

образом, мы можем сказать, что за счет занятия шопингом молодые люди пытаются повысить свой статус в обществе и войти в сообщество «себе равных».

Сегодня шопинг является одной из форм досуга, которая характеризуется направленностью молодежи на достижение определенного социально значимого для нее статуса.

#### Литература

1. Наумова Н. Ф., Роговин В. З. культура разумного потребления. – М.: Наука, 1987. С. 75.

Поляков О. В.,  
г. Екатеринбург

### ФАКТОРЫ, ПОБУЖДАЮЩИЕ ЛЮДЕЙ ЗАНИМАТЬСЯ ГОРНОЛЫЖНЫМ ОТДЫХОМ

Особенно актуально в последнее время становится потребление услуг связанных с досуговой деятельностью. Конечно, в первую очередь такие услуги появились на западе, но постепенно, в конце XX века, услуги в сфере досуга начали проникать и в Россию.

Последние десять лет стало очень популярно заниматься активным отдыхом и в частности горнолыжным. Раньше горнолыжный спорт был уделом тех людей, которые занимались им постоянно и на профессиональном уровне. Но сейчас все делается для популяризации горнолыжного отдыха и продвижения его в массы. В России сейчас не существует проблемы найти горнолыжный комплекс и научиться кататься. Урал, Кавказ, Санкт-Петербург, Подмосковье и многие другие регионы не перестают строить все новые и новые трассы и гостиницы в горах. Что же все-таки побуждает людей заниматься горнолыжным отдыхом?

Горнолыжный отдых это, прежде всего, досуг. Досуг - это часть свободного времени, используемая для удовлетворения личных физических, духовных и социальных потребностей. На самом деле сложно точно сказать, какие именно потребности удовлетворяет горнолыжный отдых. Для кого-то это здоровый образ жизни, для кого-то самоутверждение, а для кого-то

возможность встретиться и пообщаться с такими же людьми, как и он сам.

Что же еще включает в себя понятие «горнолыжный отдых»? В России первая канатная дорога появилась в 1963 году в Приэльбрусье. С тех времен многое изменилось. Сейчас горнолыжный отдых доступен многим людям, каждый комплекс может запросто предоставить вам всю амуницию в аренду, если покупать не по карману. Также данный вид активного отдыха, несомненно, будет отнимать у вас как минимум несколько дней в месяц и немалое количество денег – хотя бы, чтобы добраться до горы и на подъемы на саму гору.

Существует множество разных подходов к выделению факторов, влияющих на поведение потребителей. Такие проблемы как потребительское поведение, потребности людей, изучали многие ученые. Например, Маслоу, Л. Портер много сделали для изучения потребностей человека. Я попытался построить свою схему детерминации потребительского поведения людей, занимающихся горнолыжным отдыхом, прочитав книгу А.В. Меренкова «Система детерминации человеческой деятельности».

Все многообразие факторов, влияющих на поведение потребителей товаров и услуг можно разбить на:

- Внешние факторы. К ним относятся факторы среды (экономические, политические, социальные, культурные и другие).
- Внутренние факторы. Их можно разделить на личностные факторы (возраст, род занятий, экономическое положение, образ жизни) и психологические факторы (мотивы, убеждения, установки).

Мне удалось выделить 2 яркие группы потребителей услуг горнолыжного отдыха и соответственно получилось 2 схемы детерминации.

Первая схема детерминации выглядит так: главным элементом детерминации первой группы потребителей выступает внутренняя необходимость – потребность в адреналине. Откуда берется адреналин в жизни людей? Считается, что адреналин – это гормон гнева и страха. Это чуть ли не главный стимулятор человеческого организма. А самое главное,

что адреналин у большинства людей ассоциируется со страхом, риском и острыми ощущениями. Почему же?

Все знают, что такие виды эмоциональных потрясений как, например, прыжок с моста на веревке или езда на автомобиле на бешеной скорости приносит такие ощущения, что человек старается, во что бы то ни стало повторить этот поступок еще не раз. Где же еще в нашей жизни мы можем получить массу адреналина. Занимаясь спортом, активным отдыхом и другими видами деятельности, где царит высокое эмоциональное напряжение, человек и находит этот адаптационный гормон. Кто-то катается на сноуборде, кто-то ворует в магазине, кто-то лезет в драку или играет в казино – все эти люди неоднократно испытывали «крайние» состояния и стремятся к повторению подобных ощущений.

Как говорят некоторые авторы, у всех людей различная норма адреналина, то есть у каждого человека разный эмоциональный пик. Время от времени человеку необходим такой «всплеск», а при невозможности этого может развиваться апатия и депрессия. Существует даже такое понятие как «эмоциональные наркоманы», то есть люди, у которых порог эмоциональной реакции очень высок. По мнению психиатров, это примерно 30% населения.

Возникает потребность найти наиболее доступный способ выплеска адреналина. В последнее время очень активно начала развиваться сфера досуговых услуг. Появляются новые формы проведения досуга и изменяются старые. Таким образом, люди, которым необходим периодический выплеск адреналина пытаются найти его в сфере досуга. На сегодняшний день горнолыжный отдых стал настолько популярен и доступен, в отличии, например, от прыжков с парашютом или гонок на мотоцикле, что таким людям сложно обойти данный вид активного отдыха стороной.

Так, у человека формируются ценности и ценностные ориентации, которые тесно связаны с мотивацией. В данном случае можно определить следующие ценности у индивида – ориентация на новый стиль жизни, общение с такими же людьми как и он в неформальной обстановке и другие.

Можно сказать, что для кого-то ценностью экстремального отдыха является перешагивание за физический и эмоциональный предел возможностей человека. Именно с изменениями в ценностных социокультурных ориентациях связано появление и дальнейшая популяризация всяческого рода экстремальных форм отдыха.

Далее, постепенно, возникает своя референтная группа и происходит еще большее усиление ценности данного вида активного отдыха. У членов референтной группы появляются общие темы для разговора, здесь завязываются новые знакомства и т.д. Мнение этой группы очень важно. Причем, стоит отметить, что данная референтная группа, скорее всего, будет иметь место только непосредственно на горнолыжном комплексе, во время проведения досуга, но никак не в повседневной жизни.

В итоге данная схема детерминации потребительского поведения заканчивается установкой на потребление услуг в сфере горнолыжного отдыха. То есть, люди сознательно тратят свое время, деньги и силы на это. Организуют различные поездки в другие регионы и страны, непременно, хотя бы раз в неделю выезжают на близлежащие горнолыжные курорты.

Вторая схема представляет собой следующее: первым элементом детерминации второй группы потребителей выступает внешняя необходимость – мода и престиж.

Несмотря на бурный старт, который дал индустрии личным примером президент, состояние горнолыжного рынка в России все еще можно назвать зачаточным. В стране сегодня около 150 горнолыжных курортов, удовлетворяющих примерно 10% потенциального спроса. Невзирая на довольно высокую стоимость горнолыжного снаряжения (от 20 до 80 тыс. руб. для начинающего лыжника) интерес к этому виду спорта с каждым годом растет. Горные лыжи и сноуборд особенно популярны в Санкт-Петербурге, Москве и на Урале. По оценкам разных специалистов любителей горных лыж насчитывается сегодня около 2.5 млн. человек и порядка 2.2 млн. человек выбирают для катания горнолыжные курорты России, которые

значительно прибавили в качестве и оснащенности горнолыжных трасс, сервисе и развитости инфраструктуры.

Интерес движет людьми, заставляет их попробовать данный вид досуга, активного отдыха. Возникает установка на проверку этой досуговой деятельности. Тем более что в настоящее время наблюдается возрастающая роль досуга в качестве фактора и сферы социализации людей. Суть изменений видов досуговой деятельности заключается, прежде всего, в том, что происходит смена избирательности в отношении разнообразных досуговых видов и формирование не имевших ранее места в практике видов досуговой деятельности.

Если опыт потребления услуг горнолыжного отдыха оказался успешным, происходит закрепление установки. Достаточно большое количество людей отдают предпочтение горнолыжному отдыху как способу проведения свободного времени, потому, что в настоящее время это модно и чрезвычайно популярно не только в молодежной среде.

Значимость «престижности» досуга находит своё отражение в досуговых предпочтениях людей, потребляющих услугу горнолыжного отдыха. Это подтверждает мнение о том, что в настоящее время достаточно большое число людей при выборе способа времяпрепровождения руководствуется именно тем, насколько моден данный способ в их среде.

Таким образом, выявив основные факторы, влияющие на поведение потребителей, можно сделать вывод о том, что респонденту бывает достаточно сложно объяснить, что именно действует на него при выборе формы досуга. Факторы, влияющие на одного и того же человека могут меняться, соединяться между собой.

Помаскина А. В.,  
г.Екатеринбург

## ОБРАЗ «ЗАПАДА» В СОЗНАНИИ РОССИЯН

Мы довольно часто и легко оперируем, например, такими понятиями как «Запад», подразумевая, что у подавляющего большинства за ним стоит