

## ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ПРИРОДНИХ ТА КУЛЬТУРНИХ ПАМ'ЯТОК СУМЩИНИ НА ФОРМУВАННЯ ПАТРІОТИЧНИХ МОТИВІВ ПІДПРИЄМЦІВ

*студентка гр. МК-01 Кулініч К.М.*

З появою великих торгівельних мереж (супермаркетів) продукція місцевих товаровиробників програє, в основному, за економічними параметрами. При пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності місцевої продукції нами була висунута гіпотеза, що споживачі можуть зреагувати на моральні і емоційні мотиви, зокрема, почуття патріотизму.

Для перевірки даної гіпотези нами було проведено дослідження споживачьких переваг населення м. Суми, репрезентативне за статтю, соціальним станом та віком. Основною метою дослідження було виявити вплив природних та культурних пам'яток нашого міста, та з'ясувати наскільки патріотичне населення Сумщини, а особливо категорія підприємців. У ході опитування ставилися питання, які б дозволили виявити поінформованість населення, частоту і спосіб відвідування пам'яток під час відпочинку а також запитання, які б дозволили встановити споживчі переваги підприємців щодо можливості відпочинку (у вихідні дні чи у відпустці) на території міста чи області.

Для цього було опитано підприємців у віці від 25 до 60 років, з яких 42% від кількості опитуваних склали жінки у віці від 26 до 40 років і приблизно стільки ж чоловіків, але вже у віці від 41 до 60 років, що цілком законормрно, оскільки це необхідний і достатній вік для відкриття своєї справи.

Щодо часу проведення опитування, то воно зайняло близько двох тижнів, при цьому самим вдалим місцем для цього виявилась Сумська податкова інспекція та район центрального ринку.

Жінки, як з'ясувалося, надають перевагу екскурсійно-туристичному відпочинку (39% опитуваних), проводячи його переважно з дітьми навіть не дивлячись на брак часу. Чоловіки надають перевагу відпочинку з друзями чи знайомими (47%), але при цьому обираючи відпочинок в екологічні регіони Сумщини і можуть це собі дозволити, пересуваючись власним автомобілем (58%). Що стосується жінок, то вони також (54%) пересуваються власним автомобілем, яким для них є не лише атрибутом здійснення підприємницької діяльності, але й зручним і невід'ємним засобом пересування під час свого відпочинку. І жінки і чоловіки зійшлися у думці, що відпочивати відповідним чином необхідно не менше, ніж раз на тиждень.

Мотивацією для відпочинку більше 50% опитуваних обрали пізнавально-розважальне задоволення. Опитувані жінки і чоловіки також зійшлися у спільній думці, надаючи перевагу церквам та собором (Іллінська, Свято-Троїцький собор, Спасо-Преображенський кафедральний собор), які, до речі, намагаються відвідувати кожного тижня, що ще раз свідчить про духовне збагачення сумського населення, в нашому разі підприємців.

Для жінок і чоловіків підприємців були б цікаві сімейні прогулянки саме до парку культури та відпочинку ім. Івана Кожедуба, де вони знаходять різні види розваг як і для себе, так і для своїх дітей. Із переліку пам'яток архітектури, жінки б хотіли б відвідати театр ім. Щепкіна (43%), але дещо здивувала відповідь чоловіків, які в більшості відповіли, що їм це не цікаво. Хоча і цьому можна знайти логічну відповідь, так як чоловіки-підприємці надали перевагу відпочинку в екологічні місця Сумщини, а з запропонованих варіантів є лише пам'ятки архітектури.

І, нарешті, щодо визначеності патріотичності, що і було головною метою нашого опитування, то як і жінки, так і чоловіки підприємці вважають себе патріотами. Це нам дає надію на те, що задлучення патріотичних мотивів може підштовхнути їх надавати споживчі переваги місцевій продукції.

*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. 72-73.