

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет

Економічні проблеми сталого розвитку

Экономические проблемы устойчивого развития

Economical Problems of Sustainable Development



Матеріали

Всеукраїнської науково-технічної конференції студентів,
аспірантів і молодих учених, присвяченої 80-річчю
від дня народження професора Олега Балацького
(Україна, Суми, 21 – 25 квітня 2017р.)

Суми
Сумський державний університет
2017

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

д.е.н., проф. Телстов О. С., студентка гр. МК-51 Косторнова С. О.

На сьогодні, однією з найбільш динамічних, перспективних та прибуткових галузей світового господарства є туризм. Професійне використання потенціалу даної галузі дає можливість отримання значних доходів та одночасне задоволення інтересів суспільства. «Туризм – це найменш ризикована й найбільш перспективна з економічної точки зору сфера вкладання інвестицій, яка є реальним джерелом зростання ВВП, надходжень до бюджету та створення додаткових робочих місць. Настав час змінювати відношення до туризму в системі державного управління від низького та другорядного до соціально значимого та високо-економічного. В умовах жорсткої конкурентної боротьби на світовому туристичному ринку потрібно більш активно інформувати світ про Україну, як країну привабливу та безпечну для туризму» [1].

Екотуризм – такий тип туризму, який передбачає подорожі до природоохоронних територій або інших природних об'єктів недоторканих людиною. Екотуристи не чинять негативного впливу на територію. Екотуризм сприяє підвищенню екологічної грамотності туристів та заохочує збір коштів на заходи зі збереження природних об'єктів. Розвиток екотуризму нерідко розглядають як один з елементів сталої концепції розвитку з метою збереження природних територій для майбутніх поколінь.

Розвиток екотуризму в Україні знаходиться на початковому рівні, організовується він переважно на самодіяльному етапі, комерційна діяльність за цим напрямком лише зароджується.

Не дивлячись на те, що Сумська область за розвитком туризму займає в Україні останні місця [2], вона має один з найбільших потенціалів у галузі туризму та екотуризму. Історико-культурна спадщина Сумщини вражає своєю різноманітністю та унікальністю об'єктів, вона нараховує майже 1,5 тис. пам'яток історії, 780 пам'яток археології, 80 пам'ятників монументального мистецтва та 373 пам'ятки архітектури. В області збереглися чудові садово-паркові архітектурні ансамблі, монастирські ансамблі, природно-заповідний фонд Сумщини нараховує 247 об'єктів, зокрема такі: в Лебединському районі частину Українського степового природного заповідника „Михайлівська цілина» (даний природний об'єкт налічує приблизно 525 видів рослин); у Тростянецькому районі парк-пам'ятку садово-паркового мистецтва «Тростянецький» (були збережені найстаріші на Лівобережжі насадження дібровного типу); у Шосткинському

районі лісовий заказник «Урочище «Великий Бір»; у Середино-Будському районі «Деснянсько – Старогутський» національний природний парк, та інші.

Володіючи унікальною історико-культурною спадщиною Сумщина досі ще не є повноцінним учасником на державному туристичному ринку та арені послуг екологічного туризму.

З метою оцінки перспектив розвитку екологічного туризму в Сумській області, методом анкетування в соціальних мережах Вконтакті та Facebook було опитано близько 1000 респондентів (кількість питань в анкеті – 14, а похибка становить менше 2%). Аналіз результатів дослідження показав, що основними проблемами екотуризму в Сумській області є закарбоване у підсвідомості населення негативне враження щодо природних об'єктів Сумщини та небажання витратити багато грошей на відпочинок. Й хоча більшість населення віддає перевагу пляжному відпочинку та відпочинку на природі, екскурсійним турам, великий відсоток респондентів досі не розуміє, що входить у понятті екологічного туризму. Також розвитку даній сфері зважає недостатнє прагнення турагентств до організації та запуску екотурів. І хоча вони перспективно можуть стати популярними та прибутковими, турагентствам слід врахувати, що сучасна людина залежна від багатьох благ життя. Наприклад, як показало опитування, більше половині респондентів необхідна наявність Інтернету, особистої ванної, тощо. За побажанням респондентів слід розвивати такі види екологічного туризму: пригродницький та спортивний туризм, подорож в природні резервати, тощо. Й зосередити увагу на таких його основних проблемах: зависокі ціни та забрудненість територій.

На основі результатів анкетування та аналізу вторинної інформації можна сформулювати такі рекомендації: покращити якість туристичної інфраструктури; зосередити свою увагу на кваліфікації працівників та маркетинговій програмі для екологічного туризму на Сумщині; слідкувати за чистотою туристичних об'єктів; підвищити рівень конкурентоспроможності рекреаційних об'єктів шляхом отримання «зеленої сертифікації» та побудови на цій основі комунікаційної політики; пропагувати «зелені принципи» населенню через організацію масових заходів.

Отже, маркетингові дослідження підтвердили перспективи розвитку екологічного туризму в Україні у цілому і в Сумській області зокрема. У перспективі екологічний туризм – це збільшення кількості туристів, посилення співпраці з іноземними туристичними фірмами, підвищення рівня зайнятості в цій галузі, тощо.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>.

2. Телетов О.С. Маркетингово-інноваційні перспективи розвитку сільського зеленого туризму в регіонах України / О.С. Телетов, А.С. Чикалова // Механізм регулювання економіки. – 2016. – № 2. – С. 106-1115.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ У СФЕРІ ВИРОБНИЧО-ТЕХНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

д.е.н., проф. Телетов О. С., студент гр. МК.м-61 Никонєць М. О.

Промисловість є основним системоутворюючим елементом сфер діяльності держави: економічної, бюджетної, наукової та освітньої, соціальної, податкової, фінансової та інших. Промисловий ринок в Україні має розгалужену соціально-економічну, організаційну, технологічну, територіальну структури та на ньому працюють високоспеціалізовані фахівці з специфічними напрямками діяльності [1]. Саме тому підприємства-виробники прагнуть досконало проводити маркетингові дослідження як, щодо вироблюваних товарів, так і безпосередньо всіх контрагентів відповідного цільового ринку, та дослідити маркетингове мікро- й макросередовище, що для b-to-c товарів (товарів широкого вжитку) не завжди доцільне.

Для виконання місії підприємства та досягнення стратегічних й тактичних завдань підприємству необхідно проводити маркетингові дослідження, тобто системне збирання і об'єктивну реєстрацію інформації, класифікацію, аналіз та представлення даних щодо поведінки, потреб, стосунків, вражень, мотивації окремих осіб та організацій у контексті їх економічної, політичної, громадської й повсякденної діяльності [2]. Саме тому з урахуванням спеціалізації промислового напрямку впровадження маркетингового дослідження у сфері виробничо-технічної продукції промислового підприємства повинне включати дослідження таких учасників ринку промислових товарів як: розробники, виробники, постачальники, посередники та споживачі товарів. Не менш важливим є оцінка конкурентоспроможності підприємства та аналіз мікро- та макросередовища. Опитування **розробників** промислової продукції повинне бути спрямоване на виявлення основних складнощів, що виникають в НДДКР, тобто, наприклад, необхідність закупівлі кращої сировини чи новітніх матеріалів, щоб мати можливість створити найконкурентоспроможніший продукт, необхідність оновлення існуючих та впровадження нових технологій виробництва. Опитування **споживачів** має на меті отримання безпосередньої інформації про найбільш важливі характеристики товару для споживача, а також внесення можливих змін у продукцію, необхідність додаткової