

LUKASZEWICZ Yu.V. The European vector of foreign policy of the Republic of Belarus: Sources and historiography

In the article, sources and historiography of the foreign policy of Belarus in the European direction are systematized the first time in the national historiography. The author shows that the available source base is sufficient to implement the system policy reconstruction of official Minsk in regard to European Union, the key players on the European political scene. The paper summed up the efforts of the research corps in that direction. Conclusions and evaluation of the author may be used in teaching the history of Belarus, the newest history in higher educational establishments.

УДК 322+338.48

Грибов Г.М., Лысюк А.И., Соколовская М.Г.

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ О СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ:
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Введение. Сельский туризм для современной Беларуси является новой формой туристической деятельности, насчитывающей буквально несколько лет, несмотря на то, что во многих государствах, включая соседние Польшу и Литву, он достаточно широко развит. Перспективы развития сельского туризма в приграничных районах Беларуси существующим образом зависят от того, как к подобному сегменту туризма относятся сами потребители – жители этого региона. Для поиска ответа на этот вопрос социологами и культурологами БрГУ им. А.С. Пушкина и БрГТУ при поддержке Программы поддержки Беларуси Федерального правительства Германии были проведены социологические исследования. По квотной выборке был опрошен 271 житель приграничных областей Брестской области, представляющих различные социальные и демографические группы. Отметим, что подобные исследования в Беларуси проведены впервые. Отдельные же аспекты отношения жителей Брестской области к развитию сельского туризма изучались в ряде работ, без опоры на социологическую эмпирию [1; 2; 3; 4].

Результаты исследования. Прежде чем сделать анализ отношений жителей региона к сельскому туризму, отдыху на сельских усадьбах, первоначально целесообразно выяснить их ценностные приоритеты относительно различных форм отдыха, используя для этого определенные ассоциативные ряды. Полученные при этом социологические результаты свидетельствуют, что без малого две трети (62,6%) опрошенных отдадут свое предпочтение классической триаде (солнце, море и песок). Позитивным и перспективным для сельского туризма является тот посыл, что на второе место вышел «отдых на природе «вдали от цивилизации» (43,9%), что опять-таки естественно по причине нарастающей урбанизации белорусского общества. В связи с этим для субъектов агротуризма актуальной и необходимой является задача интегрировать эти общественные настроения в практику сельского туризма. Около четверти респондентов (24,6%) отдали предпочтение популярному в советскую эпоху «отдыху в санаториях».

Жители Беларуси в своем большинстве обладают невысоким достатком. Поэтому у многих из них в семейном бюджете не предусмотрены существенные затраты на отдых. Поэтому не стоит удивляться, что многие из них отдадут предпочтение традиционным и экономически малобюджетным видам отдыха, таким как «отдых дома» (31,6% опрошенных), «посещение родственников» (28,1%) и «дача» (21,1%). Немалое количество жителей региона, особенно молодых, в качестве отдыха выбрали познавательные виды туризма – «туристические поездки по интересным местам» (19,3%) и «поездку за границу» (16,4%). Совершенно закономерно, что в силу своей «детскости» и слабости социальной инфраструктуры за сельский туризм как вид отдыха ассоциативно высказались только 4,7% респондентов (таблица 1).

Таблица 1. Распределение ответов на вопрос: «Когда мы говорим об отдыхе, то с чем он ассоциируется для Вас в первую очередь?», в %

Варианты ответа	%
Солнце, море, песок	62,6
«Отдых на природе «вдали от цивилизации»	43,9
Отдых дома	31,6
Посещение родственников	28,1
Санаторий	24,6
Дача	21,1
«Туристические поездки по интересным местам»	19,3
Поездки за границу	16,4
Сельский туризм	4,7
Активные спортивные занятия	4,1
Другое	3,5

Таким образом, очевидно, что сельский туризм пока еще не является важной частью туристической деятельности, туристического бизнеса, сельского предпринимательства и находится в стадии становления. Тем не менее, данное исследование показало, что существуют серьезные основания для оптимизма относительно перспектив его развития. В первую очередь, следует указать на высокую степень «узнаваемости» в общественном мнении сельского туризма, отдыха на сельских усадьбах. Действительно, согласно результатам социологического опроса, 77,2% жителей региона уже осведомлены о таком формате сельского туризма, как отдых на сельских усадьбах (таблица 2).

Таблица 2. Распределение ответов на вопрос: «Известно ли вам что-либо об отдыхе на сельских усадьбах?», в %

Варианты ответа	%
Да	77,2
Нет	22,8

Каким же образом состоялся этот информационный прорыв? Результаты исследования указывают на то, что наиболее интенсивно и продуктивно на узнаваемость сельского туризма «поработали» СМИ. Во всяком случае, так думают 43,9% опрошенных. Эти цифры не вызывают сомнений, так как действительно в настоящее время агротуризм часто порождает так называемые информационные поводы. Более того, в ряде региональных изданий уже появились журналисты, специализирующиеся как раз на агротуристической проблематике.

Обращает на себя внимание и то обстоятельство, что тема сельского туризма стала уже темой межличностных коммуникаций. Об этом говорит тот социологический факт, что 29,8% респондентов информацию об отдыхе на сельских усадьбах получили именно от знакомых и родственников. Выяснилось также, что 5,9% жителей региона уже отдыхали на сельских усадьбах.

Грибов Георгий Михайлович, кандидат философских наук, профессор кафедры философии и культурологии Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

Лысюк Анатолий Иванович, доктор политических наук, доцент кафедры политологии и социологии Брестского государственного университета им. А.С. Пушкина.

Соколовская Мария Григорьевна, старший преподаватель кафедры политологии и социологии Брестского государственного университета им. А.С. Пушкина.

Беларусь, БрГУ им. А.С. Пушкина, 224016, г. Брест, б-р. Космонавтов, 21.

Нельзя не отметить то, что в популяризации и рекламе агротуризма в минимальной степени задействованы дорожные указатели, что является одним из важных резервов его развития (таблица 3).

Таблица 3. Распределение ответов на вопрос: «Из каких источников Вы получили информацию об отдыхе на сельских усадьбах?», в %

Варианты ответа	%
СМИ	43,9
Родные/знакомые	29,8
Я отдыхал на сельской усадьбе	5,9
Дорожные указатели	5,3
Другое	4,7

Исходя из результатов данного исследования, можно предполагать, что полученная респондентами информация о сельском туризме выдержана преимущественно в позитивных тонах, поскольку свыше трех четвертых опрошенных (78,9%) жителей региона выразили готовность отдохнуть в будущем на сельской усадьбе. Только 11,7% респондентов не готовы к этому, а еще 9,4% затруднились ответить, что свидетельствует об уже сформировавшемся высоком имидже сельского туризма (таблица 4).

Таблица 4. Распределение ответов на вопрос: «Готовы ли Вы в будущем отдохнуть на сельской усадьбе?», в %

Варианты ответа	%
Да	78,9
Нет	11,7
Затрудняюсь ответить	9,4

Тезис об attractiveness сельского туризма для жителей современной Беларуси подтверждают и ответы на прямой вопрос о его престижности. Только 1,2% из них считают отдых на сельской усадьбе непрестижным. 18,7% жителей региона придерживаются противоположного мнения. Основная же масса респондентов (55,0%) справедливо полагает, будучи уже достаточно информированными об этом сегменте туризма, что степень престижности агротуризма напрямую зависит от качества самих сельских усадеб, спектр которых уже достаточно широк. Значительная часть респондентов подходит дифференцированно к этой сфере туризма, полагая, что отдых на сельских усадьбах «в чем-то престижен, а в чем-то нет» (таблица 5).

Таблица 5. Распределение ответов на вопрос: «По Вашему мнению, отдых на сельских усадьбах является престижным или нет?», в %

Варианты ответа	%
Престижным	18,7
В чем-то, да, а в чем-то, нет	29,8
Непрестижным	1,2
Смотря на какой усадьбе	55,0
Затрудняюсь ответить	13,5

О том, что степень престижности отдыха на сельской усадьбе достаточно высока, свидетельствуют и ответы на вопрос, кто же, чаще всего, является постояльцами, гостями, клиентами этих объектов туризма. 74,3% опрошенных полагают, что это городские жители, социальный статус которых в нашей стране, как известно, выше статуса сельского населения. В представлении 61,4% жителей региона, таковой группой является такая материально состоятельная социальная группа как «иностранные туристы», а еще 33,9% уверены, что это – бизнесмены. На людей с «невысоким доходом» указали только 11,1% опрошенных (таблица 6).

Таблица 6. Распределение ответов на вопрос: «Кто, чаще всего, отдыхает на сельских усадьбах?», в %

Варианты ответа	%
Городские жители	74,3
Иностранные туристы	61,4
Бизнесмены	33,9
Молодежь	17,5
«Зеленые туристы»	15,8
Люди, с невысоким доходом	11,1
Другое	0
Затрудняюсь ответить	0

Чем же может быть привлекателен, пока еще довольно-таки экологический для современных белорусов, отдых на сельской усадьбе?

Результаты социологических исследований отвечают на этот вопрос. Не следует забывать, что белорусское общество вступило в урбанистическую фазу, характерной чертой которой является все большая концентрация жителей на городской территории с ее особым ритмом, качеством жизни, экологией. Как следствие этого, особую ценность приобретают недоступные для жителей даже малых городов, не говоря уже о больших, тишина и покой, которые в избытке присутствуют на сельских усадьбах. Именно за ними готовы приехать на сельские усадьбы 59,6% опрошенных людей. Сюда же можно присовокупить и «отдых от городской жизни», на что указали 24,0% опрошенных.

Для существенного количества людей (57,9%) особую ценность может иметь «природа», дефицит которой также очевиден в городе.

Для 35,1% респондентов сельская усадьба интересна и значима тем, что ее формат оптимален для коллективного, включая и корпоративные встречи, и семейный отдых.

Не следует забывать, что с каждым годом в городе все актуальнее становится проблема качества пищи, а именно то, что она теряет свои натуральные вкусовые и биологические свойства, становясь частью агропромышленного производства. Поэтому для 28,7% респондентов возможность потреблять натуральные продукты является ценностью.

Разумеется, не следует забывать о том, что жители Беларуси в своем большинстве обладают скромным бюджетом для отдыха. По этой причине для 26,3% жителей региона привлекательной, в их представлении, может быть «приемлемая цена» отдыха на сельской усадьбе, в чем они, забегая вперед, по незнанию ошибаются.

Обращает на себя внимание тот социологический факт, что для 15,2% респондентов отдых в деревне может выполнять такую позитивную функцию, как лечение (таблица 7).

Таблица 7. Распределение ответов на вопрос: «Чем для Вас может быть ценным и интересным отдых на сельской усадьбе?», в %

Варианты ответа	%
Тишина и покой	59,6
«Отдых на природе «вдали от цивилизации»	57,9
Коллективный (семейный) отдых	35,1
Натуральные продукты	28,7
Приемлемая цена	26,3
Отдых от городской жизни	24,0
Развлечения	19,3
Лечение	15,2
Знакомство с сельской жизнью	6,4
Экзотика	3,0
Другое	0

Отдых на сельской усадьбе предполагает, бесспорно, интенсивные коммуникации с персоналом, т.е. с ее хозяевами. Позитивность данной коммуникации во многом связана с тем, насколько совпадут ожидания туристов с реальностью. В этом отношении интересны ответы респондентов на вопрос, какие же услуги туристам, в их представлении, должны предоставлять хозяева сельских усадеб.

В результате социологического исследования выяснилось, что в представлении 58,5% опрошенных главное, что им требуется от хозяев – это «экскурсии по природным и культурным достопримечательностям», что, бесспорно, требует от хозяев определенных компетенций, которыми большинство из них не обладает.

Для 40,4% респондентов важно, чтобы хозяева сельских усадеб обеспечили их ягодной и грибной охотой, рыбалкой, что, как правило, не представляет для них особой сложности.

Для 33,3% значимым является хорошее и недоступное для большинства горожан домашнее питание из натуральных продуктов.

И еще очень существенный момент. Сельские усадьбы, как правило, находятся вдалеке от транспортных маршрутов, обеспеченных общественным транспортом. В этой ситуации принципиальное значение имеет доставка туристов на сельскую усадьбу. Поэтому совершенно закономерно, что, по мнению почти трети респондентов (32,3%), хозяева усадеб должны взять на себя обязанность их доставки транспортом (таблица 8).

Таблица 8. Распределение ответов на вопрос: «Какие услуги туристам должны предоставлять хозяева сельских усадеб?», в %

Варианты ответа	%
Экскурсии по природным и культурным достопримечательностям	58,5
Рыбалка, сбор грибов и ягод	40,4
Хорошее питание	33,3
Обеспечение транспортом	32,3
Продажа ремесленных изделий	5,8
Другое	2,9

Как следует из полученных результатов социологического опроса, познания об отдыхе на сельской усадьбе являются у жителей региона, главным образом, почерпнутыми из СМИ либо же от знакомых, а не из непосредственной практики. Тем не менее, определенный эвристический интерес представляют их ответы по поводу того, что же необходимо, по их мнению, сделать для развития сельского туризма. Согласно полученным социологическим данным, безусловным лидером является здесь предложение «снизить цены» (72,5% опрошенных). Действительно, как свидетельствует данное исследование, подавляющее число респондентов хотели бы платить за сутки пребывания на сельской усадьбе с трехразовым питанием около 30–40 тыс. белорусских рублей, в то время как реальная цена несколько выше.

По мнению 37,4% респондентов, для привлечения туристов следовало бы улучшить условия проживания.

35,7% опрошенных предлагают «обеспечить туристов экологически чистыми продуктами», что в полной мере соответствует экологической парадигме современного мира.

Безусловно, рациональным является предложение 29,2% жителей региона осуществить соответствующие рекламные акции, тем более, что реклама сельского туризма, имея неплохую динамику, находится, тем не менее, на начальной стадии. 26,3% опрошенных указывают на необходимость поработать над имиджем в целом сельского туризма.

22,8% респондентов полагают, что привлекательность сельских усадеб выиграет от того, что новую динамику получит экологический туризм, для которого сельские усадьбы могут выступить ключевым поставщиком услуг (таблица 9).

Таблица 9. Распределение ответов на вопрос: «Что нужно сделать для того, чтобы отдых на сельских усадьбах стал бы более привлекательными для туристов?», в %

Варианты ответа	%
Снизить цены	72,5
Улучшить условия проживания	37,4
Обеспечить экологически чистыми продуктами	35,7
Осуществить рекламные акции	29,2
Повысить имидж сельского туризма	26,3
Развивать экологический туризм	22,6
Организовать рыбалку, сбор грибов и ягод	17,5
Другое	0

Заключение. Таким образом, по результатам данного социологического исследования можно сделать несколько выводов.

Во-первых, пока еще невелико число тех людей, кто воспользовался услугами сельских усадеб. Их общее число не превышает 6%.

Во-вторых, очевидно, что существует потенциал развития этого сегмента туризма. С одной стороны, по той причине, что уже высок имидж сельского туризма. С другой – существует спрос на услуги, предоставляемые хозяевами сельских усадеб. Очевидна также достаточно высокая степень информированности белорусского общества о сельском туризме.

В-третьих, существуют два существенных противоречия в сегменте сельского туризма, тормозящих его динамику и требующих преодоления. Первое из них представлено несовпадением ценовой политики хозяев усадеб и ожиданиями гостей, посетителей. Второе указывает на слабую развитость инфраструктуры агротуризма.

В-четвертых, следует подумать о повышении компетентности хозяев сельских усадеб, связанных, как с необходимостью обустройства усадеб в соответствии с определенными стандартами, так и с важностью оказания экскурсионных услуг туристам, чему необходимо учиться. Важным ресурсом повышения КПД агротуристической деятельности является создание сетевых отношений между его субъектами.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Lukiewicz, W. Transborder Tourism in Euroregion Bug: Brest District / W. Lukiewicz, A. Lysiuk // Border and Transborder Tourism for European Integration. – Rzeszow. – 2007. – P. 30–36.
2. Грибов, Г.М. Общественный Совет по агротуризму как фактор развития сельского туризма в Брестской области / Г.М. Грибов, А.И. Лысюк // Географія і туризм: Європейський досвід. Матеріали Міжнародної конференції. – Львів: ЛНУ ім. І. Франко, 2007. – С. 39–41.
3. Buczynski, M. Frontier tourism: attractiveness of Bialowieza Primeval Forest / M. Buczynski, W. Lukiewicz, A. Lysiuk // Tourism: theory – conditions - experiences. – Biala Podlaska: Jozef Pilsudski Academy of Physical Education in Warsaw, Faculty of Physical Education in Biala Podlaska, 2007. – P.121–127.
4. Грибов, Г.М. Агротуризм в Брестской области. История, потенциал и стратегия развития / Г.М. Грибов, А.И. Лысюк // Устойчивое развитие в региональном контексте. Сборник научных материалов. – Брест: БрГУ им. А.С.Пушкина, 2008. – С. 45–53.

Материал поступил в редакцию 16.12.10

GRIBOV G.M., LYSIUK A.I. SOKOLOVSKAYA M.G. Public opinion about Agritourism: Sociological Analysis

In the article are presented results of sociological research, which is dedicated to research attitude to ecological tourism by people who lives in border region in Belarus. Were defined priorities of they and level of attractiveness for them of different aspects of ecological tourism. Recommendations were made to subjects of ecological tourism. Purpose of these recommendations is optimization of subject's activity.