів туристи надають перевагу «справжнім» сувенірам – виробленим місцевими майстрами з місцевих матеріалів. Однією з туристичних атракцій сувенірного бізнесу є майстер-класи. Залучення туристів шляхом надання їм можливості спостерігати частину виробничого процесу або приймати участь у виробництві сувеніру є досить розвиненою практикою багатьох європейських країн, а цінність такої продукції є високою.

Закарпатська область є одним із найбільш перспективних туристичних регіонів країни, невід’ємною складовою туристичного продукту її є сувенірна продукція. Різноманіття сувенірів презентує край в Україні та за кордоном і конкурує з найбільшими світовими ринками сувенірної продукції. Сувеніри вироблені в регіоні характеризуються відмінною якістю, як правило, є ексклюзивним втіленням багатой історії та культури краю. Вигідне географічне положення, межування з країнами Європи, етнічна строкатість населення регіону є факторами розвитку виробництва сувенірної продукції та сувенірного бізнесу. Автентичні закарпатські сувеніри мають чималий попит за кордоном і тому кожен іноземець бажає їх придбати.

Значна частка пропонованих сувенірних виробів у регіоні – істинно закарпатського походження. В якості сувенірної продукції, яка ідентифікує область серед інших областей регіону, є – вишивання, ткацтво, різьбярство, декоративний розпис, ковальство, лозоплетіння та художня обробка шкіри (рис. 1). У якості сувенірів використовуються місцеві вироби харчової, легкої, поліграфічної промисловості, етнічні прикраси та одяг, гастрономічні вироби тощо.

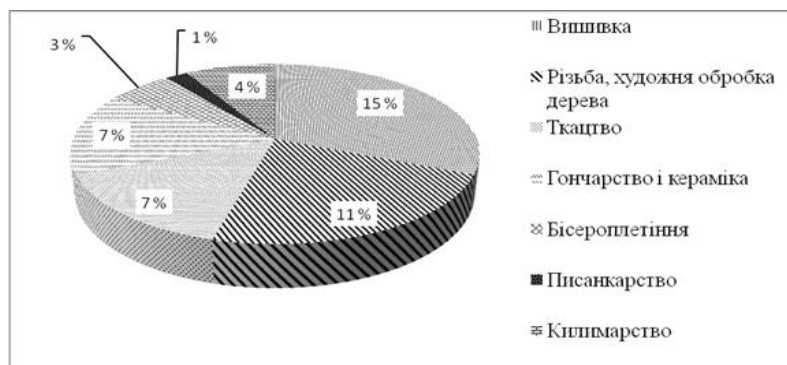


Рис.1 Структура сувенірної продукції Закарпатської області.

Виробництво сувенірної продукції в регіоні здійснюється окремими майстрами, дуже рідко малими підприємствами, деякі майстри продають свою продукцію до сувенірних магазинів або продають безпосередньо під час свят чи спеціальних подій. Досить часто можна зустріти «підроблені» сувеніри, які видаються за продукцію майстрів регіону та продаються в основних місцях екскурсій.

Кожний з районів Закарпатської області, окрім традиційних закарпатських сувенірів, пропонує сувеніри, виготовлені народними майстрами, які сформувалися під впливом історичних, природних та етнографічних особливостей території.

Так, наприклад, у селах Рахівського району (Кваси, Кобилецька Поляна, Великий Бичків, Луг) особливою популярністю користуються ліжникарство, ткацтво, різьбярство, вишивка, килимарство, писанкарство, дерев'яна коренеplastика, виробництво кам'яних пацюрків (намиста); у селах Іршавського району (Арданове, Дунковиця, Боржавське, Довге, Кушниця) – килимарство, вишивка; 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 метали, 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 (кошики, вази, столи, крісла, гойдалки) та дерева (топірці, ложки, куделі, веретена, барелі, тарелі, горнятка, лавиці, вішалки).

Таким чином, сувенір може бути атрибутом формування образу території та основою для туристичної ідентифікації окремих міст, містечок, селищ, так і регіону в цілому.

Розвиток туризму в регіоні сприятиме активізації виробництва різноманітних сувенірних виробів. Залучення центрів виробництва сувенірної продукції до туристичних маршрутів є важливим напрямком відродження народних ремесел, які дають змогу ідентифікувати регіон у туристів. Необхідна підтримка органів самоврядування та місцевих громад щодо розвитку ремесел в регіоні, створення юридичних та організаційних перепон появи та реалізації сувенірів невідомого походження та без сертифікату їх безпечності.

**Миськовець Н. П.,**

асистент кафедри фінансів та економіки природокористування,  
Національний університет водного господарства і природокористування  
м. Рівне, Україна

## **МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ЕКОСИСТЕМНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Макроекономічне функціонування екосистемного підприємництва можна розглядати через показники діяльності підприємств України, регіону та функціонування рибного господарства в цілому. Про те нині дуже важко аналізувати вище зазначену галузь, адже відсутність статистичної бази в звітних матеріалах Державної служби статистики України, говорить про те, що значення даного виду підприємництва, або не є актуальним, чи це штучно створена ситуація, щодо зменшення стратегічно важливого продукту для харчового забезпечення країни. Рівень випуску продукції рибного господарства України у вартісному виразі такий незначний, що він не знайшов відображення в офіційній статистиці, і його частка в економіці України відповідає нульовому значенню [1].

Про те аналіз даних щодо ведення екосистемного підприємництва на макрорівні свідчить, що даний напрямок має все ж певні перспективи, а рибне господарство необхідно виокремити в звітності України відповідно до класифікації видів економічної діяльності.

Таблиця 1

**Показники капітальних інвестицій, млн.грн**

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Усього по Україні	189061	259932	293692	267728	219419	273116
Рибництво, рибальство України	65,9	49	43	33,6	27	56,4
Усього по Рівненській області	1937,08	2565,83	2770,91	2837,34	2804,6	4334,2
Рибництво, рибальство області	0,14	0,88	0,73	0,31	0,47	2,67

Загалом як підтверджує нова методика суми капітальних інвестицій країни та рибного господарства мають тенденцію до зростання (табл.1.) [2], окрім 2014 року. На розвиток рибальства та рибництва в цілому по країні інвестиції щорічно зменшуються, виключенням є 2015 році, коли інвестиції у галузь у порівнянні до попереднього року зросли в двічі та становлять 56,4 млн.грн., будемо надіятися, що це перші суми у розбудову галузі. На розвиток рибного господарства області були вкладені значні капітальні інвестиції в 2015 році 2,68 млн.грн., що в 20