

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

*студентка гр. МК-01 Білан М.І.*

Становлення України, як незалежної держави, призводить до зрушень у свідомості населення. Висновки експертів показують, що з кожним роком рівень патріотизму серед українського населення поступово підвищується. Тому постає питання, чи можуть місцеві товаровиробники, з метою збільшення обсягів продажу свого товару, використовувати патріотичні мотиви.

Метою даного дослідження є визначення взаємовпливу відпочинку робітників культурними пам'ятками м. Суми з рівнем патріотизму.

Основні завдання: проаналізувати взаємозв'язок зацікавленості культурними пам'ятками на території м. Суми з рівнем патріотизму у робітників.

На території Сум є досить багато визначних пам'яток, що є окрасою та візитівкою міста. З нагоди святкування 355-річчя з дня заснування міста проводилась акція, що визначала 7 основних чудес, обираючи при цьому з 42 різноманітних варіантів. Сумчани проявили неабиякий інтерес, в голосуванні приймали участь близько п'яти тисяч населення. Але важливим є і те, які саме з цих «чудес» найчастіше обирають для відпочинку сумчани, а зокрема робітники.

Важливо зазначити, що до категорії «робітники» відносимо: технічних службовців, працівників сфери обслуговування і торгівлі, операторів і складальників устаткування і машин та найпростіші професії. Серед робітників було проведено опитування, що показало, що жінки надають перевагу відпочинку в екологічно чисті регіони м. Суми, однаково їх приваблюють екскурсійно-туристичні прогулянки та сільський туризм, і досить маленька частина жінок надають перевагу спортивно-туристичним походам. Чоловіки навпаки віддають перевагу спортивному відпочинку, хоча на першому місці сільський туризм, і однаково їх подобаються як екскурсійно-туристичні прогулянки так і туризм у екологічно чисті регіони Сум. При чому відпочивати таким чином, загалом вдається тільки раз на рік в період відпусток.

Якщо говорити про зацікавленість пам'ятками архітектури, то думки з цього приводу розділились майже кардинально. Якщо рівно половина чоловіків надають перевагу музеям, то тільки 36% жінок їх підтримують. Вони ж навпаки частіше відвідують церкви, в той час як чоловіки не розділяють такого захоплення. Скульптурні композиції не досить популярні.

Але досить популярними серед чоловіків виявились пам'ятки слави, хоча серед жінок це тільки 5% опитуваних.

На основі отриманих даних можна скласти типовий портрет жінки-робітниці та чоловіка-робітника. Типова сумчанка-робітниця – це жінка, віком 26-60 років, яку приваблює відпочинок в екологічно чисті регіони міста з метою оздоровлення та пізнавально-розважального задоволення. Таким чином вони відпочивають приблизно раз на рік з дітьми друзями чи знайомими, та пересуваються під час такого відпочинку – громадським транспортом. Популярною «зеленою зоною» при відпочинку є парк ім. Кожедуба та дитячий парк «Казка», а в перспективі є відвідання екскурсій в кадетський корпус, в філармонію та театр ім. Щепкіна.

Типовий чоловік-робітник – це сумчанин, віком 26-60 років, який надає перевагу сільському туризму та спортивному відпочинку, керуючись при цьому культурним збагаченням та екологічним оздоровленням. Відпочивати вдається раз на рік з родичами та дітьми, користуючись при відпочинку громадським транспортом. Найпопулярніша «зелена зона» - парк ім. Кожедуба та сквер УАБС. Щодо екскурсій, то це прагнення відвідати кадетський корпус.

Варто помітити, що 62% опитуваних жінок та 73% чоловіків вважають себе патріотами.

З вищезазначеного можна зробити висновок, що даний рівень патріотизму може стати підґрунтям для роздумів щодо використання патріотичних мотивів у товаровиробників. Так, місцева продукція зможе не тільки не відставати від популярних торговельних марок, але і скласти гідну конкуренцію на магазинних полицях. Наявність на упаковці певних патріотичних позначок (це може бути фото з альтанкою чи зображення герба міста Суми) може позитивно вплинути на обсяг проданих товарів. Причиною цього можуть бути:

- зацікавленість в нововведені, адже аналогів такої упаковки не має (на даний момент наявність певного місцевого колориту зустрічається тільки у виробках сувенірної продукції);

- бажання підтримати власного виробника (робітники, які і самі в більшості своїй працюють на заводах, будуть придбавати товари, які мають причетність до міста з метою не занепащати власну інфраструктуру, а навпаки дати шанс місцевим виробникам, для подальшого розширення);

- патріотичних мотив – усвідомлення причетності до даного товару (товар, вироблений на території міста або навіть області викличе моральну гордість у патріотів, тим паче якщо товаровиробник поширить свою продукцію по всій території України).

*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. 60-61.