

І. П. Кудінова¹, Л. Г. Хоруженко²

Національний університет біоресурсів і природокористування України,
кафедра готельно-ресторанної
справи та туризму

ORCID: ¹ 0000-0002-1324-3840; ² 0009-0004-4639-8277

КРЕАТИВНІ ПІДХОДИ ДО ПРОСУВАННЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ ТА ТУРИЗМУ ЧЕРЕЗ СУЧАСНІ СУВЕНІРИ

<http://doi.org/10.23939/semi2024.02.075>

© Кудінова І. П., Хоруженко Л. Г., 2024

Обґрунтовано важливість розвитку туризму в Україні через створення та просування українських сувенірів, які є важливим елементом збереження культурної спадщини країни. Доведено роль сувенірів, як символічних атрибутів для туристів і ефективних інструментів для збереження національних традицій. Запропоновано інноваційні підходи до просування української культурної спадщини через створення сучасних сувенірів. У центрі уваги – збереження національної ідентичності та популяризація культурних цінностей шляхом використання сучасних технологій, дизайну та маркетингу. Досліджено вплив цих підходів на розвиток туризму, економіки та міжнародний імідж України. Розроблено стратегію розвитку туризму з використанням сучасних сувенірів. Унікальність і новизна цієї стратегії проявляється завдяки інтеграції інноваційних технологій, екологічності, культурної автентичності, персоналізації та гастрономічних елементів, що разом створює унікальний та інтерактивний досвід для туристів. Визначено основні тенденції та преференції споживачів, а також запропоновано інноваційні стратегії для розвитку туризму і просування українських культурних цінностей через сувенірну продукцію.

Ключові слова: культурна спадщина, сувенір, інновації, Україна, туризм.

Постановка проблеми

Культурна спадщина України, багата на традиції та мистецтво, потребує креативних підходів для її ефективного збереження та популяризації. Незважаючи на значний туристичний потенціал, українська сувенірна продукція, яка є носієм культурної ідентичності, залишається недооціненою з погляду креативних підходів до її просування. У сучасних умовах та з огляду на глобальні тренди існує необхідність у розробці сувенірів, які б не лише зберігали культурні традиції, а й відповідали вимогам сучасного споживача, зокрема щодо екологічності, оригінальності та інтерактивності. Проблема полягає в тому, що поєднання традиційних елементів із креативними підходами досі не отримало належної уваги з боку науковців, що зумовлює потребу в комплексному аналізі можливостей і напрямів просування сувенірної продукції як інструменту збереження та популяризації української культурної спадщини.

Культурна спадщина є важливим елементом національної ідентичності та соціального капіталу, а її збереження і популяризація мають велике значення для розвитку суспільства. Українська культурна спадщина, хоча й багата та різноманітна, не завжди ефективно використовується

для сприяння економічному та культурному розвитку країни. Традиційні методи просування часто не відповідають вимогам сучасного ринку, що обмежує їх привабливість для молодого покоління та міжнародної аудиторії. Недостатня інтеграція інновацій у створенні сувенірної продукції призводить до втрати можливостей для популяризації української культури та її ідентичності [1].

Основні проблеми цього процесу:

– обмежена конкурентоспроможність – традиційні сувеніри та продукти часто не мають сучасного дизайну та не враховують поточні споживчі тренди, що знижує їх привабливість на міжнародному ринку;

– відсутність інновацій – недостатнє використання сучасних технологій та підходів у створенні продукції, що могло б сприяти кращому збереженню та популяризації культурної спадщини;

– маркетингові стратегії – недостатньо ефективні маркетингові стратегії, які не досягають цільової аудиторії та не створюють позитивного іміджу української культури за кордоном;

– економічні виклики – брак значних інвестицій у розвиток креативних індустрій, пов'язаних із культурною спадщиною, що обмежує можливості для інноваційного розвитку.

Для вирішення цих проблем необхідно впроваджувати інноваційні підходи, що передбачають використання сучасного дизайну, новітніх технологій, а також розробку ефективних маркетингових стратегій, спрямованих на просування української культурної спадщини через створення сучасних сувенірів.

Інноваційні підходи до створення сувенірів є важливим інструментом не лише для збереження та популяризації української культури, а й для сучасного унаочнення деталей історичної спадщини. Сувенірна продукція є важлива у туристичній сфері, приносячи виробникам та реалізаторам значний прибуток, а містам та селам – впізнаваність.

Сувенір – це своєрідний спогад, що зв'язує нас із місцем та його історією. Незважаючи на духовну цінність сувеніра, важливо враховувати, що він також піддається впливу моди та сучасних тенденцій. Сучасні туристи віддають перевагу екологічним та автентичним сувенірам, що мають національний або місцевий колорит, відображають культурну унікальність регіону та виготовлені з повагою до природи. Такі сувеніри, що поєднують традиційні елементи з інноваційними підходами, є ефективним засобом для популяризації української культурної спадщини в умовах глобалізації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Оскільки питання, які пов'язані з просуванням культурної спадщини, охоплюють різні аспекти, це дослідження привертає увагу науковців з різних галузей. Дослідження, спрямовані на вивчення культурної спадщини, часто мають міждисциплінарний характер. У контексті сувенірної продукції, вчені з різних галузей роблять свій внесок у розробку та впровадження інноваційних підходів.

Економісти та маркетингологи (Л. Медвідь, К. Редько, О. Фурс, Т. Рябова [2, 3, 4]) аналізують ринок туристичної сувенірної продукції та його потенціал для розвитку національної економіки. Вони досліджують попит на сувенірну продукцію, особливо з урахуванням екологічних та креативних трендів, а також розробляють стратегії для підвищення конкурентоспроможності українських сувенірів на міжнародному ринку.

Культурологи та мистецтвознавці (В. Барабаш, О. Коломієць, В. Худавердієва Є. Рахуба [5, 6, 7]) вивчають культурні аспекти сучасних сувенірів, які можуть слугувати інструментом для збереження та передачі культурної спадщини. Вони аналізують, як інновації в дизайні та матеріалах можуть сприяти збереженню традицій, одночасно роблячи сувеніри привабливими для сучасного споживача.

Фахівці з дизайну та креативних індустрій (М. Смикова, М. Володько, Т. Клименко, Н. Талімонова [8, 9]) досліджують нові підходи до створення сувенірів, які б відповідали сучасним вимогам щодо екологічності та оригінальності. Вони розглядають можливості використання новітніх технологій, таких як 3D-друк, для створення унікальних та персоналізованих сувенірів.

Туризмознавці (О. Зелінська, С. Дичковський, А. Гаврилюк [10, 11, 12]) аналізують роль сувенірів у формуванні туристичної привабливості регіонів. Вони досліджують, як сувенірна продукція може вплинути на туристичний імідж країни, та пропонують шляхи інтеграції сувенірів у туристичні маршрути для підвищення їхньої популярності.

Ці напрями досліджень є основою для розуміння актуальних тенденцій у створенні та просуванні сувенірної продукції, а також для формування стратегій, спрямованих на збереження та популяризацію української культурної спадщини через сучасні сувеніри.

Формулювання гіпотез і постановка цілей

На основі проведеного аналізу можна висунути основну тезу – креативні підходи до створення та просування сучасних українських сувенірів, які поєднують традиційні культурні елементи з новітніми технологіями та дизайном, здатні значно підвищити їхню конкурентоспроможність на міжнародному ринку та сприяти популяризації української культурної спадщини. Впровадження таких підходів може стати важливим інструментом для збереження національної ідентичності та розвитку туризму в Україні.

Мета статті – аналіз та вивчення можливостей використання креативних підходів до створення та просування української сувенірної продукції як інструменту збереження та популяризації культурної спадщини.

Основні цілі дослідження передбачають:

- аналіз поточного стану – оцінка сучасного стану використання української сувенірної продукції, її відповідності культурним традиціям та сучасним ринковим вимогам, а також визначення ключових проблем у цій сфері;
- вивчення креативних підходів – дослідження можливостей застосування новітніх технологій, екологічних матеріалів та сучасного дизайну у створенні сувенірів, що відображають українську культурну спадщину;
- розробка маркетингових стратегій – визначення ефективних маркетингових стратегій для просування української сувенірної продукції на внутрішньому та міжнародному ринках з акцентом на популяризацію національної культури;
- формування практичних рекомендацій – розробка конкретних пропозицій для державних установ, виробників сувенірів та туристичних організацій щодо підтримки креативних ініціатив у сфері сувенірної продукції, спрямованих на збереження та популяризацію української культурної спадщини;
- стимулювання розвитку – виявлення можливостей для впровадження креативних та інноваційних рішень, які б сприяли підвищенню економічного потенціалу сувенірної продукції та розвитку туризму в Україні.

Це дослідження спрямоване на підвищення конкурентоспроможності української сувенірної продукції через впровадження креативних підходів, що дадуть змогу зберегти та популяризувати культурну спадщину України, сприяючи розвитку туризму та формуванню позитивного іміджу країни на міжнародному ринку.

Методи дослідження

Методологічним підґрунтям дослідження є використання інтегративного підходу, що поєднує методи діалектики, системного аналізу та практичного досвіду. Теоретичною основою слугують праці видатних дослідників у галузі культурної спадщини, маркетингу та туризму, зокрема сучасних українських та міжнародних експертів.

Для формулювання рекомендацій щодо креативних підходів до створення сувенірної продукції застосовуються методи порівняльного аналізу, індукції і дедукції, анкетування, фокус-групи, етнографічні спостереження, а також методи контент-аналізу та експертних оцінок. Окрім того, використовуються методи ситуаційного аналізу, кейс-метод та історичний підхід для оцінки ефективності впровадження інновацій у сфері культурної спадщини та туризму.

Інформаційною базою є матеріали Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), законодавчі та нормативні акти Верховної Ради та Кабінету Міністрів України, Державної служби статистики України, Державного агентства туризму і курортів України, Міністерства інфраструктури України.

Виклад основного матеріалу

Розвиток туризму на основі українських сувенірів відіграє важливу роль у збереженні та популяризації культурної спадщини країни. Сувеніри, які відображають культурні, історичні та мистецькі особливості України, не лише є символічним атрибутом для туристів, а й слугують ефективним інструментом для збереження традицій та популяризації національної ідентичності. Сучасні підходи до створення сувенірної продукції передбачають креативні та інноваційні елементи, що дають змогу зберігати традиційні мотиви, адаптуючи їх до сучасних вимог ринку. Цей процес допомагає не тільки зберегти культурну спадщину, а й привернути увагу міжнародних туристів [13, 14].

Креативні підходи до просування української спадщини через сучасні сувеніри забезпечують новий рівень взаємодії між культурою та туристами. Інноваційні сувеніри, що поєднують традиційні елементи із сучасним дизайном і технологіями, стають не тільки привабливими для споживачів, а й ефективними носіями культурних цінностей. Використання таких підходів дає змогу розширити аудиторію, зацікавлену в українській культурі, та створює нові можливості для розвитку туристичної інфраструктури. Сучасні сувеніри можуть містити екологічні та інтерактивні елементи, що відповідають сучасним тенденціям і потребам споживачів, у такий спосіб підвищуючи їхню цінність і популярність. Отже, креативні підходи до створення і просування сувенірної продукції є ключовими для успішного розвитку туризму в Україні та збереження її культурної спадщини [15, 16].

Українські сувеніри відіграють важливу роль у збереженні та розвитку культурної спадщини в Україні завдяки інноваційним підходам до просування та адаптації. По-перше, сувеніри – це не лише продукція, що є чудовими подарунками та речами на згадку, вони також передають історію, традиції та національну ідентичність. Вироби ручної роботи, що відображають український фольклор, мистецтво та символіку, сприяють поширенню та збереженню культурних цінностей [17, 18].

Це наукове дослідження є аналізом не лише значення й ролі українських сувенірів у збереженні культурної спадщини, а й торкається процесу виробництва самих сувенірів, як сучасного продукту для просування української народної спадщини. Це пов'язано з тим, що виробництво українських сувенірів не лише відображає майстерність та мистецький таланти майстра, а й відтворює вікові традиції та техніки, що передаються з покоління в покоління. Українські сувеніри виготовляються з використанням різноманітних традиційних технік та методів, притаманних українському народному мистецтву. Наприклад, такі ремісничі техніки, як вишивка, різьблення по дереву, кераміка та в'язання, передаються з покоління в покоління і зберігаються як неповторна регіональна традиція. Виробництво сувенірів з використанням цих традиційних методів не тільки дає змогу створювати унікальні та автентичні вироби, а й зберігає культурну спадщину та стародавні звичаї.

Крім того, важливим аспектом виготовлення українських сувенірів є використання місцевих матеріалів та ресурсів. Така техніка допомагає у розвитку місцевої економіки, сприяє підтримці місцевих виробників та відновлює екологічну стійкість. Такий підхід дає змогу створювати унікальні та екологічно чисті сувеніри, які мають високий попит серед туристів та колекціонерів [19, 20].

Проте значення українських сувенірів у збереженні культурної спадщини мають підкреслювати, що виробництво цих сувенірів є не лише процесом творчості та давнього ремесла, а й важливим фактором під час збереження та популяризації культурної спадщини України через цінності мистецтва, а саме: сувеніри [21].

Для розуміння важливості інновацій у просуванні української культурної спадщини через створення сучасних сувенірів ми розробили і провели експертне опитування методом анкетування.

Для соціологічного дослідження сформовано анкету для експертів [22]. Загальною метою проведення опитування був аналіз вибору споживачів (туристів) у турах під час купівлі українських сувенірів та аналіз впливу креативних підходів у процесі просування української культурної спадщини через виготовлення цих сувенірів та гастрономічних продуктів і, відповідно, спостереження за впливом цих продуктів на споживачів.

За результатами проведеної роботи було надіслано і отримано 53 заповнених анкети. Опитування проводилось у мережі “Інтернет” за допомогою сервісу Google Docs і розповсюджено шляхом надсилання приватних повідомлень протягом квітня 2024 року обраним респондентам.

За допомогою анкетування було виявлено, що значна частина респондентів виявили значний інтерес до подорожей Україною та придбання українських сувенірів на згадку про відвідані історичні та видатні місця. Варто зазначити, що 90,6 % респондентів виявили активний інтерес до подорожей, водночас 32,1 % респондентів часто наголошують на цьому. А це свідчить про високу популярність українських туристичних напрямків серед опитаних респондентів.

За даними проведеного анкетування спершу було визначено вік фокус-групи, тобто потенційних споживачів (рис. 1).

1) Скільки вам років?

53 відповіді

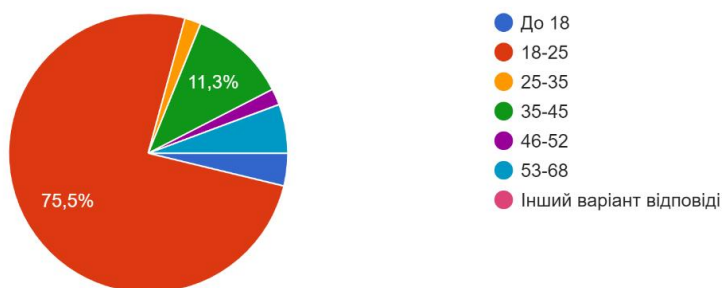


Рис. 1. Розподіл респондентів за віком, %

На основі цього анкетування можна зробити висновки, що вік аудиторії значно впливає на їх вибір сувенірної продукції. Як можна побачити з цього дослідження, орієнтовна аудиторія – це молодше покоління віком від 18 до 25 років. Тобто молоді люди проявляють більший інтерес до сучасних та креативних продуктів, тоді як особи у віці від 35 до 45 років є більш консервативними у своєму виборі. Доросле покоління, можливо, більш прихильне до традиційних сувенірів з гастроіндустрії, тобто спеції, автентичне українське приладдя, наприклад, сковорідки, качалки, дошки з орнаментом для нарізання продуктів, вишиванки, глечики та інші предмети, що відображають історію та культуру. Однак молодше покоління, яке виявляє більший інтерес до сучасних сувенірів, має більший нахил до креативних підходів, що поєднують сучасні технології та дизайн з українською культурною спадщиною.

Українці завжди з радістю подорожують своєю мальовничою країною, а іноземних туристів приваблює краса та неповторність, культура й традиції України. Кожен регіон України має свою неповторну красу, багату історію та культуру, що робить подорожі незабутніми. Проте на думку опитаних респондентів, туристичний район, який найбільше потребує запровадження креативних підходів у просуванні української культурної спадщини через створення сучасних сувенірів, – це Карпатський район.

Безумовно, Карпатський туристичний район – це мальовничий куточок України, який вражає своєю красою та багатством. Величні гори, глибокі долини, чисті озера та бурхливі річки роблять цей регіон справжньою перлиною для туристів (рис. 2).

52 відповіді

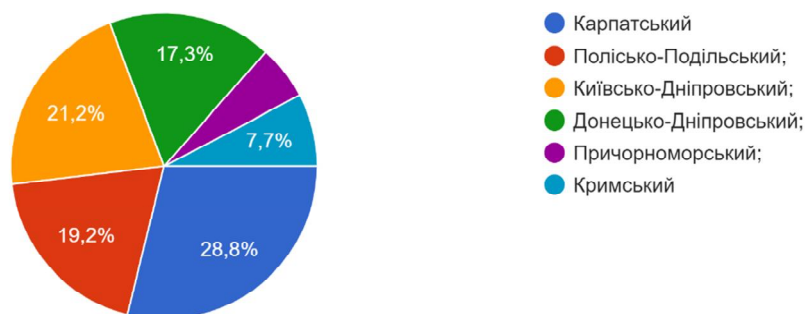


Рис. 2. Розподіл відповідей респондентів щодо вибору туристичного регіону

Аналіз туристичного регіону показав, що Карпатський, Причорноморський та Кримський туристичні райони вибірково виділяються як туристичні місця, які потребують креативних підходів у просуванні української культурної спадщини через сучасну сувенірну продукцію. Впровадження новаторських стратегій у цих районах дасть змогу зробити великий крок до збереження культурних цінностей та приваблення нових туристів, сприяючи економічному та культурному розвитку цих місць.

Хочемо акцентувати увагу і запропонувати саме такі креативні підходи до просування української культурної спадщини, наприклад, через створення сучасних сувенірів – розробка нового дизайну та використання екологічних матеріалів для створення сувенірів, які б відображали українську культуру та були цікавими туристам.

Ще один підхід креативного та інноваційного просування української культурної спадщини – створення нових продуктів харчування та напоїв, які б використовували традиційні українські рецепти та інгредієнти. А також створення мобільних додатків, які б допомогли туристам знаходити цікаві місця, планувати маршрути та розповідати про визначні для України місця та інформацію про українську культуру.

Одним з сучасних методів просування української культурної спадщини є співпраця з інфлюенсерами. Тобто залучення популярних блогерів та інших інфлюенсерів для просування української культурної спадщини в соціальних мережах. Цей підхід передбачає творчість. Через відомих людей, що на власному досвіді перебувають у захваті, розповідатимуть у своїх соціальних мережах про українські місця, культуру, товари. Це дасть змогу охопити різну за віком аудиторію та заохотити людей до подорожей Україною. Оскільки люди бачитимуть досвід, який вже прожила зірка, то будуть прагнути відчувати те саме, наприклад, побувавши на автентичному фестивалі української кухні в Карпатах або придбавши в'язані шкарпетки з українським сучасним орнаментом, чи купивши спеції для приготування карпатського бограчу, щоб також приготувати його вдома.

Впровадження креативних підходів до просування української культурної спадщини через створення сучасних сувенірів має великий потенціал для значного підвищення туристичного потенціалу будь-якого туристичного району України та зробить його ще більш привабливим для туристів з усього світу.

Хоча й існують певні нюанси щодо суми, яку наш споживач готовий витратити на сувеніри, це не затьмарює його щирого бажання знайти та зберегти пам'ятні речі, що нагадуватимуть про незабутні враження від подорожі Україною (рис. 3).

Аналіз цього питання потребує належної уваги. З анкетування бачимо, що більшість споживачів (37,7 %) вважають, що сувеніри не є великим пріоритетом для них та вони готові витратити на них невелику суму, до 300 гривень. Однак 20,8 % опитаних респондентів готові витратити до 2000 гривень на автентичні та корисні сувеніри, що говорить про те, що люди

зацікавлені в пізнанні української культурної спадщини. І переважно ті, що залишились (15,1 %), готові витратити на сувеніри більше ніж 2000 гривень, що також свідчить те, що споживач цікавиться та спроможний допомогти у просуванні української культурної спадщини. Узагальнюючи, зазначимо, що опитані респонденти цінують якісні, місцеві сувеніри, проте витрачають обмежену суму на них. Бюджет респондентів загалом не перевищує загальну суму 2000 гривень, бажаючи одночасно й економити та отримувати задоволення від покупок під час подорожі.

4) Яку суму ви зазвичай витрачаєте на сувеніри чи могли б витратити на українські сувеніри під час подорожі?

53 відповіді



Рис. 3. Розподіл відповідей респондентів щодо їх спроможності платити за придбання українських сувенірів, %

Таку поведінку споживачів можна розцінювати двобічно, оскільки на витрачену суму на сувеніри впливає також й категорія сувенірів, яку частіше купує опитувана аудиторія (рис. 4).

5) Які українські сувеніри ви купуєте найчастіше?

52 відповіді

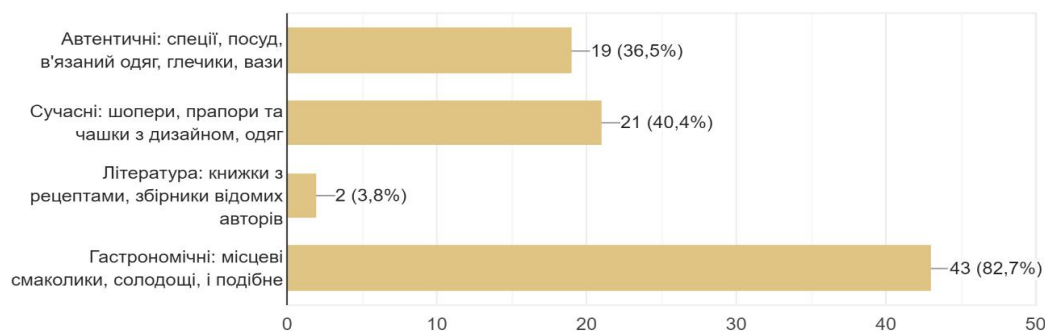


Рис. 4. Аналіз відповідей респондентів щодо типів купівлі українських сувенірів, %

Отже, як бачимо, українські сувеніри популярні завдяки своїй автентичності, сучасному дизайну, літературній цінності та гастрономії. Опитані споживачі найчастіше витрачають гроші на такі сувеніри: автентичні товари (36,5 %) та гастрономічні делікатеси (82,7 %). Безперечно, ці сувеніри відображають прообраз української культури і традицій, привертають увагу місцевих жителів і туристів. Проте варто зазначити, що ці сувеніри не завжди повністю розкривають культурну спадщину України. Хоча й вони відображають окремі аспекти культури та традицій, проте можуть бути лише фрагментом до пізнання історії певного місця.

Для більш повного розкриття культурного аспекту стануть в пригоді креативні підходи просування культурної спадщини. А саме:

- інтерактивність, тобто сувеніри, які забезпечують інтерактивність та залучення споживачів. Наприклад, сувеніри, з якими можна взаємодіяти за допомогою мобільних додатків або вбудованих технологій, – вони сприятимуть цікавості до пізнання культури;

- екологічність – це запровадження екологічно-безпечних українських сувенірів та гастрономічних продуктів, які підкреслюють важливість екологічної рівноваги та сталого споживання. Тренд екологічності дійсно заповнив більшість країн, і люди стали більш свідомими щодо збереження природного середовища та прагнуть екологічності у всьому. Тому під час вибору сувенірів цей креативний підхід до просування культурної спадщини України стане важливим аспектом привабливості таких продуктів;

- використання цифрових технологій, таких як віртуальна реальність або розширена реальність, для створення інтерактивних екскурсій, дегустацій та інших віртуальних вражень, пов'язаних з культурною спадщиною України. Наприклад, можливість споглядати та торкатися до предметів з важко доступних місць, які за допомогою віртуальної реальності стануть доступними до пізнання.

За результатами анкетування було поставлене запитання респондентам щодо важливості вибору українських сувенірів за їхніми характеристиками. Тож можна зробити такі узагальнення: безумовно, найважливішими чинниками під час вибору українських сувенірів для споживачів виявилися якість товару (79,2 %), оригінальність (69,8 %), стан товару (60,4 %) та придатність товару (43,4 %), оформлення упаковки (34 %), обізнаність продавця щодо товару (24,5 %), місце товару на прилавку (20,8 %).

Згідно з результатами опитування, для більшості споживачів найважливішими характеристиками під час вибору українських сувенірів є якість продукту та оригінальність. Тобто споживачі звертають увагу на матеріали, з яких виготовлений виріб, його зовнішній вигляд, функціональність та загальний стан. Для споживачів важливо, щоб сувеніри були довговічними і відповідали їхнім очікуванням. Оригінальність також виявилася важливою характеристикою сувеніру для споживачів. Інакше кажучи, вони хочуть отримати унікальну продукцію, яка відображає українську культуру та традиції і не трапляється більше ніде. Всі споживачі хочуть унікальні сувеніри, які вирізняються з усіх інших та нагадують їм про їхню подорож та знайомство з українською культурою та новим для них місцем. Ці результати підкреслюють важливість збереження автентичності та якості у виробництві українських сувенірів, щоб задовольнити потреби та очікування споживачів у цьому сегменті ринку. Як підсумок маємо дотримуватися високоякісної продукції, оригінальності, гарної якості та професійної підтримки від продавця, і тільки тоді споживачі будуть задоволені своїми покупками.

Аналізуючи відповіді респондентів (рис. 5), можна зробити такі висновки: найефективнішими способами інноваційного просування українських сувенірів є впровадження сувенірів з екологічно чистих матеріалів (23,1 %), створення спеціальних платформ (21,2 %), що підігривають інтерес до української культурної спадщини та мотивують до купівлі товару з українським колоритом, відкриття магазинів в історичних місцях та музеях (19,2 %), співпраця з відомими інфлюенсерами (17,3 %) та персоналізація у сувенірах і використання 3D-формату (13,5 %).

Отже, згідно з результатами опитування, найуспішнішими креативними підходами до просування української культурної спадщини через створення сувенірів є впровадження екологізації у створенні українських сувенірів, що мають за мету популяризувати українську культурну спадщину.

Загалом креативні підходи у просуванні українських сувенірів сприяють підвищенню їхньої популярності серед споживачів, особливо тих, хто цінує екологічність, індивідуальність та доступність продуктів.

Для виявлення інтересу споживачів було запропоновано респондентам обрати, які ж нові продукти або ідеї вони б хотіли бачити на ринку українських сувенірів (рис. 6).



Рис. 5. Розподіл відповідей респондентів щодо інноваційних підходів до просування української культурної спадщини, %

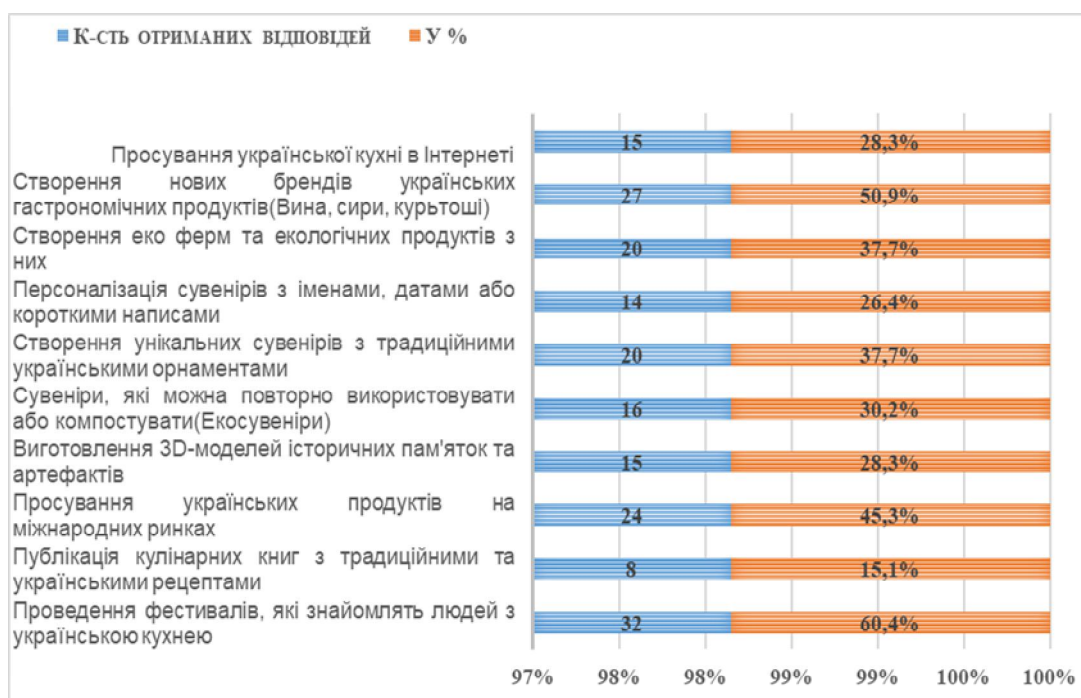


Рис. 6. Розподіл відповідей респондентів щодо нових ідей на ринку українських сувенірів, %

Відповідно до запропонованого запитання була отримана така рефлексія від опитаної аудиторії. Основними новими продуктами та ідеями, які споживачі хотіли б бачити на українському ринку сувенірної та гастрономічної продукції, є організація фестивалів, які об'єднують українські смаки та традиції (60,4 %). Фестивали стають важливою платформою для просування української культурної спадщини та гастрономії. Їхня організація сприяє залученню як місцевих, так і міжнародних відвідувачів, що стимулює попит на відповідні сувеніри та продукти. Оскільки

під час воєнного стану в країні такий захід є неможливим для проведення, проте ми маємо на меті розроблення концепту таких фестивалів на майбутнє. Адже сам захід є привабливим не лише для українців, а й також для іноземців, що захочуть подорожувати Україною, пізнати наші традиції та ознайомитись з культурною спадщиною нашої країни після нашої перемоги. Фестивалі передбачатимуть: дегустації страв, майстер-класи з виготовлення сувенірів (гончарство), концерти та інші заходи, що привертають увагу громадськості.

Другою за популярністю стала така відповідь: створення нових брендів українських сувенірів та гастрономічної продукції (50,9 %). Ця відповідь вказує на потребу в розвитку нових брендів, які будуть не лише привабливими для внутрішнього ринку, а й конкурентоспроможними на міжнародній арені. Створення сучасних, стильних брендів однозначно привертатиме увагу молодой аудиторії та туристів, які шукають унікальні продукти. Поява нових брендів може значно підвищити інтерес до української культурної спадщини, поєднуючи традиційні елементи із сучасним підходом до створення та загалом виробництва.

Наступною ідеєю, яку підкреслили опитані респонденти, є створення екосувенірів (30,2 %). Екосувеніри є тими товарами, які виготовляють лише з екологічних принципів та застосуванням відновлюваних матеріалів. Ідея теоретично спроможна відповідати сучасним тенденціям споживання, спрямованим на збереження природи та розвиток сталого способу життя, проте потребує значних зусиль та додаткового дослідження для виявлення інтересу більш ширшої аудиторії. А з іншого боку, виробництво та впровадження екосувенірів передбачає виробу з використанням вторинної сировини, біорозкладних матеріалів та продукти, виготовлені за допомогою відновлюваних джерел енергії. Такі продукти не лише стимулюють екологічно свідоме споживання, а й посприяють збільшенню інтересу до української культурної спадщини та, що важливо, заохочують до збереження природних ресурсів. Створення екосувенірів також налаштоване під запити міжнародних туристів, які завзято цікавляться екотуризмом. Такий креативний підхід просування української культурної спадщини через створення сувенірів матиме неабиякий успіх, не лише способом залучення уваги до української культури, а й важливим кроком у збереженні природи та підтримці сталого розвитку.

Респонденти також запропонували таку цікаву ідею для втілення: створення унікальних сувенірів з традиційними українськими орнаментами (37,7 %). Такий результат наводить на думку про те, що унікальні та сучасні українські сувеніри є популярними, водночас зберігаючи українську ідентичність. Крім того, опитані респонденти підкреслили й таку ідею, як збагачення досвіду з виготовлення 3D-моделей історичних пам'яток та артефактів (28,3 %). Така інновація є важливим кроком до збереження культурної спадщини за допомогою використання сучасних технологій. Інтерактивність та доступність цього досвіду залучить нові покоління до вивчення та збереження культурних цінностей, сприяючи популяризації української історії та культури серед населення країни та міжнародної аудиторії.

Запропонуємо розроблену стратегію розвитку туризму з використанням сучасних сувенірів у сьгоднішніх умовах, що потребує комплексного підходу, орієнтованого на інновації, креативність та інтеграцію нових технологій. Ось покроковий план, який допоможе ефективно використовувати сувеніри як інструмент для розвитку туризму:

1. Аналіз ринку та цільової аудиторії:

– дослідження ринку – необхідно вивчити сучасні тенденції на ринку туризму і сувенірів, проаналізувати потреби та уподобання різних груп туристів. Це дасть змогу зрозуміти, які сувеніри є популярні і що може бути привабливим для потенційних відвідувачів;

– сегментація аудиторії – потрібно розділити цільову аудиторію на групи на основі віку, інтересів, культурних особливостей та бюджетних можливостей. Це допоможе створити персоналізовані пропозиції.

2. Розробка креативних сувенірів:

– інноваційний дизайн – розроблення сувенірів, які поєднують традиційні елементи із сучасним дизайном. Використання креативних технологій, таких як доповнена реальність (AR), або інтерактивних елементів, щоб зробити сувеніри унікальними та запам'ятовуваними;

– екологічні матеріали – впровадження екологічних та стійких матеріалів у виробництво сувенірів. Це відповідає сучасним тенденціям і підвищує привабливість продукції для свідомих споживачів;

– локальна тематика – створення сувенірів, які відображають культурні, історичні або природні особливості регіону. Це підвищує автентичність і привабливість продукції для туристів.

3. Маркетинг та промоція:

– цифровий маркетинг – використання соціальних медіа, платформ для електронної комерції та мобільних додатків для просування сувенірів. Запровадження кампаній, що передбачають віртуальні тури, відеоогляди сувенірів та інтерактивні конкурси;

– партнерство з туристичними агенціями – співпраця з туристичними агентствами та готелями для включення сувенірів у пакети послуг або пропозиції для туристів. Це дасть можливість створення спеціальних наборів сувенірів для туристів;

– події та ярмарки – організація та участь у місцевих фестивалях, ярмарках та культурних подіях для просування сувенірів. Це забезпечить прямий контакт з потенційними покупцями та підвищить видимість продукції.

4. Інтеграція з туристичними послугами:

– тематичні туристичні маршрути – розробка маршрутів, які передбачають відвідування місць, де виготовляються сувеніри. Це створить додаткову цінність для туристів і забезпечить інтерактивний досвід;

– екскурсії та майстер-класи – організація екскурсій на місця виготовлення сувенірів або майстер-класів з їх створення. Це допоможе туристам краще зрозуміти культуру і традиції регіону.

5. Відгуки та аналіз:

– збір відгуків від туристів щодо якості сувенірів і їхнього впливу на їхній досвід. Це дасть змогу вчасно вносити корективи та покращувати пропозицію;

– аналіз даних – впровадження інструментів аналітики для моніторингу продажів сувенірів і туристичних потоків. Це допоможе виявити тренди, визначити успішні стратегії та адаптувати бізнес-модель.

6. Розвиток лояльності та рекомендацій:

– програми лояльності – впровадження програм лояльності для повторних відвідувачів і покупців сувенірів. Це можуть бути знижки, бонуси або спеціальні пропозиції;

– рекомендаційний маркетинг – заохочення туристів ділитися своїми враженнями та фотографіями сувенірів у соціальних мережах. Це створює органічну рекламу та допомагає залучити нових відвідувачів.

Ця стратегія має бути гнучкою і адаптованою до динамічних умов ринку та потреб споживачів. Інтеграція інноваційних технологій, креативний підхід до створення та просування сувенірів та активний маркетинг допоможуть залучити більше туристів і підтримати розвиток туристичного сектора.

Підсумовуючи, можна зазначити, що під час дослідження було отримано чітке уявлення про ставлення респондентів до креативних підходів у просуванні української культурної спадщини через створення сучасних сувенірів. Аналіз результатів вказує на те, що ці підходи мають значний вплив на підвищення інтересу до української культури як серед місцевих жителів, так і серед туристів.

Зокрема, виявлено, що інноваційні сувеніри та гастрономічні продукти сприяють формуванню позитивного іміджу української спадщини, завдяки чому зростає мотивація до її вивчення та популяризації. Такий підхід, орієнтований на сучасні тенденції та уподобання споживачів, стимулює інтерес різних вікових категорій і культурних груп. Сучасні сувеніри, що поєднують традиційні елементи з новітніми технологіями та дизайном, створюють додаткову цінність для покупців і допомагають зберігати та розвивати культурну ідентичність України.

Крім того, результати дослідження підтверджують, що впровадження креативних та сучасних підходів до просування української культурної спадщини через сувеніри не тільки сприяє підвищенню впізнаваності української культури в Україні, а й за її межами. Це відкриває нові можливості для розширення ринку і залучення міжнародної аудиторії, що має потенціал для значного економічного та культурного розвитку.

Отже, можна стверджувати, що креативні підходи є не лише ефективним, а й ключовим інструментом для просування української культурної спадщини. Вони забезпечують гнучкість та адаптивність в умовах глобалізації та швидких змін на ринку, що дає змогу досягати високих результатів у популяризації української культури як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Висновки

Під час дослідження виявлено ключові аспекти успішності креативних підходів у просуванні української культурної спадщини через створення сучасних сувенірів та встановлено, що використання креативних технологій у виробництві сувенірів має значний вплив на зростання інтересу до української культури як серед місцевих жителів, так і туристів.

Зокрема, інноваційні сувеніри, що поєднують традиційні елементи із сучасними технологіями, не тільки підвищують інтерес до української культурної спадщини, а й стимулюють її популяризацію на міжнародному рівні. Креативні технології, такі як інтерактивні елементи, цифрові доповнення та екологічні матеріали, забезпечують унікальний досвід для споживачів, що сприяє формуванню позитивного іміджу української культури.

Аналіз показує, що креативні підходи до створення сувенірів також сприяють активному залученню різних вікових категорій і культурних груп. Використання інноваційних дизайнерських рішень та технологій допомагає розширити аудиторію і збільшити впізнаваність української культурної спадщини як в Україні, так і за її межами.

Крім того, результати дослідження підкреслюють, що креативні технології у просуванні культурних продуктів відкривають нові можливості для розвитку культурного та туристичного секторів. Вони забезпечують не лише високий рівень конкуренції на ринку, а й сприяють економічному зростанню через залучення іноземних інвестицій та розвиток нових ринків.

Розроблена стратегія розвитку туризму через використання сувенірів відзначена своєю інноваційністю та інтегративним підходом до просування культурної спадщини в Україні. Її унікальність полягає в комплексному врахуванні сучасних тенденцій та технологій для стимулювання туристичної привабливості через виготовлення та просування сувенірної продукції. Стратегія поєднує традиційні культурні елементи з новітніми креативними технологіями, такими як доповнена реальність та екологічні інновації, що робить її актуальною та відповідною до вимог сучасного ринку.

Наприклад, включення інтерактивних та екологічних аспектів у виробництво сувенірів не лише підвищує їхню привабливість для різних вікових і соціальних груп, а й відповідає сучасним трендам у збереженні культурної спадщини. Крім того, стратегія враховує важливість партнерства з туристичними агентствами та організаціями, що забезпечує ефективну інтеграцію сувенірної продукції в туристичні маршрути та пакети послуг.

Результати дослідження надають конкретні рекомендації щодо розвитку туризму через культурну спадщину, які можуть стати основою для формування нових регіональних стратегій та ініціатив. Вони пропонують практичні рішення для вдосконалення туристичного потенціалу України та підвищення її міжнародної конкурентоспроможності. Врахування цих рекомендацій дасть змогу Україні успішно позиціонувати свою культурну спадщину як важливий елемент туристичного бренду на глобальному ринку.

Отже, можна зробити висновок, що креативні підходи, зокрема креативні технології в створенні сувенірів, є невід'ємним інструментом для ефективного просування української

культурної спадщини. Вони забезпечують динамічний розвиток культурного сектора, збагачують культурний обмін і підвищують загальний інтерес до української культури на глобальному рівні.

Перспективи подальших досліджень

Для подальших досліджень у сфері просування української культурної спадщини через сучасні сувеніри доцільно зосередитися на кількох ключових напрямках. По-перше, необхідно детально проаналізувати процеси формування та комерціалізації сувенірної продукції, що відображає культурні елементи України. Важливо вивчити, як ці продукти можуть стати частиною туристичного бренду, і які стратегії найефективніші для їх просування на внутрішньому та міжнародному ринках.

По-друге, потрібно дослідити інноваційні методи використання креативних технологій у створенні сувенірів, які могли б привернути увагу різних цільових аудиторій. Це передбачає дослідження впливу таких технологій, як доповнена реальність, інтерактивні елементи та екологічні матеріали, на популярність продукції та її сприйняття споживачами.

По-третє, важливо визначити роль та вплив різних учасників процесу – від місцевих виробників та дизайнерів до туристичних агентств і культурних організацій. Вивчення їхньої взаємодії та можливостей співпраці може допомогти у формуванні ефективних партнерств, що сприятимуть розвитку інноваційних сувенірів.

Крім того, доцільно дослідити можливості залучення інвестицій для розвитку та впровадження нових ідей у сфері сувенірної виробництва. Це передбачає вивчення механізмів фінансування проєктів, можливих джерел інвестицій та їх впливу на зростання популярності української культурної спадщини.

Загальною метою цих досліджень є розроблення стратегії, яка дасть змогу ефективно просувати українську культурну спадщину через сучасні сувеніри, підвищуючи її міжнародну впізнаваність і сприяючи збереженню культурних традицій.

1. Кудінова І. П., Терзі С. М. Культурна спадщина – бренд туристичної України. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія “Проблеми економіки та управління”*. 2023. Вип. 7. № 2. С. 27–30.

2. Медвідь Л. І. Роль сувенірної продукції в презентації та популяризації туристичного регіону. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія “Географічні науки”*. 2017. Вип. 7. С. 203–209.

3. Редько К. Ю., Фурс О. С. Основні тенденції розвитку туризму в Україні. *Економічний вісник Національного технічного університету України “Київський політехнічний інститут”*. 2020. № 17. С. 220–227. DOI <https://doi.org/10.20535/2307-5651.17.2020.216338> (дата звернення: 06.08.2024).

4. Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6241> (дата звернення: 06.08.2024).

5. Барабаш В., Коломієць О. Діяльність культурно-інформаційних центрів в умовах воєнного стану. *Society. Document. Communication. Серія “Історичні науки”*. 2022. Вип. 16. С. 10–26.

6. Худавердієва В. А. Культура та туризм як складова частина історико-культурної спадщини в умовах глобалізації та євроінтеграції. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2022. С. 56–63.

7. Рахуба Є. С. Соціокультурне значення туризму. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2019. № 16. Вип. 2. С. 258–269.

8. Смикова М. О., Нога В. І., Ващенко О. О. Сувенірна продукція як складова брендингу туристичної дестинації. *Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи* : зб. матер. Всеукр. наук-практ. конф. молодих вчених (Львів 15 травня 2013 р.). Львів : ЛІЕТ, 2013. С. 133–138.

9. Володько М. Ю., Клименко Т. Є., Галімонова Н. Л. Адитивні технології виготовлення сувенірної продукції. *Технологія і техніка друкарства*. 2022. № 4. Вип. 78. С. 53–63.

10. Зелінська О. В. Роль дизайну сувенірної продукції у формуванні бренду. *Політ. Сучасні проблеми науки* : матеріали XXIV Міжнар. наук.-практ. конф. здобувач. вищ. освіти і молод. учених (7–9 квітня 2024 р.). Київ. С. 33–35.

11. Дичковський С. І. Туристична діяльність скансенів в системі актуалізації ресурсів нематеріальної культурної спадщини. *Культура і сучасність: альманах*. 2020. № 1. С. 17–26.
12. Гаврилюк А. М. Туристичне портфоліо елемента нематеріальної культурної спадщини як засіб реалізації державної регіональної політики в Україні. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія "Державне управління"*. 2019. Т. 30 (69). № 2. С. 21–26.
13. Горбул Т. О. Архіви – центри збереження історико-культурної пам'яті (з досвіду практики студентів спеціальності 023 "Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація"). *Актуальні проблеми розвитку українського та зарубіжного мистецтва: культурологічний, мистецтвознавчий, педагогічний аспекти* : матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (16–18 червня 2023 р., с. Світязь Волинський національний університет імені Лесі Українки). Львів, 2023. С. 22–25.
14. Ганський В. О. Комерціалізація ресурсів історико-культурної спадщини в туризмі: механізми, ліміти та бар'єри. *Економіка та управління національним господарством*. 2018. № 15. С. 95–99.
15. Мазур В. С., Галько О. В. Туристичний кластер – інструмент регіонального розвитку та економічного зростання. *Стратегія економічного розвитку України*. 2022. Вип. 50. С. 134–149.
16. Види сувенірної продукції: призначення та категорії. URL: <https://i-spol.com/stati/vidyi-suv-prod-pazn-i-cat/> (дата звернення: 06.08.2024).
17. Осієвська Ю. С. Культурна спадщина як драйвер соціокультурного розвитку на сучасному етапі: ефективність регіональної моделі. *Культура і сучасність*. 2022. № 1. С. 99–105.
18. Кудінова І. П. Нематеріальна культурна спадщина України. *Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації міжнар. наук.-практ. конф. – фестиваль* (19–20 травня 2022 р.) / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Київ. Ун-т культури, Ф-т гот.-ресторан. і турист. бізнесу. Київ, 2022. С. 36–38.
19. Чорна Н. Культурна спадщина України: проблеми вивчення, збереження та використання. *Наукові записки ВДПУ імені Михайла Коцюбинського*. 2021. Вип. 36. С. 67–74 (дата звернення: 09.08.2024). DOI <https://doi.org/10.31652/2411-2143-2021-36-67-74>.
20. Офіційний сайт UNWTO. URL: www.unwto.org (дата звернення: 09.08.2023).
21. Борисенко В., Борисенко М. Нематеріальна культурна спадщина українців (регіональний аналіз прояву). *Український географічний журнал*. 2022. № 2. С. 73–81.
22. Анкетування споживачів щодо інновацій у просуванні української культурної спадщини через створення сучасних сувенірів та гастрономічних продуктів. URL: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc4geLCnsYLMR5tcobW_IoVNHMHVjMhX0AeUDCKEntFLnkBjA/viewform (дата звернення: 30.08.2024).

1. Kudinova, I. P., & Terzi, S. M. (2023). Kultura spadshchyna – brend turystychnoi Ukrainy [Cultural heritage is a brand of touristic Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika"*, 7 (2), 27–30 (in Ukrainian).

2. Medvid, L. I. (2017). Rol suvenirnoi produktsii v prezentatsii ta populiaryzatsii turystychnoho rehionu [The role of souvenir products in the presentation and popularization of the tourist region]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, 7, 203–209 (in Ukrainian).

3. Redko, K. Yu., & Furs, O. S. (2020). Osnovni tendentsii rozvytku turyzmu v Ukraini [The main trends in the development of tourism in Ukraine]. *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy "Kyivskiy politekhnichnyi instytut"*, 7, 220–227 DOI <https://doi.org/10.20535/2307-5651.17.2020.216338> (in Ukrainian).

4. Ryabova, T. A. (2018). Stan ta perspektyvy rozvytku turystychnoi haluzi v Ukraini [The state and prospects of the development of the tourism industry in Ukraine]. *Efektivna ekonomika*, 4. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6241> (in Ukrainian).

5. Barabash, V., & Kolomiets, O. (2022). Diialnist kulturno-informatsiynykh tsentriv v umovakh voiennoho stanu [Activities of cultural and information centers under martial law]. *Society. Document. Communication. Series Historical sciences*, 16, 10–26 (in Ukrainian).

6. Hudaverdiyeva, V. A. (2022). Kultura ta turyzm yak skladova chastyna istoryko-kulturnoi spadshchyny v umovakh hlobalizatsii ta yevrointehratsii [Culture and tourism as an integral part of the historical and cultural heritage in the conditions of globalization and European integration]. *Ukrainian art history discourse*, 56–63 (in Ukrainian).

7. Rahuba, E. S. (2019). Sotsiokulturne znachennia turyzmu [Sociocultural significance of tourism]. *Ukrainian culture: past, present, ways of development*, 16, 2, 258–269 (in Ukrainian).
8. Smykova, M. O., Noga, V. I., & Vashchenko, O. O. (2013) Suvenirna produktsiia yak skladova brendynhu turystychnoi destynatsii. [Souvenir products as a component of tourism destination branding]. Development of ethnotourism: problems and prospects: coll. the mother All-Ukrainian science and practice conf. of young scientists, 131–138. Lviv (in Ukrainian).
9. Volodko, M. Yu., Klymenko, T. E., & Talimonova, N. L. (2022). Adytyvni tekhnolohii vyhotovlennia suvenirnoi produktsii [Additive manufacturing technologies of souvenir products]. *Printing technology and technique*, 4, 78, 53–63 (in Ukrainian).
10. Zelinska, O. (2024). Rol dyzainu suvenirnoi produktsii u formuvanni brendu. Polit [Rol dyzainu suvenirnoi produktsii u formuvanni brendu. Polit]. *Suchasni problemy nauky* : materialy KhKhIV Mizhnar. nauk.-prakt. konf. zdobuvach. vyshch. osvity i molod. Uchenykh, 33–35. Kyiv (in Ukrainian).
11. Dychkovsky, S. I. (2020). Turystychna diialnist skanseniv v systemi aktualizatsii resursiv nematerialnoi kulturnoi spadshchyny [Tourist activity of open-air museums in the system of actualization of intangible cultural heritage resources]. *Culture and modernity: an almanac*, 1, 17–26 (in Ukrainian).
12. Gavrilyuk, A. M. (2019). Turystyчне portfolio elementa nematerialnoi kulturnoi spadshchyny yak zasib realizatsii derzhavnoi rehionalnoi polityky v Ukraini [Tourism portfolio of the element of intangible cultural heritage as a means of implementation of state regional policy in Ukraine]. *Scientific notes of TNU named after V.I. Vernadskyi. "Public administration" series*, 30 (69), 2, 21–26 (in Ukrainian).
13. Horbul, T. O. (2023) Arkhivy – tsentry zberezhenia istoriko-kulturnoi pamiaty (z dosvidu praktyky studentiv spetsialnosti 023 “Obrazotvorche mystetstvo, dekoratyvne mystetstvo, restavratsiia”) [Archives – centers for the preservation of historical and cultural memory (from the practical experience of students of specialty 023 "Fine art, decorative art, restoration")]. *Current problems of the development of Ukrainian and foreign art: cultural, art history, pedagogical aspects: materials of the VIII International of the scientific and practical conference. Ukrainka*, 22–25. Lviv (in Ukrainian).
14. Gansky, V. O. (2018). Komertsializatsiia resursiv istoriko-kulturnoi spadshchyny v turyzmi: mekhanizmy, limity ta bariery [Commercialization of historical and cultural heritage resources in tourism: mechanisms, limits and barriers]. *Economy and management of the national economy*, 15, 95–99 (in Ukrainian).
15. Mazur, V. S., & Galko, O. V. (2022). Turystychnyi klaster – instrument rehionalnoho rozvytku ta ekonomichnoho zrostannia [The tourist cluster is an instrument of regional development and economic growth]. *Strategy of economic development of Ukraine*, 50, 134–149 (in Ukrainian).
16. Types of souvenir products: purpose and categories. Retrieved from <https://i-spol.com/stati/vidyi-suv-prod-nazn-i-cat/> (accessed 6 August 2024) (in Ukrainian).
17. Osievska, Yu. S. (2022). Kulturna spadshchyna yak draiver sotsiokulturnoho rozvytku na suchasnomu etapi: efektyvnist rehionalnoi modeli. [Cultural heritage as a driver of socio-cultural development at the current stage: the effectiveness of the regional model]. *Culture and modernity*, 1, 99–105 (in Ukrainian).
18. Kudinova, I. P. (2022). Nematerialna kulturna spadshchyna Ukrainy [Intangible cultural heritage of Ukraine]. *Intangible cultural heritage as a modern tourist resource: experience, practices, innovations, international science and practice conference-festival / Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv. national University of Culture and Arts, Kyiv. University of Culture, Faculty of Gastronomy-Restaurant. and a tourist. Business*, 36–38. Kyiv (in Ukrainian).
19. Chorna, N. (2021). Kulturna spadshchyna Ukrainy: problemy vyvchennia, zberezhenia ta vykorystannia [Cultural heritage of Ukraine: problems of study, preservation and use]. *Scientific notes of Mykhailo Kotsyubynskyi VDP*, 36, 67–74. DOI <https://doi.org/10.31652/2411-2143-2021-36-67-74> (in Ukrainian).
20. Official site of UNWTO. Retrieved from www.unwto.org (accessed 8 August 2024) (in Ukrainian).
21. Borysenko, V., & Borysenko, M. (2022). Nematerialna kulturna spadshchyna ukraintsiv (rehionalnyi analiz proiavu) [Intangible cultural heritage of Ukrainians (regional analysis of manifestation)]. *Ukrainian Geographical Journal*, 2, 73–81 (in Ukrainian).
22. Consumer survey on innovations in promoting Ukrainian cultural heritage through the creation of modern souvenirs and gastronomic products. Retrieved from https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc4geLCnsYLMR5tcobW_IoVHHMHVjMhX0AeUDCKEntFLnkBjA/viewform (accessed 30 August 2024) (in Ukrainian).

CREATIVE APPROACHES TO PROMOTING CULTURAL HERITAGE OF UKRAINE AND TOURISM THROUGH MODERN SOUVENIRS

© *Kudinova I., Khoruzhenko L., 2024*

Purpose. To analyze and explore the possibilities of using creative approaches to the creation and promotion of Ukrainian souvenirs as a tool for preserving and popularizing cultural heritage.

Design/methodology/approach. To substantiate the need to study and improve the competitiveness of Ukrainian souvenir products through the introduction of creative approaches, the author uses the method of literature review. To study the essence of Ukrainian souvenirs, the author uses the methods of scientific research of theoretical and logical explanation, systematization and clarification.

Findings. This study has shown the high importance of Ukrainian souvenirs in the process of preserving and popularizing Ukraine's cultural heritage. The survey found that innovative and creative approaches to the production of souvenirs significantly increase their attractiveness among consumers, especially among tourists interested in national culture. In particular, 90.6 % of respondents showed an active interest in traveling to Ukraine, and 32.1 % of them frequently visit tourist destinations, which indicates the country's popularity as a tourist destination.

The majority of respondents are interested in purchasing souvenirs as symbolic reminders of the places they have visited, with a particular focus on those that reflect national identity and cultural characteristics. Creative souvenirs that combine traditional elements with modern technology and design are well received by consumers and contribute to the promotion of Ukraine's cultural values on the international stage.

Thus, Ukrainian souvenirs not only promote tourism, but also play an important role in preserving cultural heritage and stimulating the local economy through the use of traditional techniques and local materials.

The research shows that the introduction of innovative technologies in the creation of souvenirs is a key factor in the successful development of tourism in Ukraine and the preservation of the national cultural heritage.

Based on the results obtained, it can be concluded that creative and innovative approaches to the production and promotion of Ukrainian souvenirs are key factors for the preservation of national cultural heritage and tourism development. Research shows that souvenirs that combine traditional elements with modern design and technology have a significant impact on shaping a positive image of the country and increasing interest among both locals and international tourists.

The introduction of innovations such as 3D modeling of historical monuments and the use of eco-friendly materials helps to popularize Ukrainian culture and adds value to souvenirs. In addition, the integration of souvenirs into tourist services and active digital marketing allows for effective audience expansion and stimulates interest in Ukrainian cultural heritage.

Thus, modern souvenirs are not only an element of national identity, but also a powerful tool for the development of tourism and cultural diplomacy in Ukraine.

Practical significance. Specific recommendations are offered for the development of tourism through the use of modern souvenirs, combining traditional Ukrainian elements with innovative approaches. The strategies outlined in the article can be applied in real business, the tourism industry and the production of souvenirs.

Originality/value. The originality and value of the article lies in the combination of traditional Ukrainian cultural heritage with modern technologies and creative approaches for the development of the souvenir industry. New ideas are proposed, such as creating souvenirs using 3D models of historical monuments and integrating augmented reality (AR), which makes it relevant in the context of global trends and modern tourist needs.

The value of the work is also manifested in practical recommendations for souvenir producers and travel companies on the use of eco-friendly materials, innovative designs, and interactive elements. This approach contributes to the popularization of Ukrainian cultural heritage both nationally and internationally, while opening up new opportunities for the development of Ukraine's economy and tourism.

Keywords: cultural heritage, souvenir, innovation, Ukraine, tourism.

Paper type: research paper.