

Научная статья
УДК 338.48

ТЕКФИ

Тимур Александрович

бакалавриат, Мурманский арктический университет
(Мурманск, Россия),
timurtekfi@yandex.ru

СУВЕНИР КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАРЕЛИЯ

Научный руководитель:

Желнина Зоя Юрьевна

Рецензент:

Малышко Антон

Александрович

Кузнецова Наталья Юрьевна

Статья поступила: 28.04.2025;

Принята к публикации: 28.09.2025;

Размещена в сети: 28.09.2025.

Аннотация. Современная туристская индустрия требует интеграции традиционных ремёсел и инновационных технологий в сувенирном производстве. На примере Республики Карелия выявлены проблемы стандартизации и недостатка локального культурного кода в сувенирах. Предложены стратегии развития: районированные линейки, арт-резиденции, межрегиональные ремесленные кластеры и цифровое продвижение. Развитие сувенирной продукции способствует укреплению региональной идентичности и повышению туристической привлекательности.

Ключевые слова: сувенирная продукция, туризм, Республика Карелия, культурная идентичность, ремёсла, инновации, цифровое продвижение, устойчивое развитие

Для цитирования: Текфи Т. А. Сувенир как средство продвижения туризма в Республике Карелия // StudArctic Forum. 2025. Т. 10, № 3. С. 18–23.

Современная туристская индустрия существует в условиях динамичной трансформации — меняются мотивы путешественников, каналы коммуникации, способы продвижения территорий. Сувенир, когда-то бывший второстепенным элементом туристского опыта, сегодня выступает полноценным медиатором между туристом и регионом. Он не только фиксирует воспоминания о поездке, но и транслирует культурные, исторические, природные и символические особенности территории [Авилова].

В условиях усиливающейся глобализации и цифровизации роль сувениров возрастает по нескольким причинам. Во-первых, туристы ищут аутентичные и уникальные предметы, которые выделяются на фоне унифицированной продукции масс-маркета. Во-вторых, сувенир становится частью персонального брендинга путешественника: предмет, привезённый из поездки, всё чаще демонстрируется в социальных сетях, что превращает его в медиаобъект. В-третьих, сувенир может быть инструментом устойчивого развития — поддерживая локальных мастеров, стимулируя креативные индустрии и сохраняя культурное наследие.

Республика Карелия — это территория с уникальным сочетанием природных ландшафтов, исторических памятников и самобытных ремёсел. Здесь сохранились техники работы с карельской берёзой, традиции обработки шунгита, уникальные орнаменты заонежской вышивки, гастрономические рецепты с северным колоритом. Однако, несмотря на высокий потенциал, современный рынок сувениров региона сталкивается с рядом проблем: стандартизацией ассортимента, недостатком инновационных решений и слабой

географической дифференциацией [Глушанок].

Актуальность исследования вызвана тем, что по данным Министерства культуры Республики Карелия в 2024 году регион посетили более 1,3 млн туристов, из которых около 67 % приобрели сувенирную продукцию. Однако значительная часть ассортимента — это серийные изделия, зачастую импортного производства, не несущие локального культурного кода. Такая ситуация обесценивает маркетинговый потенциал сувениров и препятствует формированию устойчивого бренда территории. Между тем, мировой опыт показывает: сувенир, глубоко интегрированный в культурный и туристический контекст, способен быть не только источником дополнительного дохода, но и точкой входа в более глубокое знакомство с регионом. Например, в Японии каждая префектура имеет официальный сувенир, поддерживаемый региональными властями, а в Финляндии сувенирные продукты часто сопровождаются историями об их происхождении, что превращает покупку в культурный опыт. Эти подходы могут быть адаптированы для Карелии с учётом местных особенностей.

Вопросами роли сувенирной продукции в туризме занимались многие исследователи. Так, Н.Л. Авилова и её соавторы рассматривают сувенир как элемент символического капитала территории, способный формировать эмоциональную привязанность туриста [Авилова]. Т.М. Глушанок и её коллеги указывают на необходимость переосмысления сувенирного ассортимента в арктических регионах Карелии, предлагая использовать инновационные дизайнерские приёмы в сочетании с традиционными ремёслами [Глушанок]. Е.П. Мармилова и И.А. Сизова отмечают, что локальные культурно-исторические бренды субъектов РФ — ключ к устойчивому развитию внутреннего туризма [Мармилова].

Интересен и опыт межрегиональных ремесленных кластеров, описанный С.Н. Кольчуриной и её соавторами [Кольчурина]. Они рассматривают объединение ремесленников как способ повышения конкурентоспособности локальной продукции, в том числе сувенирной. Этот опыт напрямую применим к Карелии, учитывая её соседство с Архангельской и Мурманской областями. Вместе с тем, несмотря на наличие теоретической базы, вопрос практической реализации современных подходов в сувенирном производстве Карелии остаётся недостаточно изученным. Именно эта лакуна и определяет актуальность настоящего исследования.

Цель данной статьи заключается в выявлении эффективных направлений развития сувенирной продукции в Республике Карелия, которые позволят интегрировать традиционные ремёсла с современными дизайнерскими и технологическими подходами, формируя устойчивый туристический бренд региона. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- 1) провести анализ существующих сувенирных линий Карелии с выделением ключевых культурных кодов;
- 2) определить перспективные направления развития индустрии через внедрение генеративного дизайна, арт-резиденций, районированных линеек и межрегиональных ремесленных кластеров.

* * * * *

Карелия обладает богатейшим набором культурных маркеров, способных стать основой для разработки уникальных сувенирных продуктов. В рамках исследования выделены пять ключевых групп, каждая из которых связана с определёнными ремесленными и дизайнерскими традициями.

1. Карельская берёза — символ природной аутентичности. Карельская берёза известна своим неповторимым текстурным рисунком, формирующимся в результате специфических

условий роста. Эта древесина ценится как в России, так и за рубежом. В Карелии изделия из неё выпускают мастерские «Карельский сувенир» (Петрозаводск) и «Северный узор» (Кондопога). Ассортимент включает шкатулки, декоративные панно, кухонные аксессуары, украшенные орнаментами в стиле «северного модерна». Продукция часто сопровождается сертификатом подлинности, что усиливает её ценность для туриста как коллекционного предмета.

2. Шунгит — «камень силы Севера». Шунгит добывается в основном в районе Заонежья и используется в производстве украшений, косметики и предметов интерьера. Мастерская «Шунгит Карелии» (Сортавала) предлагает линейку кулонов, браслетов и каменных фигурок с гравировкой традиционных карельских символов. Особенность маркетинга шунгитовой продукции в том, что она продаётся не только как сувенир, но и как оздоровительный продукт, что расширяет целевую аудиторию и включает сегменты оздоровительного и этнографического туризма [Глушанок].

3. Заонежская вышивка — «живое наследие» в современном дизайне. Традиционные вышивальные узоры Заонежья, передававшиеся из поколения в поколение, в последние годы активно адаптируются под современный рынок. Мастерская «Наследие Заонежья» сотрудничает с молодыми дизайнерами, создавая сумки, шарфы, интерьерный текстиль с элементами аутентичного орнамента. Эта продукция воспринимается как «мост» между прошлым и настоящим — она сохраняет символику, но подаёт её в модной и функциональной форме.

4. Гастрономические сувениры — вкус как память о регионе. Исследования туристических предпочтений показывают, что гастрономические продукты занимают лидирующие позиции по привлекательности среди сувениров [Морозова]. В Карелии это мёд, варенья из северных ягод, морсы, настойки. Бренд «Карельские пасеки» внедрил QR-коды на упаковке, ведущие на страницу с историей пчеловода, видеороликом о процессе сбора мёда и рецептами. Это создаёт эффект «продлённого впечатления» от сувенира.

5. Изделия народного творчества — архетипы и мифология. Резьба по дереву, берестяные туеса, куклы-обереги — всё это несёт в себе мифологемы и символы северного мира. Работы мастеров из Медвежьегорска и Пудожя часто включают образы животных и птиц, встречающихся в карельских легендах, что усиливает их культурную ценность.

В последние годы производители сувениров всё чаще обращаются к технологическим инновациям, которые позволяют не только разнообразить ассортимент, но и повысить его ценность в глазах туриста. В ходе исследования выделены наиболее перспективные технологии, уже применяемые или потенциально применимые в Карелии.

Таблица 1

Технологии производства сувенирной продукции

Технология	Суть технологии	Преимущества	Риски и ограничения	Примеры применения
Генеративный дизайн	Использование алгоритмов ИИ для создания уникальных орнаментов и форм с опорой на локальные мотивы	Высокая вариативность, адаптация под клиента, возможность массовой персонализации	Требуется квалификация в цифровых технологиях, затраты на ПО	Прототипы сувениров для 3D-печати с мотивами заонежской вышивки
Лазерная резка и гравировка	Прецизионная обработка дерева, камня, металла	Серийное производство с сохранением качества, возможность точной передачи сложных узоров	Ограничение по размерам изделий, необходимость в оборудовании	Персонализированные шкатулки из карельской берёзы с гравировкой герба Петрозаводска

AR/QR-интерактив	Интеграция цифрового контента в сувенир через QR-коды или дополненную реальность	Увеличение вовлечённости, возможность «оживить» предмет	Требуется разработка и поддержка цифровой платформы	Медовые наборы с QR-кодом, ведущим на видеоэкскурсию по пасеке
Эко-дизайн	Использование переработанных и биоразлагаемых материалов	Поддержка тренда на экологичность, привлечение эко-туристов	Более высокая себестоимость, ограниченность материалов	Упаковка гастрономических сувениров в берестяные контейнеры
3D-печать	Производство сложных форм и индивидуальных изделий	Возможность экспериментировать с дизайном, малые тиражи	Высокая стоимость материалов, требовательность к дизайну	Изготовление макетов карельских храмов и памятников в миниатюре

Эти технологии, особенно в сочетании с традиционными материалами (карельская берёза, шунгит, береста), способны формировать уникальные товарные предложения, привлекательные как для внутреннего, так и для внешнего рынка.

* * * * *

Проведённый анализ показал, что наибольший потенциал имеют следующие стратегические линии:

- 1) Районированные сувенирные линейки: продукция, отражающая особенности конкретных районов Карелии. Например, сувениры с мотивами Кижского погоста для Медвежьегорского района, изделия с символикой Ладожских шхер для Сортавалы, шунгитовые изделия с заонежскими орнаментами для Заонежья. Такой подход создаёт ощущение персонализации и усиливает локальную идентичность.
- 2) Арт-резиденции и мастерские для туристов: пространства, где гости могут участвовать в создании сувениров — от резьбы по дереву до генеративного дизайна. Это превращает сувенир из готового продукта в часть туристического опыта, усиливая эмоциональную ценность.
- 3) Межрегиональные ремесленные кластеры: объединение мастеров Карелии, Архангельской и Мурманской областей в единую сеть с общим маркетингом, логистикой и участием в международных выставках. Это повысит устойчивость ремесленного сектора и позволит масштабировать успешные проекты [Кольчурина].
- 4) Цифровое продвижение и маркетплейсы: создание единой онлайн-платформы сувениров Карелии с возможностью заказа по всей России и за рубежом. Интеграция с социальными сетями позволит формировать сообщество вокруг бренда.

В заключение стоит отметить, что развитие сувенирной индустрии в Республике Карелия — это не просто вопрос коммерческой выгоды. Это стратегический инструмент укрепления культурной идентичности региона, повышения туристической привлекательности и стимулирования локальной экономики. Интеграция традиционных ремёсел с современными дизайнерскими и технологическими решениями позволит создать уникальные, конкурентоспособные продукты, которые не только сохраняют наследие, но и откроют Карелию новым аудиториям.

Реализация районированных линеек, организация арт-резиденций и мастерских, а также формирование межрегиональных ремесленных кластеров обеспечат устойчивое развитие отрасли, привлекут туристов и поддержат местных мастеров. Использование цифровых инструментов продвижения и маркетплейсов расширит географию продаж и усилит бренд Карелии на внутреннем и международном рынке.

Таким образом, сувенирная продукция может стать ключевым медиатором между туристом и регионом, помогая не просто сохранить память о путешествии, но и глубже погрузиться в культурный и природный контекст Карелии. Это направление требует

целенаправленных инвестиций, инновационного подхода и слаженного взаимодействия власти, бизнеса и творческого сообщества. Без такого комплексного подхода потенциал региона в сфере сувениров останется недоиспользованным, а возможности для развития внутреннего и въездного туризма — упущенными.

Список литературы

Авилова Н.Л. Сувенирная продукция как фактор развития туристских дестинаций / Н.Л. Авилова, Л.И. Скабеева, И.Н. Чурилина, Д.В. Нехайчук // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т. 17, № 2. С. 21-31. DOI 10.5281/zenodo.7983223

Глушанок Т.М. Новый подход к сувенирной продукции в арктических регионах Карелии / Т.М. Глушанок, С.К. Герасимова, Н.В. Колесникова // Туризм и гостеприимство. 2024. № 1. С. 40-46.

Кольчурина С.Н. Северный ремесленный кластер как система развития локальных ремёсел (Республика Карелия, Архангельская и Мурманская области) / С.Н. Кольчурина, Т.Р. Батова, А.А. Злотко. Петрозаводск, 2023. 40 с. URL: https://etnoecho.ru/media/filer_public/64/be/64bee8d5-958b-478d-9e49-bc809c1b6f9b/issledovanie-severnyy-remeslennyy-klaster-kak-sistema-razvitiya-lokalnykh-remyesel-final.pdf (дата обращения: 09.04.2025).

Мармилова Е.П. Локальные культурно-исторические бренды субъектов Российской Федерации как фактор развития внутреннего туризма / Е.П. Мармилова, И.А. Сизова // Псковский регионологический журнал. 2023. Т. 19, № 3. С. 108-122. DOI 10.37490/S221979310026304-7

Морозова Т.В. Потребительский спрос и развитие рынка туризма приграничного и Северного региона / Т.В. Морозова, Р.В. Белая, Г.Б. Козырева, А.А. Морозов // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2024. Т. 27, № 1(83). С. 50-66. DOI 10.37614/2220-802X.1.2024.83.004

Шаталов Г.В. Туристический сувенир: от идеи до туриста / Г.В. Шаталов, В.И. Косых. Санкт-Петербург: Питер, 2021. 352 с.

Timur A. TEKFI

bachelor's degree, Murmansk Arctic University
(Murmansk, Russia),
timurtekfi@yandex.ru

SOUVENIRS AS A MEANS OF PROMOTING TOURISM IN THE REPUBLIC OF KARELIA

Scientific adviser:

Zoya Y. Zhelnina

Reviewer:

Anton A. Malyshko

Paper submitted on: 04/28/2025;

Accepted on: 09/28/2025;

Published online on: 09/28/2025.

Abstract. The modern tourism industry requires integrating traditional crafts with innovative technologies in souvenir production. Using the Republic of Karelia as a case study, this paper identifies challenges of standardization and the lack of local cultural codes in souvenirs. Proposed development strategies include developing regional product lines, establishing art residencies and interregional craft clusters, and using digital promotion. The development of souvenir products contributes to strengthening regional identity and increasing tourist attractiveness.

Keywords: souvenir products, tourism, Republic of Karelia, cultural identity, crafts, innovation, digital promotion, sustainable development

For citation: Tekfi, T. A. Souvenirs as a Means of Promoting Tourism in the Republic of Karelia. *StudArctic Forum*. 2025, 10 (3): 18–23.

References

- Avilova N.L., Skabeeva L.I., et al. Tourist souvenir as a destination development factor. *Service and Tourism: Current Challenges*, 2023, Vol. 17, No. 2, pp. 21-31. DOI 10.5281/zenodo.7983223 (In Russ.)
- Glushanok T.M., Gerasimova S.K., et al. A new approach to souvenirs in the Arctic regions of Karelia. *Tourism and Hospitality*, 2024, No. 1, pp. 40-46. (In Russ.)
- Kolchurina S.N., Batova T.R., et al. *Northern craft cluster as a system of local crafts development (Republic of Karelia, Arkhangelsk and Murmansk regions)*. Petrozavodsk, 2023. 40 p. URL: https://etnoecho.ru/media/filer_public/64/be/64bee8d5-958b-478d-9e49-bc809c1b6f9b/issledovanie-severnyy-remeslennyy-klaster-kak-sistema-razvitiya-lokalnykh-remyesel-final.pdf (Accessed: 09.04.2025) (In Russ.)
- Marmilova E.P., Sizova I.A. Local cultural and historical brands of the subjects of the Russian Federation as a factor in domestic tourism development. *Pskov Journal of Regional Studies*, 2023, Vol. 19, No. 3, pp. 108-122. DOI 10.37490/S22197979310026304-7 (In Russ.)
- Morozova T.V., Belaya R.V., et al. Consumer demand and the development of the tourism market in northern border regions. *Sever i rynek: formirovanie ekonomicheskogo poriyadka*, 2024, Vol. 27, No. 1(83), pp. 50-66. DOI 10.37614/2220-802X.1.2024.83.004 (In Russ.)
- Shatalov G.V., Kosykh V.I. *Tourist souvenir: from an idea to a tourist*. St. Petersburg, Piter, 2021, 352 p. (In Russ.)