

4. Бадалянц С. В. Событийный туризм: сущностные характеристики и особенности развития в России / С. В. Бадалянц // Молодежный научный вестник. 2017. № 9. С. 89—95.

5. Донских С. В. Событийный туризм: учеб.-метод. пособие / С. В. Донских. — Минск: РИПО, 2014.

6. События [Электронный ресурс] // Официальный сайт туристической Информации Эстонии: URL: <https://www.visitestonia.com/ru/поиск> (дата обращения 24.01.2018).

7. Шихова Ю. П. Теоретико-методическое представление сегмента «событийный туризм» как элемента развития региона: Подводя итоги года. Вопросы политологии, социологии, философии, истории, экономики: материалы международной научно-практической конференции (22 декабря 2016 г) / Ю. П. Шихова. — Саратов: ЦПМ «Академия Бизнеса», 2016. С. 254—256.

8. Ярмарки, фейерверки и гулянья: список праздников в Калининграде и области — 2018 [Электронный ресурс] // Электронное периодическое издание Klops.ru (Клопс.ру): URL: <https://klops.ru/afisha/2018-02-01/168789-yarmarki-feyerverki-igulyanya-spisok-prazdnikov-v-kaliningrade-i-oblasti-2018> (дата обращения 02.02.2018).

9. Events [Электронный ресурс] // Вильнюсский информационный туристический центр URL: <http://www.vilnius-events.lt/ru/> (дата обращения 30.01.2018).

УДК 379.851

Д. Д. Строкова

## **ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ОЖИДАНИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ЭКСКУРСИОННОГО ПРОДУКТА В МРАЧНОМ ТУРИЗМЕ**

Данная статья посвящена изучению потребительских ожиданий как основы формирования экскурсионного тура в мрачном туризме. В ходе исследования автором была обоснована необходимость анализа спроса на тур «По следам Черной смерти» в Чехии и Германии. В статье обозначена мотивация туристов, заинтересованных в приобретении подобных туристических продуктов. Кроме того, были выделены факторы, которые могут положительно повлиять на качество тура «По следам Черной смерти». Основным методом социологической работы является метод анкетирования. Аналитический обзор литературных источников опирается на электронные ресурсы по исследованию мрачного туризма.

*Ключевые слова:* мрачный туризм, чума, спрос, Чехия, Германия, мотивация, потребительские ожидания.

## CONSUMER EXPECTATIONS AS A BASIS FOR FORMATION OF EXCURSION PRODUCT IN DARK TOURISM

This article is devoted to researching of consumer expectations as a basis for formation of excursion product in dark tourism. During the research the author proved the necessity of researching of demand analysis for the tour «Following the Black Death» in the Czech Republic and Germany. In the article motivation of tourists, who are interested in such tour product, were marked out. In addition, factors, which may have a positive impact on the quality of the tour, were found. The analytical review of the literary sources bases on online resources with the researching of dark tourism.

*Key words:* dark tourism, plague, Czech Republic, Germany, motivation, consumer expectations.

С давних времен людей привлекали различные зрелища «мрачного» и пугающего характера, достаточно вспомнить количество зрителей на гладиаторских боях в Древнем Риме, на публичных казнях средневекового Лондона. Сегодня сфера «мрачного туризма» получила мощный толчок к развитию в лице поп-культуры: фильмы ужасов, хоррор-комиксы и фантастические книги толкают людей посещать места бывших катастроф, музеи, посвященные трагедиям, кладбища и склепы. Мотив эпидемии чумы также нашел свою нишу в современном искусстве и лег в основу сюжетов триллеров и произведений о катастрофах, способных держать зрителя в напряжении.

Туризм — это, в первую очередь, индустрия впечатлений, которые получает турист от посещения и наблюдения тех или иных мест или процессов. Важным вопросом, связанным с развитием мрачного туризма, является мотивация туриста, выбравшего такого рода путешествие или экскурсию. В 2014 году Венский университет Modul проводил научное исследование «Мотивация к вовлечению в темный туризм». В результате исследования были сделаны выводы о причинах посещения объектов темного туризма:

1. Большинство респондентов хотят увидеть must-see достопримечательности той или иной страны, познакомиться с культурным наследием;
2. Некоторые респонденты хотят понять, что происходило в тот или иной период истории человечества, пережить определенные эмоции в темных дестинациях;
3. Другой причиной являлось чувство любопытства, то есть естественное желание человека узнать что-либо новое;
4. Наконец, туристы не желали игнорировать события прошлого и тем самым отдавали «дань памяти» [2].

Профессора Шотландского университета в Глазго М. Фоули и Дж. Леннон в работе «Темный туризм», помимо вышеперечисленных причин, называют также «поиск новизны». Этим они объясняют потребность в смене об-

становки, перемене привычного образа жизни, поиск «нестандартных» продуктов [3]. Эту точку зрения разделяет и Ф. Р. Стоун в работе «Спектр темного туризма»: выбирая места трагедий, люди неосознанно стремятся созерцать смерть, чтобы иметь возможность размышлять о ней [4].

С. М. Юилл считает, что темный туризм в ближайшем будущем начнет выполнять образовательную или познавательную функцию — знакомство с историей и событиями, происходившими в данной дестинации [5]. А сотрудники Музея погребальной культуры в Новосибирске в статье «Темный туризм» говорят о том, что мрачный туризм позволяет туристам поразмышлять на тему вечных философских вопросов о ценности жизни и, более того, воспитывает в человеке культуру уважения к погибшим и умершим [1].

Актуальность выбранной темы заключается в том, что на данный момент спрос на темный туризм растет, однако предложений на туристском рынке недостаточно.

Для подобной аудитории была предложена концепция экскурсионного тура «По следам Черной смерти» в Чехии и Германии. Разнообразие объектов мрачного туризма в Чехии и Германии столь велико, что его невозможно в полной мере охватить за один день поездки. Двухнедельный тур по Чехии и Германии познакомит с историей борьбы общества с чумной эпидемией в городах. Темы маршрута включают в себя средневековый быт, медицину, легенды о чуме, посещение кладбищ с чумными захоронениями, церковей, возведенных в благодарность святым покровителям за спасение от гибели городов, средневековых аптек и музеев.

Стоит отметить познавательную и культурологическую ценность маршрута, поскольку события эпидемии Черной смерти являются важной исторической вехой как в Чехии и Германии, так и в других странах Европы.

Изучение и формирование спроса на тур «По следам Черной смерти» в Чехии и Германии является темой научного исследования.

Проблема исследования заключается в том, что в настоящее время нечетко обозначен уровень спроса на тур: готовы ли туристы приобрести тур, насколько они платежеспособны и что будет привлекать их в первую очередь?

Целью статьи является непосредственное определение уровня спроса на тур «По следам черной смерти».

Предмет исследования представляет собой мотивацию туристов к покупке экскурсионного тура «По следам Черной смерти» в Чехии и Германии.

Основным методом данной социологической работы являлся метод «анкетирование». Данный метод был выбран в связи с оперативностью и экономичностью его проведения, комфортностью процедуры и нетребовательностью расшифровки. В качестве вида анкетирования было выбрано индивидуальное интернет-анкетирование, размещенное в различных социальных группах «Вконтакте». Группы можно разделить на несколько категорий:

- посвященные путешествиям и туризму («Экскурсии по Праге», «Туры в Чехию», «Туризм в Германии»);
- связанные с чумой в массовой культуре («Чумной доктор», «Творчество Dishonored», «Plague Inc»);
- студенческие группы университетов Екатеринбурга (УрФУ, УрГАХУ, УрГАУ, УрГЭУ);
- связанные с историей и культурой Средних веков («Ролевики и конструкторы Средневековья», «История Средневековья»).

В ходе исследования был выявлен опыт посещения респондентов Чехии и Германии как туристских дестинаций: одну из этих стран или обе страны посетили 35 % респондентов. Можно высказать предположение, что для 65 %, не посещавших страны, будет необходимо проработать маршрут, включающий достопримечательности обзорных экскурсий. При этом среди респондентов, когда-либо посещавших одну из этих стран, наибольшей популярностью пользуется Чехия.

Были получены сведения о том, что значительная часть респондентов (почти 80 %) интересуется объектами темного туризма (рисунок 1).

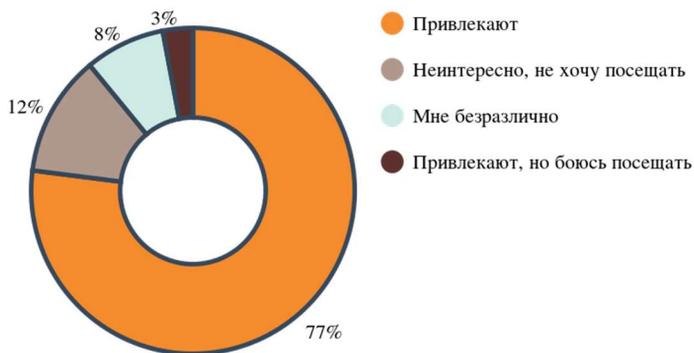


Рисунок 1. Привлекают ли Вас мистические, темные или аномальные места?

Некоторых респондентов привлекают подобные места, однако они испытывают страх при их посещении. Возможно, с правильной подачей достопримечательностей экскурсоводом туристы будут чувствовать себя более комфортно. Также большинство респондентов имеет богатый опыт посещения объектов темного туризма в России и за рубежом (около 65%). Особой популярностью пользуются заброшенные здания (замки, больницы,

крепости) и сакральные места (кладбища, церкви, святилища). Среди других ответов респондентов были: перевал Дятлова, Пражские улицы, Бермудский треугольник, Аркаим (рисунок 2).

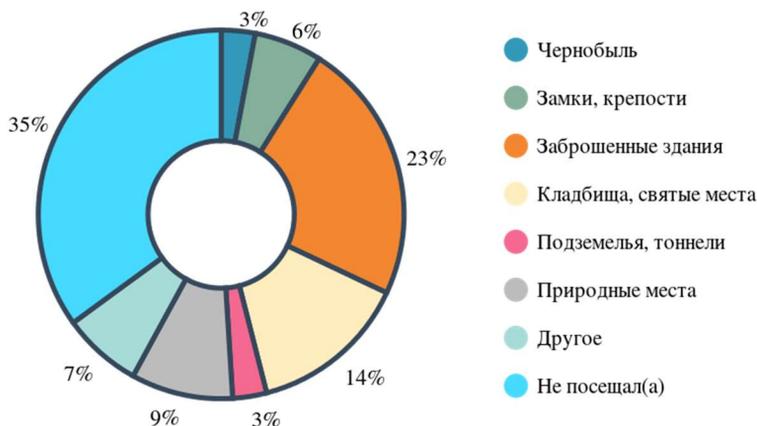


Рисунок 2. Перечислите мистические, темные, аномальные места, связанные с легендами, которые Вы уже посетили (в России или за рубежом).

Образы чумы и чумного доктора в наибольшей степени распространены в современном восприятии культуры Средневековья. Это подтверждает правильность выбора темы для тура Темного туризма. Ассоциации туристов с чумой и Черной смертью однозначно следует использовать при составлении тура «По следам Черной смерти» (рисунок 3). Другие ответы респондентов: хореомания, кресты на дверях, чумные столбы, зараженная вода.

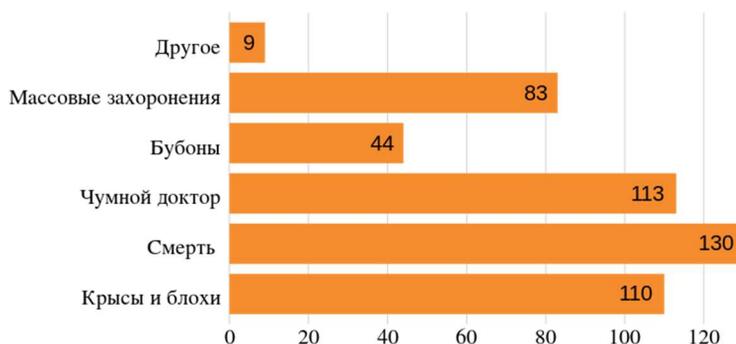


Рисунок 3. Что в первую очередь приходит на ум, когда Вы думаете об эпидемии чумы, Черной смерти, в Европе?

Большинство респондентов (76 %) имеют желание воспользоваться туром «По следам Черной смерти». При этом основной аудиторией будут являться студенты и специалисты с высшим образованием (или респонденты в возрасте от 18 до 30 лет, рисунок 4).

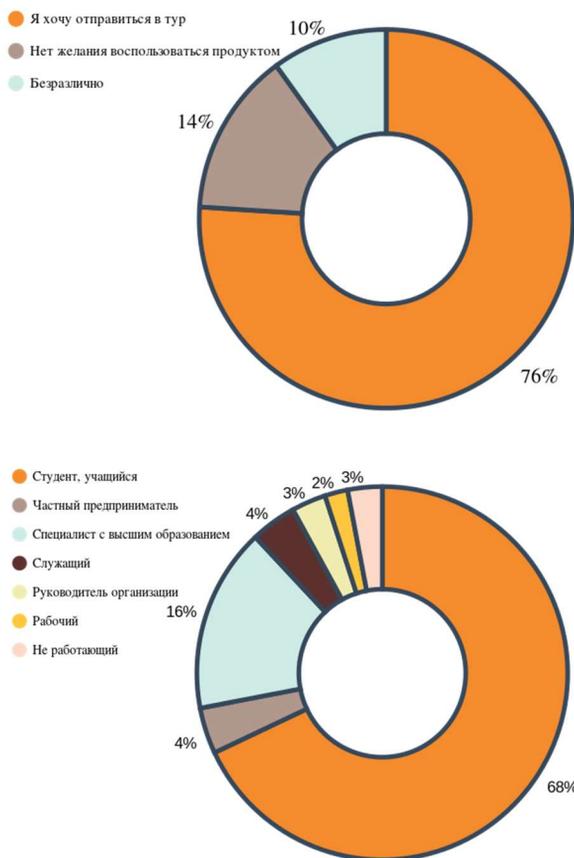


Рисунок 4. Если бы Вам предложили отправиться в тур «По следам Черной смерти», каково было бы Ваше решение?

Данные говорят нам о том, что практически в равной степени туристы хотели бы увидеть объекты, связанные со смертью, средневековой медициной и памятью и легендами. Полученную информацию следует использовать при составлении маршрута тура (рисунок 5).

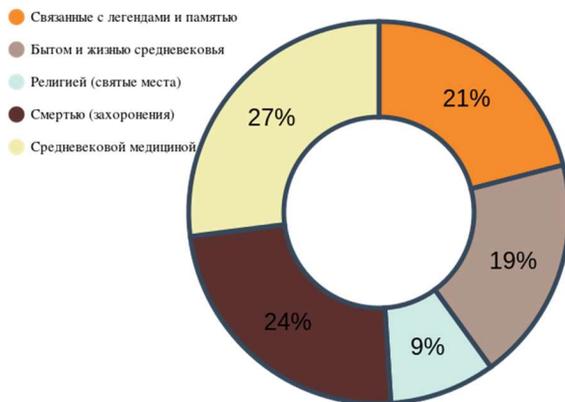


Рисунок 5. Какие объекты Вас привлекают в туре «По следам Черной смерти»?

Также мы можем сделать вывод, что респонденты в равной степени интересуются как основными (58 голосов), так и дополнительными достопримечательностями (59 голосов). В меньшей степени — только тематическими.

Выделены и структурированы наиболее привлекательные стороны тура и предложения респондентов для достижения высокого качества продукта при его формировании. По открытому вопросу «Что бы Вы хотели предложить, чтобы тур стал для Вас интересен?» были даны следующие ответы, которые помогут разнообразить продукт и сделать его уникальным:

- больше мистики, страшных мест;
- тематические костюмы для экскурсоводов/экскурсантов;
- сувениры на чумную тематику;
- тематические вечера, обряды, перформансы, интерактив;
- небольшие группы;
- информационная брошюра;
- факультативы, мастер-классы;
- гастрономия.

Исследование оценивается автором как удачное, поскольку результаты исследования подтвердили гипотезы, высказанные в программе опроса:

- тур «По следам Черной смерти» привлек большую часть всех опрашиваемых;
- у респондентов ранее имелся опыт посещения объектов темного туризма как в России, так и за рубежом;

- респонденты готовы заплатить за тур максимальную сумму в €1000 (рисунок 6);
- наиболее удобное время года для отпуска — лето.

Частично подтвердилась следующая гипотеза:

- участников опроса интересуют в большей степени достопримечательности, связанные со смертью и легендами и памятью, а не с бытом и жизнью Средневековья.

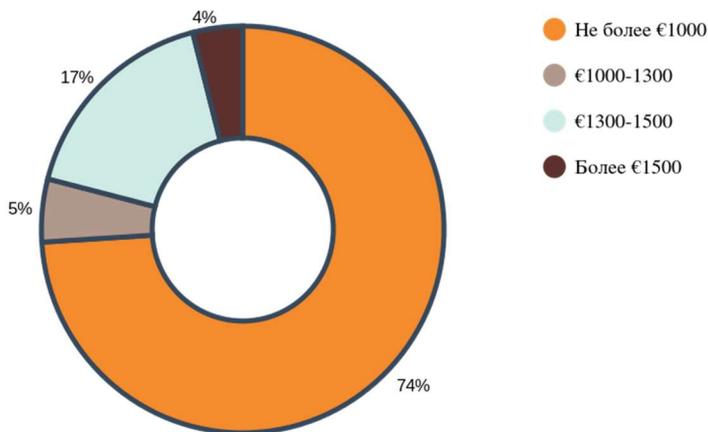


Рисунок 6. Какая стоимость тура «По следам Черной смерти» является для Вас приемлемой? (1 человек/2 недели)

Участники социальных групп были готовы ответить на вопросы анкеты и поделиться своим мнением. Особую ценность представляют сведения по улучшению качества, повышению интереса к туру «По следам Черной смерти», полученные от респондентов, которые в дальнейшем предполагается учитывать при разработке тура.

Таким образом, цель формирования уровня спроса на тур «По следам Черной смерти» была достигнута.

### Литература

1. Темный туризм [Электронный ресурс] // Музей мировой погребальной культуры: URL: <http://musei-smerti.ru/temnyiy-turizm/> (дата обращения: 12.01.2018)
2. *Deutsch D.* Tourists' motivations for engaging in Dark Tourism. Case study of Apartheid memorial n South Africa // Modul University. — Vienna, 2014.
3. *Foley M., Lenon J. J.* Dark tourism: Cenage Learning. — EMEA, 2000.
4. *Stone P.R.* A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. // Tourism: an international scientific-professional journal. 2006. Vol. 54, № 2.
5. *Yuill S. M.* Dark tourism: understanding visitor motivation at sites of death and disaster. // MS Texas A&M University. — Texas, 2003.

## ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ: КЛАССИФИКАЦИЯ ОБЪЕКТОВ И ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ

Целью статьи является анализ Свердловской области как перспективного региона для развития индустриального туризма. Автор рассматривает внешние и внутренние предпосылки развития индустриального туризма в Российской Федерации и создание Совета по промышленному туризму, обращается к проблемам терминологии данной темы, а также предлагает свой вариант классификации видов и объектов индустриального туризма. Также автор дает оценку Свердловской области как старопромышленного региона, перечисляет, описывает и дает характеристику наиболее значимых объектов индустриального туризма на основе выработанной классификации. В результате автором дается прогноз перспектив развития индустриального туризма на территории Свердловской области.

*Ключевые слова:* индустриальный туризм, Урал, Свердловская область, промышленный объект, индустриальное наследие, производственные экскурсии.

D. A. Shershov

## INDUSTRIAL TOURISM IN THE SVERDLOVSK REGION: CLASSIFICATION OF OBJECTIVES AND DEVELOPMENT POTENTIAL

The aim of the article is to analyze the Sverdlovsk region as a promising region for the development of industrial tourism. The author examines the external and internal prerequisites for the development of industrial tourism in the Russian Federation and the creation of a Council for Industrial Tourism, response to the problems of the terminology of this topic, and also offers its own version of the classification of species and objects of industrial tourism. The author also assesses the Sverdlovsk region as an old industrial region, lists, describes and gives a specification of the most significant objects of industrial tourism on the basis of the developed classification. As a result, the author gives a forecast of the prospects for the development of industrial tourism in the Sverdlovsk region.

*Key words:* industrial tourism, Ural, Sverdlovsk region, industrial facility, industrial heritage, productive excursions.

В рамках Международной туристской выставки «EXPOTRAVEL-2017» произошло событие, важное для определения вектора развития туризма в стране в целом и отдельных регионах в частности. 6 октября 2017 г. состоялась учредительная конференция Совета по развитию промышленного туризма. Членами Совета стали члены Правительства Свердловской, Челябинской, Курганской, Владимирской и Калининградской областей, республик Башкортостан и Алтай, Пермского и Краснодарского края, ХМАО и ЯНАО, а также президенты и директора крупных промышленных предприятий и холдингов Российской Федерации [15].