Стоит отметить, что в Беларуси отток молодежи за рубеж не является массовым. Этому в определенной степени способствует чувство патриотизма, любви к малой Родине. У молодого поколения присутствует вера в светлое будущее Беларуси. Привлекает молодежь и стабильность в стране, миролюбивая политика государства, которая позволяет спокойно работать и растить своих детей.

Решение экономических проблем, повышение качества жизни, развитие творческого характера труда, доверие молодежи со стороны руководителей, поиск новых средств формирования чувства гражданственности и патриотизма будут ослаблять отток молодежи из страны.

Литература

1. *Касьянов, В. В.* Социология : учеб. пособие / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко, С. И. Самыгин ; под ред. В. В. Касьянова. — Ростов н/Д : МарТ, 2000.

2. *Калинина, Н.* Куда белорусы бегут из страны? [Электронный ресурс] / Н. Калинина // *Заўтра тваёй краіны*. — Режим доступа: http://www.zautra.by/art.php?sn_nid=23084. — Дата доступа: 23.02.2017.

3. *Обществоведение : учеб. пособие для 11 кл. общеобразоват. учреждений с рус. яз. обучения / М. И. Вишневецкий [и др.] ; под ред. М.И. Вишневецкого.* — Минск : Народная асвета, 2010.

А. А. Рёмина
БГЭУ

РОЛЬ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА СТРАНЫ

Белорусская провинция располагает богатейшим культурным наследием, уникальными историко-культурными памятниками и благоприятными природно-климатическими условиями. Так, только в пределах Витебской области находятся национальный парк «Браславские озера», основная часть Березинского биосферного заповедника и часть национального парка «Нарочанский», 102 заказника и 219 памятников природы республиканского и местного значения. Все это является конкурентным преимуществом, позволяющим активно развивать сельский туризм и организовывать всевозможные виды туристских маршрутов.

Сельский туризм может быть реализован в виде различных бизнес-моделей: размещение в сельской местности, сельская гастрономия, агротуризм, этнотуризм, экотуризм, экоорганический туризм и т.п. В Беларуси основной моделью сельского туризма выступает агрозкотуризм, который является динамично развивающимся видом деятельности. Так, в 2015 г., по сравнению с 2010 г., количество субъектов агрозкотуризма увеличилось в 1,8 раза и составило 2263 единицы. При этом в числе субъектов агрозкотуризма доля сельскохозяйственных организаций составляет менее 1 %.

Специфика сельского туризма, заключающаяся в особой роли этнологических и природных факторов, обуславливает широкое использование маркетинговых инструментов при продвижении сельских территорий и продуктов сельского туризма. Одним из перспективных инструментов территориального маркетинга является брендинг территории. Брендирование продуктов сельского туризма может осуществляться через создание аутентичных продуктовых, гастрономических, событийных брендов, а также брендов, связанных с известными историческими личностями, брендов известных мест и объектов, имеющих экологическую, историко-культурную, религиозную, эстетическую и иную ценность. Перспективным также видится создание в Беларуси терруаров. Они позволяют активно продвигать ресурсы сельских территорий, историко-культурное, этническое наследие белорусов. Реализация брендов во многом будет способствовать продвижению Беларуси как привлекательного туристского региона, улучшать тем самым ее имидж на международной арене.

Следует отметить, что сельский туризм играет важную роль в формировании гражданственности и патриотизма у молодых людей и населения в целом. Он способствует также развитию экологической культуры и межкультурных коммуникаций, созданию безбарьерной среды и становлению местных предпринимательских инициатив, пропагандирует здоровый образ жизни.

Таким образом, именно сельскому туризму может быть отведена существенная роль в приобщении молодежи к сохранению и популяризации культурных, экологических и патриотических ценностей, в развитии взаимодополняющих отношений между городскими и сельскими территориями, в сохранении местных ландшафтов, сельского уклада жизни, в формировании позитивного имиджа страны.

Е. С. Толстик, Я. В. Малиновская
БГЭУ

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Наличие ценностных ориентаций у студентов является залогом их успешной адаптации к изменяющемуся миру и выступает в качестве направляющего вектора к развитию и самосовершенствованию личности в рамках новой экономики. Поэтому изучение основных тенденций изменения ценностных ориентаций студентов, направления и интенсивности этих изменений при переходе к новой экономике является сегодня актуальным и представляет не только научный, но и практический интерес.

Изменения в ценностных ориентациях и мотивах деятельности людей, которые вызваны переменами в производственной сфере, связанными с переходом экономики к постиндустриальному этапу развития, наблюдаются сегодня во многих развитых и развивающихся странах. Западные социологи определили эти изменения как замену характерной для индустриального общества экономической мотивации неэкономической.