

## От авторов

---

Уважаемые читатели!

Представляем вашему вниманию книгу «Туристический сувенир: от идеи до туриста» — первое в России издание, посвященное проектированию и созданию сувенирной продукции для туристов.

Идея этой книги возникла в конце 2015 года, после финала первого Всероссийского конкурса «Туристический сувенир». Проведение конкурса, анализ его итогов и, главное, общение с конкурсантами подтолкнули нас к мысли, что такому виду сувенирной продукции, как туристический сувенир, нужен не только свой конкурс, но и собственный понятийный аппарат, методика создания и образовательный проект.

За годы существования конкурса «Туристический сувенир», участниками которого стали тысячи человек из всех регионов России, мы убедились, что отечественному сообществу, активно занимающемуся созданием сувенирной продукции для туристов, необходимо пособие, которое помогло бы проанализировать и обобщить уже имеющийся в этой области опыт, выявить тренды рынка и, как результат, усовершенствовать методики создания сувениров для туристов.

Книга, которую вы держите в руках, — это обобщение собственных знаний, полученных опытным путем, опыта наших коллег по Экспертному совету Всероссийского конкурса «Туристический сувенир», а также практических примеров от создателей сувенирной продукции для туристов из разных регионов России.

Это издание представляет собой подробное пособие по проектированию и созданию туристических сувениров, содержащее примеры конкретных изделий — лауреатов Всероссийского конкурса «Тури-

стический сувенир». В нем изложена детальная информация о сувенирной продукции для туристов, раскрыто содержание понятия «туристический сувенир», описаны особенности и классификация данного вида сувенирной продукции, приведены примеры успешных работ мастеров, а также представлен авторский чек-лист по созданию туристического сувенира.

Чек-лист от авторов книги — это инструкция, позволяющая сделать процесс проектирования и производства туристического сувенира более целостным и осмысленным. Его уже используют многие мастера сувенирной продукции из разных уголков России, в некоторых регионах он применяется при реализации образовательных проектов в сфере туризма. Например, чек-лист для туристического сувенира был опубликован в книге известных отечественных специалистов в сфере туризма Сергея Корнеева и Юлии Моховой «Туризм: перезагрузка. Как привлекать иностранных туристов в Россию» (издательство «Питер»), вышедшей в свет в октябре 2020 года. Еще раньше он был включен в «Тетрадь участника практического семинара по развитию сельского туризма», который проводится в рамках проекта «100 уникальных сел Бурятии», реализуемого при поддержке Агентства стратегических инициатив (АСИ).

Многие материалы, опубликованные в книге, мы использовали при проведении авторских семинаров по теме «Туристический сувенир: от идеи до туриста», слушателями которых стали несколько сотен человек из разных регионов России. В рамках семинаров подробно рассматривались следующие темы: основные отличия туристического сувенира от обычной сувенирной продукции, особенности его создания, обзор отечественной сувенирной продукции для туристов.

Одна из особенностей книги — наличие в ней материалов исследовательского проекта, посвященного сувенирам для туристов, участниками которого стали представители отечественной туристической индустрии и производители сувенирной продукции. Необходимо отметить, что исследование по такой тематике в нашей стране проводилось впервые.

В издание вошло большое количество фотографий туристических сувениров из самых разных регионов России. Большинство этих изделий — лауреаты Всероссийского конкурса «Туристический сувенир», многие из них являются частью обширной коллекции Геннадия Шаталова.

В специальном разделе книги мы решили представить опыт коллег, производителей и продавцов туристических сувениров в их авторской версии.

Книга адресована всем, кто проектирует, производит, продвигает и реализует сувенирную продукцию для туристов: мастерам народно-художественных промыслов, ремесленникам, дизайнерам, художникам, маркетологам, рекламистам, специалистам в области PR, культурологам, владельцам сувенирных магазинов, субъектам въездного и внутреннего туризма (органам власти, туристско-информационным центрам, турфирмам, объектам проживания и питания, музеям и другим объектам показа, организаторам турсобытий и др.).

Уверены, что это издание поможет многим мастерам и компаниям из разных регионов страны не только создавать востребованную туристами сувенирную продукцию, но и увеличить значение туристических сувениров в общенациональном и региональных туристических продуктах.

*Геннадий Шаталов,  
Вероника Косых*

# Введение

---

Традиция привозить сувениры из путешествий уходит корнями в далекое прошлое. С развитием массового туризма все больше людей, отправляющихся за новыми впечатлениями в другие города и страны, приобретают понравившиеся вещицы как для себя, так и в подарок друзьям и близким. Привозить с собой сувениры из поездок — традиция и обязательный ритуал многих современных путешественников.

Как показывают результаты нашего исследовательского проекта, девять из десяти туристов покупают сувенирную продукцию во время путешествия.

Покупка сувениров — один из самых интересных и важных элементов путешествия. Приобретая то или иное изделие, мы хотим увезти с собой не просто предмет, а эмоции, полученные от пребывания в этом месте. Когда человек не может купить что-то на память о некоем городе или событии из-за того, что сувениров нет в продаже, он уезжает с чувством неудовлетворенности и недополученных эмоций.

В настоящее время во многих городах России предлагается широкий ассортимент сувенирной продукции, который позволяет туристу выбрать изделие, полностью соответствующее его финансовым возможностям, интересам, вкусам, предпочтениям его друзей и близких. В большинстве случаев это магниты, сувенирные тарелочки, открытки, брелоки, календари, значки, чехлы для телефонов, изделия народных художественных промыслов, национальная одежда, украшения и многое другое.

С дальнейшим развитием массового туризма спрос на качественную туристическую сувенирную продукцию будет расти, поскольку с точки зрения теории туризма сувенир — один из специфических туристских товаров, необходимый для удовлетворения потребностей

туриста, возникающих в период его путешествия и вызванных именно этим путешествием.

Благодаря высокому спросу на оригинальную сувенирную продукцию с национальным колоритом возрождаются традиционные (а иногда даже зарождаются новые) народные художественные промыслы. Туристический сувенир — часть культуры территории. Он выполняет познавательную функцию, воплощая в себе особенности уклада жизни и традиций страны, региона, города, села. Человек, побывавший в туристской поездке в том или ином городе (регионе) и демонстрирующий привезенные с собой сувениры, становится бесплатным рекламным агентом и способствует повышению популярности туристического направления и его привлекательности у потенциальных туристов из числа своего окружения.

Туристический сувенир, являясь составляющей туристского продукта, приносит ощутимую пользу региону, в пределах которого выпускается, поскольку производство и продажа сувенирной продукции обеспечивают занятость населения и способствуют росту его благосостояния.

На наш взгляд, производству и использованию сувенирной продукции для туристов уделяется недостаточно внимания как в теории туризма, так и на практике. Во многом это происходит из-за непонимания важности роли и места сувениров в развитии туризма. Многие специалисты отмечают недостаточное развитие сувенирной отрасли даже в пределах тех регионов и городов России, которые можно охарактеризовать как туристически развитые.

Отдельно хотелось бы отметить отсутствие глубокой теоретической проработки данного вопроса в современной туристской литературе, что, как нам кажется, является серьезным упущением.

Изготовление сувенирной продукции для туристов требует разработки алгоритмов ее проектирования, производства и реализации, а также создания и внедрения системы классификации изделий, задача которой сделать процесс производства более осознанным и экономически эффективным. Именно этим вопросам и посвящена данная книга.