

## РОЗДІЛ 2 МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

### ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ПРИРОДНИХ ТА КУЛЬТУРНИХ ПАМ'ЯТОК НА ФОРМУВАННЯ ПАТРІОТИЧНИХ СПОЖИВЧИХ МОТИВІВ НАСЕЛЕННЯ СУМЩИНИ: ПОГЛЯД БЕЗРОБІТНИХ

*студентка гр. МК-01 Ахрамеєва М.В.*

З появою великих торговельних мереж продукція місцевих товаровиробників програє за своїми економічними параметрами. Нами досліджувалася можливість залучення моральних та емоційних мотивів для стимулювання споживачів купувати місцеву продукцію. Для дослідження впливу культурних пам'яток Сумщини на формування патріотичних мотивів місцевих жителів було проведено анкетування різних категорій населення.

Об'єктом дослідження є різні види природно-екологічного та культурно-пізнавального відпочинку.

Предмет дослідження – визначення впливу культурних пам'яток Сумщини на формування патріотичних мотивів місцевих жителів.

Було проаналізовано вплив культурних пам'яток Сумщини на формування патріотичних мотивів у безробітних. Кількість опитаних чоловік: 56 (жінок – 43, чоловіків – 13, їх частки у вибірці відповідно становлять 10 % та 4 %, що відповідає часткам у генеральній сукупності).

На питання «Якому виду відпочинку в м. Суми Ви надасте перевагу?» – майже половина жінок респондентів відповіли: сільський туризм (46,5 %) та дещо менше – відвідування екологічних районів області (32,5 %). Серед чоловіків результати в незначній степені відрізняються. На першому місці сільський туризм (38,5 %), на другому – спортивний туризм (30,7 %).

Серед опитуваних безробітних більшість відпочиває раз на рік, що є цілком зрозумілим. Рідше респонденти відпочивають раз на місяць і дуже мало з них таких, що відпочивають раз на тиждень.

Опитування виявило, що найчастіше безробітні жінки проводять свій відпочинок з дітьми (41,9 %), трохи рідше з родичами (37,1 %). Чоловіча половина найчастіше відпочиває з родичами та менше з дітьми (38,5 % та 30,8 % відповідно). З друзями та наодинці безробітні відпочивають значно рідше.

На питання «Чим Ви пересуваєтесь під час свого відпочинку» безробітні жінки відповіли громадським транспортом. Дуже мало таких, що користуються власним автомобілем, скутером чи велосипедом (по 4,7 %). У чоловіків спостерігається схожа ситуація з тією різницею, що значна частина чоловіків під час свого відпочинку пересуваються пішки (23,1 %). Основним мотивом при виборі виду відпочинку у безробітних є екологічне оздоровлення, потім йде пізнавально-розважальне задоволення та культурне збагачення.

Різновиди пам'яток архітектури, які відвідують безробітні сумчани-жінки за популярністю знаходяться у наступному порядку: церкви, музеї, пам'ятки слави та скульптурні композиції. Серед чоловічої половини наступна ситуація: музеї, пам'ятки слави, скульптурні композиції, церкви.

За результатами опитування видно, що сумчан цікавлять сімейні прогулянки «зеленими місцями» міста. Серед таких місць для жінок найбільш цікавими є парк «Казка», потім парк ім. Кожедуба, парк «Дружба», сквер УАБД. Серед чоловіків: парк ім. Кожедуба, парк «Дружба» та сквер УАБД, парк «Казка». В той же час є й такі, кого не цікавлять такі сімейні прогулянки, але їх відносно мало (жінки – 2,3 %, чоловіки – 7,7 %).

На питання «Де б Ви хотіли побувати на екскурсії» – респонденти відповіли наступним чином: жінки віддають перевагу театру ім. Щепкіна (таких близько половини), потім йде Олександрівська гімназія і Сумська філармонія, інші варіанти є менш привабливими; чоловіки віддають перевагу Кадетському корпусу, театру ім. Щепкіна та Олександрівській гімназії.

Основна частина безробітних вважає себе патріотами, але їх трохи більше половини. Така ситуація не є позитивною, тому потрібно намагатись збільшити рівень патріотизму у даного прошарку населення.

*Науковий керівник: д.е.н., проф. Ілляшенко С.М.*

Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф. (м. Суми, 24–26 квітня 2013 р.): у 4 т. / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми: Сумський державний університет, 2013. – Т. 4. – С. 57-58.