

СРАВНЕНИЕ ЗНАЧИМОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ МОТИВОВ РОССИЯН ПРИ ВЫБОРЕ МЕСТА ОТДЫХА

Гордеева Анастасия Анатольевна

студентка факультета социальных наук,
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
г. Москва, Российская Федерация.
E-mail: gordeevas@list.ru

УДК 338.3

СРАВНЕНИЕ ЗНАЧИМОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ МОТИВОВ РОССИЯН ПРИ ВЫБОРЕ МЕСТА ОТДЫХА

Аннотация: Статья посвящена результатам исследования мотивов выбора россиянами места и типа отдыха в условиях кризиса 2014-2015 года с конкретизацией и углубленным рассмотрением концептов экономического и политического мотивов и выявлению сравнения их значимости в оценочных иерархиях мотивов отдельного туриста. В статье представлена теоретическая и эмпирическая части исследования с указанием выборки, метода сбора данных, проблемной ситуации и кратким описанием каждого респондента. Анализируются данные двадцати полуструктурированных интервью, на основе которых выявляется причинно-следственная связь между причинами и непосредственным совершением выбора места отдыха в условиях 2014-2015 года. Среди ключевых результатов исследования высказывается мысль о значимости и экономического, и политического мотивов, как определяющих в кризис.

Ключевые слова: мотивы, туризм, кризис 2014-2015 года, экономический кризис, туристические практики, мотивы выбора.

COMPARISON OF THE IMPORTANCE OF ECONOMIC AND POLITICAL MOTIVES OF THE RUSSIANS IN CHOOSING A PLACE OF REST

Abstract: Article is devoted to results of research of motives of the choice by Russians of the place and type of rest in the conditions of crisis of 2014-2015 with a specification and profound consideration of concepts of economic and political motives and to identification of comparison of their importance in estimative hierarchies of motives of the certain tourist. In article it is provided theoretical and empirical speak rapidly researches with indication of selection, a method of data collection, a problem situation and the short description of each respondent. Are analyzed this twenty semi-structured interviews on the basis of which cause and effect relationship between the reasons and direct making of the choice of the vacation spot in the conditions of 2014-2015 comes to light. Among key results of research the idea of the importance of both economic, and political motives as determining in crisis is introduced.

Keywords: motivation, tourism, 2014-2015 crisis, the economic crisis, tourist practices, selecting motifs.

В 2015 году впервые за долгое время в сфере российского туризма было зафиксировано падение внешнего туризма на 40%. Отечественные аналитики стали предпринимать попытки объяснить такой феномен, что в итоге проявило две точки зрения. Первая основывалась на предположении о том, что такой спад внешнего туризма может быть оправдан резким подъемом внутреннего туризма, другая – на снижении общего количества туристических практик. Какая из этих позиций верная, сказать довольно трудно. Вероятнее всего, истинные причины кроются в совокупности двух предположений. Однако стоит важное внимание уделить тому, что статистика подводит результаты 2015 года – одного из самых нестабильных в экономическом и политическом контексте за последнее время. На основе исследования, которое удалось провести нам с коллегами в первой половине 2016 года, где

мы предприняли попытку выявить основные мотивы россиян, которыми они руководствовались в условиях кризиса 2014-2015 гг., выбирая тип и место отдыха, я хотела бы поподробнее остановиться на двух самых очевидных мотивациях, которые наиболее плотно связаны с выбором конкретного места отдыха.

Целью своей работы я определяю выявление сравнительных характеристик значимости политических и экономических мотивов выбора направления туризма в субъективных оценках россиян. Помимо этого, я собираюсь проследить, как в условиях кризиса человек определяет для себя состав этих мотивов и что, на его взгляд, будет влиять на степень важности экономических или политических аспектов при непосредственном совершении выбора.

Поскольку в своей работе я собираюсь говорить о кризисных явлениях, происходящих в 2014-2015 гг., то считаю необходимым представить основное теоретическое обоснование данного кризиса и рассмотреть применение экономической социологии в рамках данного периода, поскольку эта сторона вопроса будет использоваться мной для определения мотивов экономических субъектов. Итак, начиная с «черного вторника» в конце 2014 года, по многим экономическим показателям (таким как рост инфляции, падение стоимости национальной валюты и др.) стало заметно проявляться состояние экономической нестабильности. Именно этот, современный нам, спад в экономике я и буду использовать, как некий фон для выявления мотивов поведенческих практик россиян.

Однако, несмотря на то, что рассматривать я собираюсь только последний спад, в качестве современных экономических кризисов России принято выделять три основных и последних. К таковым относят кризис 1998-1999 года, Мировой финансовый кризис 2008-2009 годов и кризис, начавшийся с декабря 2014 году и наиболее значительно проявившийся уже в 2015. Считаю нужным коротко рассмотреть основные причины и последствия каждого из них, в первую очередь для того, чтобы выявить основные отличия нынешнего экономического кризиса от предшествующих.

Отличие кризиса 2014-2015 года от предыдущих выявить довольно просто. У первых двух основная причина находилась в ведении внутренней политики государства. Так, вспомним, что в 1998 году кризис начался из-за того, что Центральный банк объявил дефолт по внутреннему долгу, выразив его в рублях. Причиной дефолта, помимо огромного государственного долга, также называют обвал зарубежных экономик, в первую очередь азиатских, низкие цены сырья, поставляемого из России, а также получившее свое широкое распространение развитие института государственных краткосрочных обязательств [1]. Последствиями данного кризиса вполне предсказуемо стали нарастание инфляционных процессов, потянувшие за собой снижение реальных доходов населения и, соответственно, падение покупательной способности россиян, что далее повлияло на расслоение общества и выявление богатого и бедного класса.

Следующий кризис 2008-2009 года, аналогично предыдущему, можно считать спадом, произошедшим из-за внутривнутригосударственных изменений. Начался этот кризис из-за финансовых спекуляций – в это время происходило беспорядочное кредитование, в том числе непроверенных и, довольно очевидно, некачественных заемщиков. В первую очередь, это касалось ипотечного кредитования. Те фирмы, которые занимались спекулятивной выдачей кредитов, начали претерпевать предсказуемые затруднения. Это послужило запуском механизма, который, в свою очередь, дал толчок к банкротству крупных финансовых корпораций. Однако сегодня теоретики утверждают, что этот кризис нельзя назвать циклическим (в этом, кстати, будет его схожесть с кризисом 2014-2015 гг.), поскольку здесь очевидным оказалось проявление постоянного противоречия между производственными отношениями и усиленным развитием производственных сил [2].

Теперь рассмотрим современный кризис. Во-первых, некоторые экономисты называют его логичным продолжением кризиса 2008-2009 года, опираясь на то, что тот кризис нельзя было считать до конца законченным [3]. С другой стороны, существует отличие данного кризиса от предыдущих. Основной причиной кризиса 2014-2015 года принято считать активное участие России в украинском вопросе, ее участие в событиях, разворачивавшихся в 2014 году на территории соседней страны.

Безусловно, поводом послужила и аннексия Крыма. Такая политика России за пределами своих границ была расценена как причина конфликта с большей частью влиятельных мировых держав. Последние, в свою очередь, ввели ряд политических и экономических санкций против России. В числе таковых санкций можно выделить заморозку активов некоторых ресурсных российских компаний, запрет на въезд и пребывание в ряде стран отдельных граждан РФ, запрет на ввоз отдельных видов товаров, используемых от ВПК до рутинного потребления. Одним из важнейших шагов в развитии данного кризиса стало исключение России из состава Большой восьмерки и Парламента Ассамблеи Совета Европы. В результате – высокий уровень инфляции, обесценивание национальной валюты и резкие скачки в отношении рубля к доллару и евро.

Однако, существует такое понятие, как идеология. В контексте социологической теории последнюю стоит рассматривать, как «стремление общества отразить совокупность важных установок и систем, которые могут влиять на функционирование общества» [4]. Особенно актуальным это становится сегодня, когда условия кризиса созданы не столько экономикой, сколько нестабильностью политики, которая, в свою очередь, во многом и определяет идеологию в стране.

Таким образом, в рассматриваемом последнем кризисе на первый план выходят (помимо экономического) политический и идеологический вопросы. Именно в рамках нынешнего кризиса экономическая рациональность выбора может быть главной причиной, по которой люди меняют свои потребительские практики. Если говорить в контексте туризма, то важно обратить внимание на ситуацию, развернувшуюся вокруг Крыма. Можно наблюдать массовое изменение восприятия отдыха в Крыму, к нему добавилась идеологическая составляющая. Вызвано это, в первую очередь, активной пропагандой и поворотом к «консерваторскому» – по сути, советскому – массовому поведению россиян [5]. С другой же стороны, по уже упомянутой нами причине введения санкций, в сознании потребителей-россиян идеологически стала закладываться аксиома об отказе от путешествий в Европу. Важным становится еще и факт влияния медийного контента на формирование потребительского выбора места и типа отдыха. Здесь следует говорить о том, что политика и идеология способны создавать информационные поводы, которые в свою очередь будут влиять на выбор людей. Так, в качестве примера можно рассматривать угрозу террористических актов, обострившуюся сегодня, которая активно освещается средствами массовой информации.

Приведу несколько интересных фактов, обнаруженных в актуальной за рассматриваемый период статистике.

В 2014-2015 году выезд россиян за границу в целом сократился на 50%, а выезд в страны Европы – на 30% [6]. Стоит отметить, что аналогичные снижения, например, в 2008-2009 гг. (почему именно этот период – объясню дальше) составили всего 15-20%, при этом, по словам руководителя Федерального агентства по туризму РФ Анатолия Ярочкина, в 2008 году воспользоваться услугами туризма смогли около 29 миллионов россиян, что больше показателя 2007 года на целых 10% [7]. Здесь сразу же важно отметить и то, что кризис 2008-2009 года, становится видно, оказал влияние на туризм россиян, но при этом не имел разрушительного характера для отрасли туризма в Российской Федерации в целом. На фоне происходящих изменений отмечался рост интереса населения к внутреннему туризму, поддерживаемый государством и СМИ (например, масштабный Интернет-проект «Семь чудес России», организованный газетой «Известия», Телеканалом «Россия» и сайтом Вестей) [8]. Суть данного проекта заключалась в поиске различных интересных мест Российской Федерации. Конкурс проходил в несколько этапов и главные чудеса России были выбраны путем голосования через SMS и Интернет, благодаря чему жители РФ смогли ознакомиться с неизвестными им ранее местами для путешествий.

Получается, что 2014-2015 год чуть ли не поставил выездной туризм на грань исчезновения. Интересно посмотреть и то, как в этом периоде сокращалось количество выездов по каждой стране в отдельности. Ниже приведу сравнение популярных среди россиян стран, куда в 2014 и в 2015 году совершались туристические поездки.

Таблица 1 – Сравнение популярных стран для туризма среди россиян

Топ 5 по выезду из РФ за 1 п. 2015 года (туризм)		Топ 5 по выезду из РФ за 1 п. 2014 года (туризм)	
Египет	1 054 569	Турция	3 278 405
Турция	1 031 525	Египет	2 565 726
Германия	284 209	Греция	1 016 083
Таиланд	255 862	Испания	982 256
Италия	233 951	Таиланд	933 759

Мы видим, что выезд россиян за границу значительно сократился, но при этом наиболее популярными остаются все те же направления и страны, за исключением Испании и Греции, которые в 2015 году замещаются такими странами, как Италия и Германия.

Важно отметить, что во время проводимого мною с коллегами исследования прямо на наших глазах начала меняться представленная здесь актуальная статистика. Имеется в виду, что по причине таких событий, как террористический акт, произошедший на борту самолета А321 в Египте 17 ноября 2015 года, совершенный запрещенной в Российской Федерации террористической группировкой «Исламское государство», и сбитый на территории Турции СУ-24 24 ноября 2015 года, доступ для желающих отдохнуть в этих странах стал резко ограничен – туроператоры приостановили продажу путевок в эти страны, при этом на некоторое время даже было остановлено авиасообщение с данными странами.

Отличительной чертой в туризме периода 2008-2009 и периода 2014-2015 является тот факт, что в первом случае кризис стал причиной общего сокращения расходов на туризм (то есть равномерного сокращения как внутренних поездок, так и внешних), а во втором - переориентацией россиян на внутренний туризм. Проведенное интернет-порталом www.travel.ru исследование показало, что основными направлениями внутреннего туризма являются такие города как Москва, Санкт-Петербург, Казань, Сочи, Екатеринбург, Краснодар, Нижний Новгород, Пермь, Новосибирск и Самара. В 2015 году к этому списку добавились города Крыма [9].

Таким образом, становится понятно, что мотивы выбора россиянами места отдыха в 2014-2015 годах определялись целым рядом причин, наиболее важные из которых это экономический и политический вопрос. Поэтому в своем исследовании, рассматривая системы мотивов выбора места отдыха человеком, реализовавшим туристическую практику за выбранный период, я постараюсь выявить различия в значимости двух выбранных мною аспектов в субъективных оценках россиян. Основываться я буду, как мною уже упоминалось, на проведенном мною с коллегами качественном исследовании. Наша работа включала в себя анализ теоретической литературы, сбор и анализ двадцати полуструктурированных интервью. Изначально в качестве определяющих критериев для отбора респондентов нами были использованы такие, как (а) факт наличия туристической практики в 2014-2015 году (ездил ли человек отдыхать?) и (б) наличие источника дохода (необходимого для реализации данной практики).

В нашем совместном исследовании мы приводили подробное описание процесса сбора данных, пересмотра заявленных квот по возрасту и полу, ограничения выборки и возникших трудностей, однако я же остановлюсь на интересных именно для моей темы данных. Для начала приведу сводную таблицу с краткой характеристикой респондентов, в которой важными для рассмотрения экономических и политических мотивов будут, в первую очередь, субъективная оценка информантом своего уровня доходов и место, куда за период 2014-2015 года совершалась поездка.

Не претендуя ни на какие количественные определения частот, попытаюсь охарактеризовать используемую выборку. Видно, что в исследовании принимали участие люди, вполне вероятно,

относящиеся к разным стратам (а может даже и слоям), однако за исключением некоторых мнений на вопрос об оценке уровня дохода мы получали ответ «средний».

Таблица 2 – Основные характеристики респондентов

№	Пол	Возраст	Субъективная оценка респондентом уровня дохода	Место отдыха
T01	М	24	Средний (покупка 30 тысяч)	Гонконг, Стамбул
T02	М	20	Средний (еда и одежда, иногда техника)	Санкт-Петербург
T03	Ж	20	Средний (45 тысяч в месяц з/п)	Санкт-Петербург, Черногория
T04	Ж	29	Средний (покупка 20 тысяч)	Лондон, Северодвинск
T05	М	31	Выше среднего	Волгоград, Грузия
T06	Ж	74	Средний (хватает на все, что необходимо и на отдых)	Турция, Крым, Испания
T07	Ж	26	Средний (хватает на покупку одежды и хороший отпуск, покупка до 23 тысяч)	Испания, Владимир-Нижний Новгород-Казань
T08	М	31	Средний (покупка до 15 тысяч)	Египет, Черногория, Кострома
T09	М	21	Средний (покупка 50000)	Греция, Молдова
T10	Ж	46	Средний (покупка до 30 тысяч)	Греция, Турция
T11	М	26	Средний (покупка до 70 тысяч)	Узбекистан, Турция, США
T12	М	35	Средний (еда, жилье, одежда, такси, отдых)	Крым
T13	М	28	Средний (еда, одежда, машина)	Испания, Тула
T14	Ж	23	Средний (мне хватает)	Турция
T15	Ж	37	Средний (покупка в месяц - небольшой телевизор)	Эстония, Франция, США, Марокко, Иваново, Кострома, Владимир, Суздаль
T16	Ж	21	Средний (еда, коммунальные)	Берлин, Черногория
T17	Ж	36	Средний (з/п 60000)	Египет, Абхазия
T18	Ж	41	Средний (ипотека, содержание дочери)	Тель-Авив
T19	Ж	20	Средний (одежда, еда, развлечения, покупка до 50 тысяч)	Крым
T20	М	38	Выше среднего	Турция

Почему это интересная для меня характеристика? Дело в том, что именно на средний класс, как принято считать, больше всего оказывает влияние экономическая нестабильность, в то время как «бедные» и «богатые» зачастую ощущают на себе кризисные явления куда слабее.

С другой стороны, можно проследить широкий спектр тех стран и городов, куда путешествовали информанты. Наблюдаются как и «типичные» места отдыха, так и довольно необычные; при этом становится понятно, что типологизировать туристов можно по принципу выезда или невыезда за пределы России, а также по совмещению практик в двух направлениях.

Далее представлю анализ в трех концептуальных направлениях, необходимый для того, чтобы

сделать выводы о значимости двух выбранных мною мотивов и сравнения их положения в системе субъективных оценок информантов.

Начну с того, как в проведенном исследовании детерминировались экономические и политические мотивы. Под экономическими мотивами стоит понимать совокупность условий, которые создаются «снаружи», но при этом имеют влияние на человека и его потребление «изнутри». Иными словами, я говорю о кризисных явлениях, о которых уже упоминалось и основные черты которых уже приводились, и о финансовом поведении информанта в этот период. Так, мною предполагалось, что выявить наличие экономического мотива выбора места отдыха будет возможно на основе рассмотрения влияния кризиса на депривационное поведение информанта и соотнесения таких практик с фактом присутствия туристической практики. Поэтому свой анализ здесь я выстрою следующим образом: рассмотрю субъективные оценки информантов об изменении их расходов, исходя из предположения, что в кризис расходы должны сокращаться, затем перейду к вопросам ограничений и экономии и прослежу, как это можно сопоставить с туристической практикой, затем постараюсь выявить, к каким методам сокращения расходов на отдых прибегают туристы, а далее коснусь вопроса о том, какие мнения были высказаны по поводу выбора места отдыха относительно уровня располагаемых материальных средств.

Итак, для начала стоит выяснить, как изменились расходы информантов за последние несколько лет. Сопоставимым с предположением стало мнение, что расходы увеличивались, а сам информант соотносил это изменение с кризисом:

«Очень выросли расходы на питание и все остальное, потому что цены выросли, а зарплата осталась такая же» (Т18).

Еще один важный момент связан с тем, что информанты сами пытались конкретизировать степень данного увеличения:

«Увеличились очень значительно. Потребности растут, цены растут, хочется соответствовать» (Т19).

Интересный момент связан со следующими мнениями:

«Расходы увеличились, так как выросли доходы» (Т05).

«Расходы выросли, но я не хочу сказать, что это связано с экономической ситуацией, просто мои потребности стали выше и все» (Т11).

Такие практики, возможно, связываются с тем, что у информантов, выразивших такое мнение, субъективные оценки собственных доходов, а также объективные соотнесения уровня своих доходов с позицией в шкале «могу себе позволить» от продуктов питания и одежды до машины и квартиры, ориентированы на доходы выше среднего.

Такая обособленность от кризисных влияний и даже в некотором смысле слом стереотипа, что кризис затрагивает всех и каждого, сходится с высказанным ранее мною предположением о том, что сильнее всего кризис сказывается на типичных представителях среднего класса. Хотя, допускаю и тот момент, что ситуация возникновения такого мнения об отсутствии воздействия кризиса, может быть обоснована особенностями нашей выборки, например, тем, что мы не учитывали в качестве одного из критериев выборки точное значение уровня дохода, чтобы можно было определить принадлежность к страте, наличие именно постоянного заработка (в исследовании допускался и дополнительный, сезонный, другие виды) и постоянного места работы (не рассматривали ситуации влияния кризиса на этот аспект).

Перейдем к вопросу экономии. Основным нашим предположением, как я уже заявляла, становится мысль о том, что в рассматриваемый период – с 2014 года по 2015 и современная ситуация – люди, скорее всего, будут экономить, поскольку все-таки экономика нестабильна, курсы валют меняются, вопрос с безработицей выходит на первый план. Так, было высказано мнение, что экономить приходится в связи с тем, что «денег не хватает, цены выросли» (Т15). Другое мнение уже конкретизировало причину экономии: «тяжеловато с работой было некоторый период времени

назад» (Т13). Стала выстраиваться некая типология. Так, первое разделение произошло на уровне «экономлю»/«не приходится экономить». («Ну, я не могу сказать, что мне приходится экономить...» (Т6). Еще одним очень интересным наблюдением стало то, что выделилась еще одна группа мнений, которая утверждала, что экономить не приходится, но ограничивать себя или планировать свои расходы человек вынужден:

«Иногда бывает только себя ограничиваю, например, в покупках новой одежды» (Т19);

«Не позволяю себе растрчивать все абсолютно деньги на какие-то непонятные вещи. Просто разумно живу» (Т9).

Получается, что, если информанты не экономят, то хотя бы пытаются разумно контролировать свои расходы. Однако, даже при таких оценках своего экономического состояния в рассматриваемый период, туристические практики людей имеют место, при этом не отмечается резких изменений в направлении туризма. Это наталкивает на мысль о том, что контроль расходов, опознаваемый в качестве индикатора финансово грамотного поведения, нацеленного на рационализацию, может проявлять себя и в наличии/отсутствии сбережений. В том числе, речь может идти и о наличии сбережений на отдых. Скорее всего, те респонденты, которым приходится экономить средства, не будут делать сбережений в отличие от тех, кто относит себя к группе не нуждающихся в ограничении своих средств. Однако, респонденты выразили мнение, что они либо сберегают средства, либо признаются, что делать этого не умеют, хотя высоко оценивают важность этого вопроса («Вижу в этом смысл, но пока не научилась это делать» (Т10); «Мне это не удастся, ... конечно же, это необходимо» (Т16).

Важный момент связан с соотношением респондентами понятий «сберегать» и «откладывать». Четко разделились мнения, по которым одна часть информантов по смыслу объединила эти понятия в одно и на вопрос о том, делают ли они сбережения, отвечала примерно следующее: «Да, конечно. Вот начала последние месяцы понемногу откладывать на всякий случай...» (Т19). Другая группа людей различала эти понятия, потому что сбережениями для них считались средства, которые «просто лежат, копятся» (Т1), а откладывают они на разовые действия, такие, например, как единовременная оплата отдыха или крупной покупки. Возникает предположение о том, что такая практика может быть связана с наличием открытых счетов в банках, где хранятся вклады респондентов. И такая идея имела право на существование, так как ее обозначили несколько респондентов (Т4, Т9), которые рассказали, что держат деньги во вкладах и на депозитных счетах. Вернемся к предположению, что в кризисное время человек скорее всего будет откладывать на отдых, поскольку эта потребность является одной из базовых, а значит даже в условиях существования внешних ограничений, человек все равно будет рассматривать отдых как одну из необходимых статей расходов. Выяснилось, что респонденты и правда считают отдых важной статьей расходов, такой, на которую стоит откладывать: «Однозначно да, но сейчас... просто стараюсь не одновременно оплачивать... Растягиваю во времени для того, чтобы это не было так затратно» (Т15). Однако, некоторые высказывали идею о том, что планировать отдых нужно уже при имеющихся средствах, а не откладывать специально. Одной из причин наличия такого рода мнений, на наш взгляд, может быть восприятие отдыха, как некоторой дополнительной потребности, которая не должна являться одной из основных статей расходов. С другой стороны, здесь вполне возможно влияние нестабильной обстановки, которая накладывает свой отпечаток на вопрос о разумности и рациональности откладывания средств именно на отдых.

Информанты выстраивали свое мнение относительно последнего из рассматриваемых нами кризисов, останавливая внимание на связи экономики и политики, которая, по их словам, заключается конкретно в том, что государство посредством развития инфраструктуры и необходимых условий влияет на внутренний туризм, а сам туристический бизнес, в свою очередь, требует вмешательства со стороны государства. Поэтому интересно проанализировать мнения касательно связи между политикой и туризмом – то, как на взгляд самого человека, который пользуется этой «услугой», могут быть связаны эти понятия. В качестве предположения использовалась идея о том, что информанты будут связывать политику и туризм, а уникальность этой определяемой ими связи будет состоять

именно в двустороннем влиянии как политики на туризм, так и туризма на политику. Вот, какие мнения удалось получить:

«Туризм и политика связаны, вот в данном случае мы видим этот конфликт с Турцией, потому что, насколько я знаю, никогда там не было никакой угрозы на побережье <...> Поэтому я считаю, что это чисто политическое решение о прекращении деятельности какой-либо туристической с Турцией» (Т08);

«Я раньше думала, что не связан, но сейчас думаю, что связан» (Т18).

Как выяснилось, респонденты не отрицают взаимосвязь между туризмом и политикой. А в качестве отрицательного влияния политики на туризм приводят пример с Турцией и Египтом, а именно те ограничения, которые были введены в сфере туризма в 2015-ом году (запрет въезда на территорию данных стран, ограничение прямого авиасообщения). По словам информантов, политическая ситуация, связанная с конфликтом между Россией и Турцией с Египтом, нашла свое отражение в их практике туризма и теперь им придется искать другие маршруты вместо довольно бюджетных курортов. Причем для одних это стало серьезной потерей, а для других лишь утвердило их нежелание посещать вышеупомянутые страны. Что касается положительного влияния политики на туризм:

«Положительная связь – это когда страны пришли к какому-то консенсусу, что-то решили во благо отношений между странами. Соответственно, в таких случаях, создаются для туристов хорошие условия» (Т05);

«Давайте так: то, что у нас такие проблемы с курсом – очень выгодно для иностранцев. Они могут к нам ездить. С этой точки зрения, это даже выгодно для России, для развития туристического направления и больше ребят начали ездить по городам и что-то для себя там интересное посмотреть и открывать новые направления» (Т07).

Такая характеристика наличия положительной связи, вполне вероятно, может являться индикатором политических настроений респондента.

Нам удалось выявить мнение, что не только политика влияет на туризм, но и туризм может влиять на политику. Последнее находило свое проявление через выражение мнений по поводу притока иностранцев в нашу страну, его возможности благосклонно влиять на развитие инфраструктуры, распространение необходимых условий и расширения сферы туристических услуг в России. Соответственно, все это будет требовать указаний «сверху», а, значит, будет требовать политических решений.

Существовала и еще одна идея, что выявление политики как одного из оказывающих влияние на выбор фактора, не обязательно означает, что тот, кто делает выбор, согласен с современной внутренней и внешней политикой в стране. На этот счет мнения наших информантов также разделились: были как те, кто целиком и полностью поддерживали политику, проводимую нашим государством, так и те, кто был недоволен ею и считал, что нужно менять стратегию поведения для улучшения сложившейся ситуации. Важно отметить и то, что неожиданно для нас появилась еще одна группа мнений, которая выражала несогласие с внутренней политикой государства, однако в целом поддерживала внешнюю:

«Многие люди незаслуженно унижают нашего президента, его политику» (Т17);

«Внутренней политикой я вообще никак не доволен. С точки зрения внешней политики, в чём-то правильно, в чём-то нет» (Т09).

Анализ показал, что политическую ситуацию в стране и мире в целом можно рассматривать в качестве одного из внешних мотивов выбора места и типа отдыха, и там же рассматривать политические настроения россиян. Получается, что вопрос политической стабильности может влиять на выбор места отдыха. Теперь предлагаю рассмотреть, как относительно друг друга располагаются экономический и политический мотив в оценочных иерархиях респондентов.

В проведенном исследовании мы выявляли основные мотивы россиян и расположение данных

мотивов в иерархической системе, которую каждый информант составлял самостоятельно, используя карточки. На этих карточках нами с коллегами были предложены следующие аспекты: денежный вопрос, эмоциональная сторона (испытываемые эмоции, экзотичность, интересность), компания, советы друзей и знакомых, безопасность, политическая обстановка, комфортабельные условия и традиции. По результатам сбора данных на этапе анализа мы составили для удобства схему, в которой отразили три самых значимых мотива, о которых говорили информанты, для каждого человека. Мы проследили, что из предложенных нами мотивов на первые места респонденты ставят следующие характеристики, при этом, иногда их объединяя по значимости: эмоции, компания, безопасность, политическая обстановка, денежный вопрос и комфорт:

«Эмоции на первом месте. Ну да, деньги дальше. Это так или иначе вопрос, от которого никуда не уйдешь» (Т13);

«Политическая обстановка и безопасность будут примерно равнозначны и будут оба на первом месте» (Т07);

«В первую очередь выберу безопасность... Я бы поставил эмоции на второе место... Дальше бы я поставил комфорт...» (Т09).

Стоит отметить, что некоторые респонденты сами изъявляли желание объединить такие категории, как «безопасность» и «политическая обстановка», объясняя это схожестью или равнозначностью для них данных мотивов. Действительно, это может быть объяснимо, так как в условиях нестабильности встает вопрос безопасности, как зависимости от политической обстановки.

Получается, что денежный вопрос – экономический мотив – и политическая обстановка и безопасность, как мотив политический, обладают высокой значимостью для каждого отдельного респондента и ставятся высоко в иерархии мотивов. Еще одна интересная черта – это рассмотрение денежного и политического вопроса вместе. Иными словами, по мнению некоторых информантов, обе категории обязательно должны находиться среди трех важнейших, определяющих выбор места отдыха.

Таким образом, подводя итоги моему рассуждению, хотелось бы выделить следующие результаты исследования. Во-первых, россияне в условиях кризиса склонны не только не сокращать свои расходы и начинать экономить, но и не считают нужным это делать, поскольку их модели потребления не чувствуют в этом необходимости. Во-вторых, рассматриваемый кризис, имеющий достаточное количество политических причин и последствий, выводит на одно из главных мест по значимости политическое влияние на определение туристической практики. В-третьих, экономические и политические мотивы, как я показала в анализе данных, поддаются описанию и выявлению типологий. В-четвертых, сопоставление значимости влияния двух рассмотренных мотивов на выбор, скорее всего, не так важно, как определение самого факта, что оба аспекта одинаково становятся неисключаемыми из системы мотивов отдельного человека.

На основе проведенного мною с коллегами исследования, а также углубления мною в отдельную сферу рассматриваемого вопроса, в дальнейшем складывается возможность подтверждения качественных предположений и выявлений на количественном уровне.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Зуенко И., Зубань С. Трансконтинентальный транзит Азия – Европа / И. Зуенко, С. Зубань // Мировая экономика и международные отношения. – 2016. – №7. – С.70-76.
2. Итоги года в зеркале таможенного администрирования. [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://www.tks.ru/news/nearby/2016/04/18/0002> (дата обращения 10.08.2016).
3. Таможенный кодекс таможенного союза. [Электрон. ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_94890/ (дата обращения 10.08.2016).
4. Совбез презентовал транспортный проект. [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/economics/news/2016/08/12/652765-sovbez-dirizhablei> (дата обращения 12.08.2016).

5. Сапир Е.В. Теория непосредственно общественного продукта А.И. Кащенко и современная сетевая производственная модель / Е.В. Сапир // Вестник ЯРГУ. Серия Гуманитарные науки. – 2013. – №2 (24). – С.150-151.
6. Завьялов Ф.Н. О некоторых направлениях диверсификации экспорта России / Н.Ф. Завьялов // Социальные и гуманитарные знания. – 2015. – №2. – С.88-88.
7. Пефтиев В.И. Инновации в среднесрочной перспективе развития России / В.И. Пефтиев // Инновационное развитие региональной экономики: состояние, проблемы, перспективы. – 2008. – С.45-48.