

УДК 721

Покка Екатерина Владимировна

кандидат архитектуры, доцент

E-mail: ekaterina-p-83@mail.ru

Казанский государственный архитектурно-строительный университет

Адрес организации: 420043, Россия, г. Казань, ул. Зеленая, д. 1

Гафиятуллина Алия Фанисовна

архитектор

E-mail: guffi_a@mail.ru

ООО «Роста Групп»

Адрес организации: 420140, Россия, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, д. 90А

Современные тенденции формирования центров туризма в контексте развития туристских центров

Аннотация

Постановка задачи. Цель исследования – выявление основных характеристик центров туризма во взаимосвязи с туристскими центрами и определение основных факторов их формирования.

Результаты. В статье на основе приведенной классификации городов-туристских центров, которая была разработана экспертами UNWTO (Всемирная Туристская Организация Объединённых Наций), приведены примеры этих городов, а также приведены и изучены объекты обслуживания, которые в исследовании называются центрами туризма.

На основе изученных примеров выявлены две группы факторов их формирования, которые являются основополагающими при формообразовании центров туризма и играют важную роль в создании их уникальности. Это формообразующие факторы градостроительного и архитектурного характера.

Выводы. Значимость полученных результатов для архитектуры состоит в создании концепции современного многофункционального туристского комплекса, включающего туристский центр, как местность, притягивающую туристов, и центр туризма, как комплекс туристско-рекреационного обслуживания.

Ключевые слова: туристский центр, центр туризма, классификация, туристский комплекс.

Введение

Цель статьи состоит в исследовании существующих типологий и классификаций городов-туристских центров, в установлении факторов, влияющих на формирование центров туризма на территории городов-туристских центров. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- выявить зависимость туристического потенциала городов-туристских центров от численности населения;
- изучить существующую классификацию городов-туристских центров, разработанную экспертами UNWTO (Всемирная Туристская Организация Объединённых Наций), изучить их подтипы;
- изучить формирование центров туризма в зависимости от туристских центров;
- выявить факторы формирования центров туризма.

Для проведения исследования следует различать термины «туристский центр», «центр туризма» и «туристский комплекс».

Доктор педагогических наук И.В. Зорин, работающий в сфере профессионального туристского образования, предлагает следующую расшифровку терминов [1]:

- туристский центр – это местность, притягивающая туристов в силу наличия особенных рекреационных ресурсов, удобства транспортно-географического положения, и доступной для туриста информации о нем;

- центр туризма – это город, место или объект обслуживания, где создан комплекс туристско-рекреационного обслуживания на базе рекреационных ресурсов;

- туристский комплекс – представляет собой градостроительное образование различного функционального профиля, состоящие из туристских учреждений, объединенных общим архитектурно-планировочным решением, общей пространственной композицией, организацией обслуживания. Под туристским комплексом также понимают совокупность разных по функциям туристских учреждений вместимостью более 1000 мест, объединенных одной функциональной программой (лечение, оздоровление, отдых, деловые встречи и мероприятия и т. д.) [2].

Города, в которых размещаются туристские центры, классифицируются по численности населения на две группы:

1. Малые и средние города – в этих городах туристская индустрия выполняет градообразующую функцию. Развитие городов с туристской специализацией напрямую зависит от условий на туристском рынке, они нацелены на определенный тип потребителя [3].

По типам потребители подразделяются на следующие категории:

- экономные потребители – клиенты туристского продукта, которых различает высочайшая эмоциональность к стоимости, качеству и ассортименту предложений;

- персонифицированные потребители – клиенты туристского продукта, для которых важны вид туристского продукта и качество услуг туризма, в то время как цена тура или услуги не служит решающим фактором;

- этичные потребители – покупатели туристского продукта, склонные платить низкие цены за туры с широким ассортиментом услуг, туризма;

- апатичные потребители – покупатели туристского продукта, для которых важно качество услуг туризма, а цена на них не играет роли.

2. Крупные города и мегаполисы – в этих городах туристская индустрия не выполняет градообразующую функцию. Такие города зависят от множества других факторов: актуальность географического положения, индустрии и субурбанизации, транспортной структуры, экономики и т.д.

За основную классификацию городов, в которых размещаются туристские центры, взята существующая система разработанная экспертами UNWTO (Всемирная Туристская Организация Объединённых Наций). Классификация туристских городов составлялась в зависимости от туристской специализации:

- центры культурно-познавательного туризма;

- центры событийного туризма;

- курорты и центры лечебного туризма;

- центры паломничества;

- центры международного туризма.

Города-центры культурно-познавательного туризма

Города-центры культурно-познавательного туризма специализируются на приеме туристов, которые путешествуют с целью получения новых знаний и знакомства с культурными ценностями. Туристов интересуют в городах не только архитектурные сооружения, сохранившиеся объекты культурного наследия, музеи, театры, но и дух самого города, общение с жителями и интеграция современной архитектуры городской среды с исторической средой города [4].

Для развития любого туристского города потенциально важно сохранение культурно-исторического ресурса, поскольку именно таким образом возникает неповторимый образ туристского центра, который может удовлетворить туриста в потребности получения новых знаний и обогащения культурными ценностями.

В данном типе можно выделить отдельную подгруппу городов культурно-познавательного туризма:

- малые города, располагающие историко-культурным наследием;

- малые города, располагающие историко-культурным наследием и произведениями искусства;

- крупные города, располагающие историко-культурным наследием и произведениями искусства;
- крупные города, располагающие историко-культурным наследием, произведениями искусства и современными памятниками культуры;
- мегаполисы, располагающие историко-культурным наследием и произведениями искусства.

Важно понимать, что историко-культурное наследие это «уникальные и эталонные природные и культурно-исторические комплексы, отдельные объекты материальной и духовной культуры, объекты живой и неживой природы, произведения искусства, традиционные формы хозяйства, социокультурной жизни и природопользования, применяемые технологии» [5]. Под термином «произведение искусства» стоит понимать объекты, обладающие эстетической ценностью, материальный продукт художественного творчества (искусства), сознательной деятельности человека. Культурно-познавательный туризм также имеет свои ресурсы, которые подразделяются на предметные ресурсы и непредметные.

К предметным ресурсам относятся многочисленные разновидности памятников истории и культуры (памятники археологии, архитектуры и градостроительства, монументального искусства), музеи, музеи-заповедники, музеи-усадьбы. Уместно подчеркнуть, что именно историко-культурные объекты преимущественно представляют Российскую Федерацию в Списке мирового природного и культурного наследия ЮНЕСКО. К непредметным ресурсам относятся обычаи, традиции, обряды, фольклор, устное народное творчество. Данные формы непредметного культурного наследия чаще используются в деятельности музеев и музеев-заповедников [6].

Так, например, Греция, с ее памятниками культуры и архитектурными ансамблями, является примером центра культурно-познавательного туризма как наследница культуры Древней Греции, которая считается колыбелью западной цивилизации. Древняя Греция вызывает большой интерес у туристов, потому что это уникальная возможность мысленно перенестись в античную эпоху, пройтись по местам, где располагались священные храмы, происходили удивительные исторические события, записанные в летописях [7].

Италия – страна, которая представляет собой пример одного из самых востребованных направлений в туризме, специализируясь на культурно-познавательном туризме. Это неудивительно, поскольку Италия представляет собой своеобразный музей под открытым небом. Здесь зарегистрировано более 49 объектов, внесенных в перечень мирового культурного наследия ЮНЕСКО [8].

Культура Востока также представляет интерес для изучения. Имея в своей основе совсем иные устои, взгляды, обычаи и традиции, нежели культура Запада, она требует чрезвычайно тонкого подхода к ее постижению. Многовековая культура Востока складывалась под влиянием социальных, политических, исторических, географических, климатических и многих других факторов на протяжении различных эпох своего существования.

Одним из городов-центров культурно-познавательного туризма Восточной Азии можно считать город Сеул в Южной Корее. Население Сеула составляет более десяти миллионов человек. Туризм в Южной Корее имеет достаточно длительную историю своего развития. Культурно-познавательный туризм в Корее, будучи одной из форм культурной деятельности, включает в себя путешествия с целью исследования культуры, участие в культурных фестивалях и других культурных событиях, посещение старинных памятников [9].

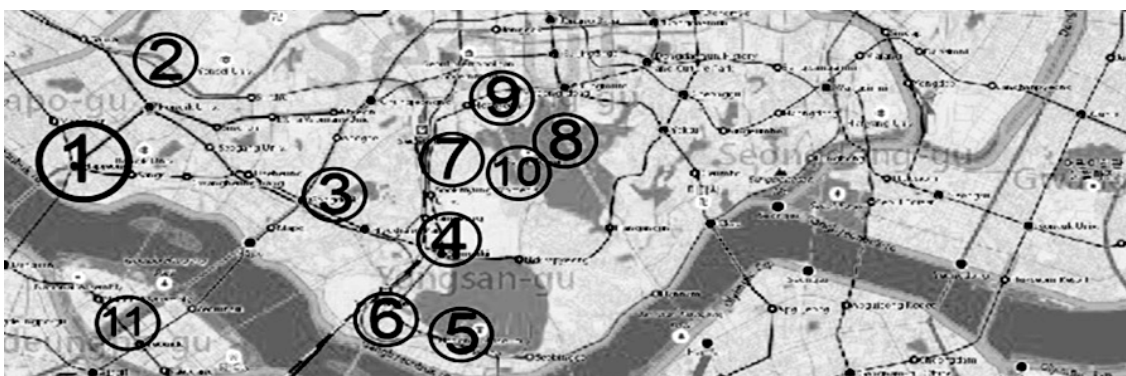
Большинство памятников истории и культуры Сеула располагается в центральной части города, поэтому для туриста важен целесообразный выбор места для временного проживания вблизи этих объектов. Таким жильем, которое удовлетворит все потребности туриста, являются комплексы, в которых главное – это месторасположение сооружения, развитая функциональная программа, имеющая систему закрытых и открытых общественных пространств, комфортное жилье. Локально такие комплексы могут размещаться как на периферии города, так и в сложившейся городской застройке. Однако, интегрированные в окружающую среду города, имеющие тесные коммуникационные связи с транспортом, комплексы остаются в приоритете выбора временного жилья для туриста, так как это облегчает доступ к памятникам истории и культуры.

Примером одного из таких комплексов является Многофункциональный комплекс «Mesenatpolis», творение архитекторов бюро Jerde Partnership. Комплекс расположен в

центре Сеула в развивающемся районе Хапчонга. Этот район связан с центром города посредством железнодорожных путей.

С помощью поезда или метро с легкостью можно добраться до таких достопримечательностей, как Национальный музей Кореи, Военный мемориал Республики Корея, Сеульская башня (смотровая башня), Кванхвамун (исторический памятник), Генбокгун (дворец).

Проект многофункционального комплекса включает в себя три высотных башни, в которых размещается элитный отель, и одну высотную башню с офисами. Все четыре башни связаны между собой пластичным стилобатом, пространство которого включает в себя галереи, атриумы, светопроницаемые фонари, стеклянные мосты на уровне второго и третьего этажей. В основу пространственной организации стилобата легла идея «единения с природой», которая воплощена архитекторами использованием плавных природных форм, включением в пространство сети водных каналов, представляющая собой идею непрерывного движения и взаимосвязи в природе, а также созданием парковых зон на разных террасах. Зеленые парки расположены на террасах первого, второго и третьего уровней. Центральной площадью многофункционального комплекса является атриум, по периметру которого находятся торговые галереи (рис. 1).



Расположение Многофункционального комплекса «Mecenatepolis» и главных памятников истории и культуры (иллюстрация авторов): 1 – Многофункциональный комплекс «Mecenatepolis»; 2 – Сеодэмун Музей естествознания; 3 – Музей Ким Ку; 4 – Военно-исторический музей Кореи; 5 – Национальный музей Кореи; 6 – Национальный Хангельский Музей; 7 – Народный Музей Глобал Вилладж; 8 – Национальный театр Кореи; 9 – Художественный Музей Текстиля и Стеганого одеяла; 10 – Намсанская деревня-музей традиционного корейского жилища ханок; 11 – парк Yeouido Hangang

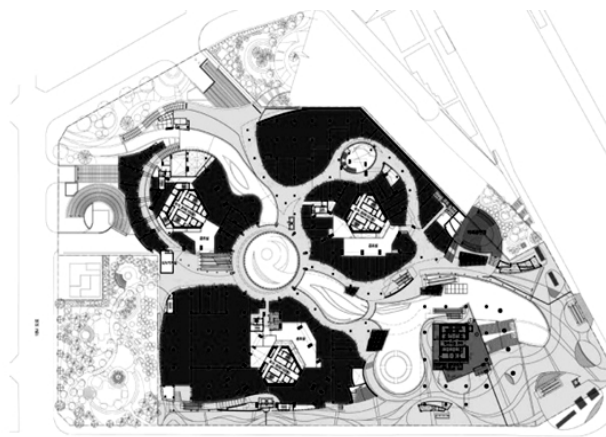


Рис. 1. Многофункциональный комплекс Mecenatepolis
(источник: <https://archi.ru/projects/world/7912/mnogofunkcionalnyi-kompleks-mecenatepolis>)

Главной целью архитекторов в проекте было создание общественного пространства под открытым небом – парка, который соединял бы в себе рестораны и многоцелевые залы для привлечения горожан и туристов.

Задача включения парка в архитектурно-планировочное решение многофункционального комплекса была поставлена архитекторами бюро Jerde Partnership после того, как они заметили, что в данном регионе многомиллионного мегаполиса парки являются большой редкостью. При этом архитекторы ставили перед собой задачу не просто предоставить людям пространство, где можно прогуляться, посидеть, отдохнуть от городской суматохи, а воссоздать парково-пешеходную зону максимально приближенную к истинной традиционной культуре Сеула.

Города-центры событийного туризма

Направление туризма с целью посещения каких-либо определенных мероприятий и участия в них называется событийным туризмом. Такие мероприятия в странах и городах могут быть направлены на исторические, культурные и спортивные события [10]. Ведущей целью организации определенного рода события считается привлечение наибольшего числа туристов (особенно в непииковые сезоны), чтобы они работали катализатором обновления городов, увеличивали транспортную и туристическую инфраструктуру, формируя их положительный имидж.

По типу событийного туризма существуют классификации:

- по масштабу мероприятий: мероприятия регионального уровня, мероприятия национального масштаба, мероприятия международного масштаба;
- по функциональной направленности события: конгрессы, фестивали, спорт, выставки, развлечения [11].

Деловой, или научный туризм, где основными событиями являются конгрессы различных уровней и масштабов – это поездки для участия во всевозможных съездах, общих собраниях, каких-либо дипломатических миссиях, научных симпозиумах, конференциях, производственных семинарах и совещаниях, выставках-продажах достижений науки и техники. Деловой туризм, входящий в структуру событийного туризма, и представляющий собой отрасль с высочайшим финансовым потенциалом, которая стимулирует приток зарубежных денежных единиц и инициирует становление смежных разделов экономики (транспорт, связь, строительство, сельское хозяйство, торговлю, производство продуктов этнического потребления и др.) не является феноменом современности [12]. Так, например, Великий Шелковый путь, который связывал торговыми отношениями Европу с Дальним Востоком, имеет возраст более трех тысяч лет. Торговля между Востоком и Западом способствовала также и распространению религиозных идей.

Ключевой целью фестивального туризма служит посещение туристом определенного события культурного характера, или непосредственное участие в происходящем мероприятии, поскольку ресурсом для привлечения туристов может стать социальное действие. Фестивальный туризм – один из видов событийного туризма, позволяющий туристам становиться живыми свидетелями и участниками величайших событий в мире культуры и искусства. Фундаментальные исследования фестивального туризма были проделаны доктором философии Дональдом Гетц в 2011 году. В его исследованиях были определены «классические темы, касающиеся фестивалей: миф, ритуал и символика; церемония и празднование; зрелище; карнавал». По его мнению, существенная роль фестиваля в туризме заключается в привлечении туристов в регион, в содействии региональному маркетингу и в возрождении туристских центров [13].

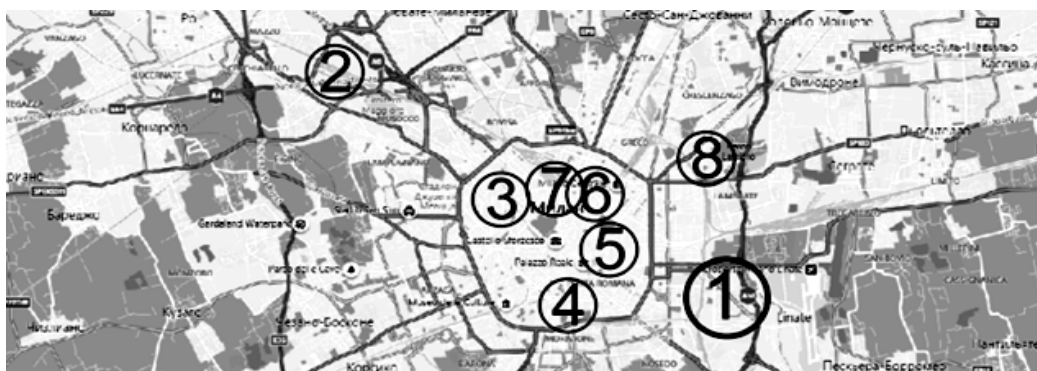
Спортивный туризм представляет собой один из самых быстрорастущих форм событийного туризма в мире. Исследования показали, что вклад спорта в валовой внутренний продукт (ВВП) промышленно развитых стран составляет 1-2 %, в то время как вклад туризма составляет 4-6 % (ВТО, 2001) [14]. Спортивный туризм включает в себя как пассивное участие в спортивных мероприятиях, так и активный спортивный отдых, например, подводное плавание, езду на велосипеде, гольф. Спортивный туризм также включает в себя соединение функций спорта и путешествия, при этом спорт остается доминирующей деятельностью и причиной для путешествия [15].

В цели подобного рода туризма входит отдых от загрязненных городов, в первую очередь от атмосферных и шумовых нагрузок, а также желание вырваться из городского образа жизни, олицетворением которого является стресс и гиподинамия [16].

Международные выставки – это показ и презентация продуктов зарубежным специалистам и инвесторам, покупателям и широкой общественности с целью ознакомления с современными достижениями в соответствующих секторах экономики и результатами научного прогресса. По масштабам выставки подразделяются на районные, региональные, национальные, международные и всемирные. Также выставки подразделяют на временные тематические, сезонные, ежегодные [17].

Под инфраструктурным объектом, имеющим отношение к сфере развлекательного туризма, стоит воспринимать самостоятельно функционирующий объект. Современные увеселительные центры редко останавливаются на одном направлении, и, как правило, в базе их предложений лежат продукты, имеющие ряд сопутствующих предложений: регистрацию, размещение, розничную торговлю, и многое другое [18].

Ярким примером города-центра событийного туризма, который специализируется на проведении международных выставок, служит город северной части Италии – Милан. Население самого города составляет более трех миллионов человек. Милан – деловой центр Италии, мировая столица моды, конгломерат выставок и конгрессов мирового уровня. Так в 2015 году в городе прошла всемирная выставка «Экспо-2015», которую в течение пары месяцев посетили более 20 млн зрителей. Ежегодно в городе проходит еще одно событие мирового масштаба – Неделя Высокой Моды в Милане. «Milan Fashion Week» собирает более двух тысяч журналистов, освещающих мероприятие, и около двадцати тысяч гостей, не желающих пропустить столь значимое событие в мире моды.



Расположение «M89» и главных памятников истории и культуры (иллюстрация авторов): 1 – Отель «M89»; 2 – Экспо Milano 2015; 3 – Milan Fashion Week (ул. Гаттамелата); 4 – Базилика Сан-Лоренцо-Маджоре; 5 – Миланский собор; 6 – Музей Польди-Пеццолли; 7 – Галерея Италии; 8 – Галерея современного искусства

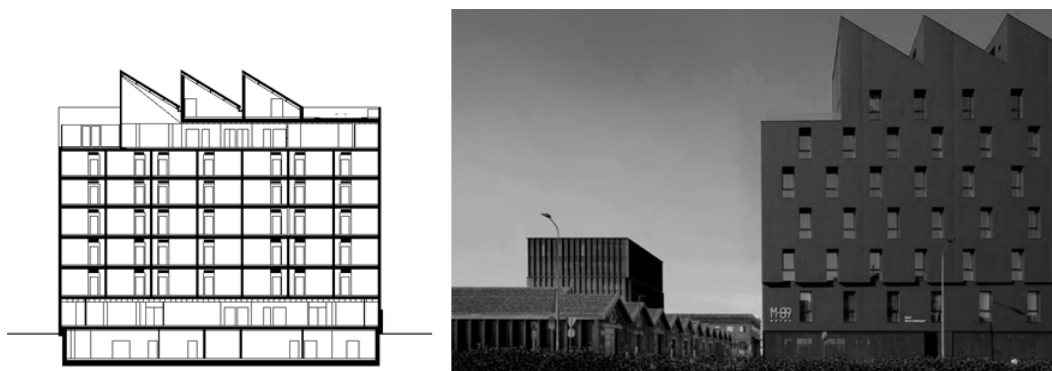


Рис. 2. Отель «M89»

(источник: https://www.archdaily.com/876020/m89-hotel-piuarch?ad_medium=gallery)

Мода с архитектурой связана больше, чем с другими видами искусств. Логично, что эти области достаточно гармонично дополняют друг друга. Поэтому для туриста, путешествующего с целью посещения такого фестиваля, как «Milan Fashion Week», первоочередной целью является возможность прочувствовать атмосферу мировой столицы моды, почувствовать характер города.

Особый интерес для временного проживания туристов вызывают отели, связанные с историей моды. Одним из таких отелей является отель «M89» архитектурного бюро Piuarch (рис. 2).

Отель находится рядом со старым заводом, который сейчас реконструирован и превращен в новые офисы модного бренда «Gucci», поэтому снаружи отель напоминает очертания заводских цехов. Здание отеля запроектировано во взаимосвязи с реконструированными объемами цехов, усиливая тем самым сложившийся лофтовый облик архитектурной среды. Получив глубокие знания об особенностях района, городской ткани и архитектурной идентичности, архитектурное бюро Piuarch успешно разработало объем отеля, выполнив его в темных тонах. Металлическая решетка и остекление первого этажа находятся на той же высоте, на которой фиксируется первый этаж бывшего промышленного здания, как продолжение его фасада.

На крыше отеля находится панорамный ресторан, открытый для всех посетителей. Внутреннее решение пространства отеля имеет тот же минималистский характер, что и его внешний объем: деловой характер подчеркивается обтекаемыми формами дизайна, цветовыми контрастами, сочетанием современной мебели и культовых предметов 1950-х годов.

Такие виды искусства, как мода и архитектура, постоянно взаимодействуют друг с другом, взаимно интегрируя свои самые лучшие достижения и находки. Архитектура – вид деятельности человека, который находится в тесной взаимосвязи со многими сферами человеческой деятельности, такими, как социология, политика, экономика, наука и культура, и многими другими. Устремления в архитектуре всякий раз модифицируются параллельно с развитием стилевых направлений в искусстве и в моде конкретной исторической эпохи, переживая совместно с ним все этапы эволюции. Образное решение здания находится в прямой зависимости от передовых веяний в моде. Совместно прогрессивная мода и зодчество формируют единые подходы, принципы.

Города-курорты и центры лечебного туризма

Лечебно-оздоровительный туризм считается глубоко известным направлением в туризме, имеющим собственные истоки ещё в античной Греции, родоначальнице Олимпийских игр, где особо пристальное внимание уделялось красоте и гармонии человеческого тела [19].

Медицинский туризм – это практика поездок в другую страну с целью получения медицинской помощи, включая плановые операции, лечение зубов, репродуктивное лечение, пересадку органов и медицинские осмотры [20].

Сейчас лечебный туризм охватывает буквально все государства и предлагает любые формы исцеления, базирующиеся большей частью на климатических критериях территории, а еще на бальнеологических способностях (минеральные воды, целительные источники) оздоровительных курортов. На сегодняшний день существует тенденция путешествий за границу с целью диагностики или лечения в такие страны как Корея, Турция, Норвегия, Израиль, Германия, Индия, Таиланд.

Эксперты UNWTO выделяют три ключевые формы лечебно-оздоровительного туризма:

1) лечение, или же медицинский туризм (поездки в конкретные клиники или же поездки к специалистам для получения специализированного лечения, которое недоступно на территории проживания туриста);

2) оздоровление (fitness & wellness или же spa & wellness; поездки на специальные объекты, такие как грязевые, или водолечебницы, клиники по снижению веса, косметологические клиники, санатории по поддержанию физической формы и красоты);

3) реабилитация и восстановление [21].

Число туристов, выезжающих за рубеж с целью лечебного туризма, существенно растет из года в год. Основные направления – Израиль, Германия и Швейцария.

Израильская медицина – мировой лидер в таких областях как деторождение, онкология, офтальмология, ортопедия, кардиология, гериатрия и др. В Израиле более двух десятков медицинских центров. В медицинском туризме Израиля основным направлением считается оздоровительное – это пребывание на различных курортах, которые организованы при ведущих медицинских центрах.

Тель-Авивский медицинский центр Сураски (Ихилон) – это ведущее многопрофильное медицинское учреждение Израиля, являющееся одним из общепризнанных лидеров в области медицинского туризма (рис.3). Медицинский центр расположен в двадцати минутах езды от главного международного аэропорта Израиля, а также в двадцати минутах ходьбы от Средиземноморского побережья, окружен парками и современными гостиницами.

Медицинский центр Сураски (Ихилон) состоит из пяти основных зданий: больница общего профиля «Ихилон»; реабилитационный центр; детская больница «Дана-Дуэк»; корпус кардиологии «Сами Офер»; центр женского здоровья и роддом «Лис». Исторические здания центра расположены вдоль улицы Вейцмана и составляют главный фасад больницы. Центр кардиологии «Сами Офер» расположен в стратегическом месте на пересечении улицы Вейцмана и бульвара короля Давида, которые вместе соединяют больницу с площадью Рабина.

Здание «Сами Офер» было спроектировано как простой белый монолитный куб, построенный рядом с историческим зданием больницы Ихилова, спроектированным в 1960-х годах Арией Шарон. Исторически, визитной карточкой старой больницы был белый цвет, который так же символизировал архитектурный стиль «белого города» Тель-Авива. Эта особенность отразилась и в новом здании медицинского учреждения.



Расположение «Sami Ofer» и главных памятников истории и культуры (иллюстрация авторов): 1 – Медицинский центр Сураски (Ихилон); 2 – Тель-Авивский музей изобразительных искусств; 3 – Дом-Пагода; 4 – пляж Буграшов; 5 – Парк Независимости; 6 – Медицинский центр Assuta Shalom; 7 – Медицинский центр Маккаби Ха-Шалом; 8 – Reut Medical Center; 9 – Клиники Ассута



Рис. 3. Здание Sami Ofer, Израиль, г. Тель-Авив

(источник: https://www.archdaily.com/192611/sami-ofer-heart-sharon-architects?ad_medium=gallery)

Белизна фасадов куба разбавлена вставками больших красных застекленных проемов, которые подчеркивают основные общественные помещения больницы, визуально выделяя при этом центральный вход в здание (рис. 3).

Идея архитекторов состояла в том, чтобы возродить значимость старого здания больницы Ихилова, спроектировав общественный атриум, который соединяет новый кардиологический центр со старым зданием. Красные мосты-пандусы центрального атриума, словно артерии, соединяют историческое и новое здание больницы. В новый корпус медицинского центра добавили кафе, торговые площади, небольшой театр для пациентов. Новое здание «Сами Офер» революционный прорыв в архитектурном проектировании медицинских учреждений, поскольку в его архитектурно-планировочном решении в центр внимания ставится пациент и медицинский персонал.

Города-центры паломничества

Ключевой функцией для облика данного типа городов является знакомство с историей святых мест, жизнью непорочных, церковным искусством.

Специалисты выделяют следующие разновидности религиозного туризма [22]: паломнический туризм, религиозный туризм экскурсионной направленности, научный туризм религиозной тематики (с религиозно-научными целями). По особенностям организации поездок религиозный туризм имеет возможность быть как организованным, так и неорганизованным.

Современный контингент паломников очень разнообразен и, безусловно, может иметь тенденцию к увеличению, представляя не столько собственно паломничество, как путешествие к религиозным святыням с целью поклонения, сопровождающееся намеренными ограничениями и аскетическими практиками, сколько так называемый «религиозный туризм», характеризующийся как путешествие по территориям и местностям, имеющим культовое значение. «Религиозный туризм», как правило, сопровождается комфортом для самого путешествующего [23].

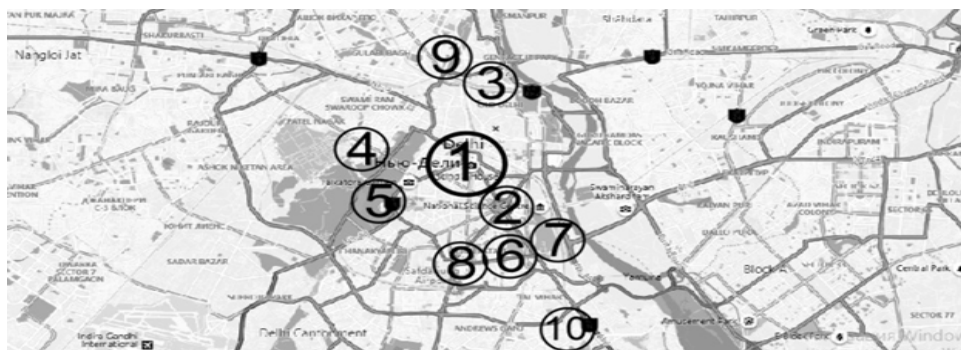
Туристы отправляются в поездки по святым местам с разными мотивами: помолиться, решить личные проблемы, найти себе подходящую религию, духовную школу и систему ценностей, ознакомиться с культурно-идеологическим наследием страны [24].

Основные центры и регионы паломнического туризма: Лумбини (Рупандехи, Непал); Ватикан (в окружении Рима, Италия); Мекка (Мекка, Саудовская Аравия); Бадринатх (Уттаракханд, Индия); Хармандир-Сахиб (Амритсар, Индия); Стена Плача (Иерусалим, Израиль); Храм Баба (Хайфа, Израиль); Палитана (Гуджарат, Индия); Шри-Пада (Шри-Ланка).

Особенным вниманием в привлечении паломников и религиозных туристов считаются центры религий, святые места. Посещение таких мест часто обусловлено проведением всевозможных праздников, культовых актов, фестивалей, проходящих в конкретное время года. Ярким примером города – центра событийного туризма может служить город Нью-Дели в Индии. Сам город расположен в центральной части страны на западном берегу реки Ямуна. Дели занимает площадь в 1484 км², и имеет численность населения более шестнадцати миллионов человек.

В Нью-Дели, как и в других городах Индии, исторически уживаются представители многочисленных религий и конфессий – индуисты, мусульмане, сикхи, буддисты, христиане и др. Индия может похвастаться богатыми строительными традициями, которые складывались веками в ответ на ее климат, культуру и ресурсы [25]. Отсюда и разнообразие древних религиозных памятников, храмов, святилищ, мечетей.

Для паломнического туризма и ознакомления с культурой города подходят отели, которые обладают способностью воссоздания атмосферы ушедшей эпохи, и могут погрузить туриста в атмосферу прошлого. Одним из таких примеров является многофункциональный отель «**The Imperial**» архитектора Р. Бломфилда, построенный в 1931 году. Роскошный отель в Индии расположен в Джанпате, недалеко от Коннот-Плейс в Нью-Дели, в непосредственной близости от основных туристических достопримечательностей Дели (рис. 4).



Расположение «The Imperial» и главных памятников истории и культуры (иллюстрация авторов): 1 – Многофункциональный отель «The Imperial»; 2 – Ворота Индии; 3 – Делийская соборная мечеть; 4 – Храм Шри Лакшми Нараяна; 5 – Катедрал Черч оф Редемпшен; 6 – мавзолей Хазрат Низамуддин Аулия Дарга; 7 – Мавзолей могольского падишаха Хумаюна; 8 – Индуистский храм Sai Baba Mandir; 9 – Сикхский храм Гурудвара Сис Гандж Сахиб джи; 10 – Дом поклонения бахаи Лотус Темпл



Рис. 4. Многофункциональный отель «The Imperial», Индия, г. Нью-Дели
(источник: <http://www.historichotelsthenandnow.com/imperialdelhi.html>)

За свою многолетнюю историю отель был свидетелем многих исторических событий в стране, а после реконструкции отель приобрел величие ушедших времен. Белоснежное здание, разделенное на четыре крыла, окружено живописным парком. Вдоль центрального входа возвышаются королевские пальмы. Архитектурный стиль представляет собой сочетание викторианского стиля и стиля ар-деко, что подчеркивает колониальную атмосферу отеля. Сейчас здание отеля содержит самую огромную коллекцию колониального и постколониального искусства и реликвий в Дели, а еще музей и художественную галерею.

В отеле размещен открытый плавательный бассейн, оздоровительный клуб, серия ресторанов. Отель Imperial находится в десяти минутах езды от железнодорожного вокзала Нью-Дели, в 8 км от железнодорожного вокзала Низамуддин, и в двадцати пяти минутах езды от международного аэропорта им. Индиры Ганди. Поездка до исторической площади Чандни-Чоук займет десять минут. Менее чем в 8 км расположены Ворота Индии, Президентский дворец, обсерватория Джантар-Мантар и другие достопримечательности.

Города-центры международного туризма

Города, прошедшие долгий эволюционный путь в своем развитии, сосредотачивают важную долю культурного наследия человечества, имеющего мировое значение, что повышает их привлекательность для развития массового международного туризма.

Туризм, как сфера услуг, играет важную роль в развитии таких городов. Значимость туризма в последние годы значительно расширяется, и это дает преимущества в развитии курортной деятельности, общественных пространств, сфере обслуживания. Эти сферы привлекают иностранные вложения, и генерируют доход, который затем распределяется по всей стране [26].

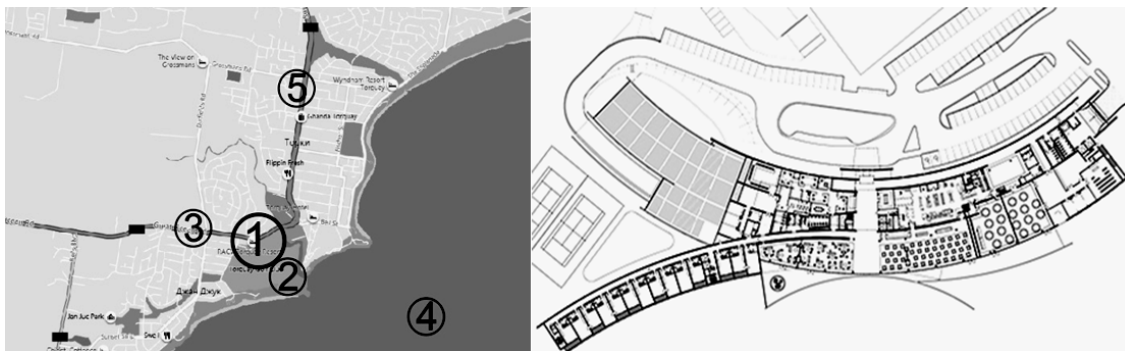
База Euromonitor International опубликовала рейтинг лучших направлений для путешествий, охватывающий 100 городов мира по количеству прибывающих

международных туристов. В первой десятке шесть городов расположены в Азии, что свидетельствует о важности региона для международных поездок. В целом, 32 из 100 лучших городов мира находятся в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Это на 12 больше, чем в Западной Европе [27].

Австралия считается самым необычным материком на планете в плане природы и животного мира. Данная страна считается благоприятным для международного туризма.

Наиболее популярные туристские маршруты на континенте: «Золотая Миля» Мельбурна (пешеходная обзорная экскурсия), Великая Океанская дорога, Двенадцать Апостолов (группа известняковых скал в океане возле побережья), Парад Пингвинов на острове Филлипа (действие), Музей Золота и Соверен Хилл в Балларате (бывшее крупнейшее месторождение золота в Австралии), Национальный Парк в горах Данденонг.

Великая Океанская дорога (В100) является одним из самых известных туристических маршрутов Австралии. Изгибаясь вдоль береговой линии на протяжении более 200 км, этот маршрут ведет к нетронутым тропическим лесам, красивым национальным паркам, известняковым образованиям, таким, как Двенадцать Апостолов, и прибрежным курортным городам.



Расположение центра Королевского автомобильного клуба Виктории (RACV), г. Мельбурн (иллюстрация авторов): 1 – Королевский автомобильный клуб Виктория; 2 – Torquay Golf Club; 3 – Большая Океанская дорога; 4 – Бассов пролив; 5 – Австралийский национальный музей серфинга



Рис. 5. Центр Королевского автомобильного клуба Виктории (RACV):
(источник: <https://www.archdaily.com/771601/royal-automobile-club-of-victoria-wood-marsh>)

Центр Королевского автомобильного клуба Виктории (RACV), запроектированный архитектурной фирмой Wood Marsh, находится на въезде на Великую океанскую дорогу, недалеко от второго по величине города Австралии Мельбурне, численность населения которого вместе с пригородами составляет более четырех миллионов человек (рис. 5).

Центр Королевского автомобильного клуба Виктории – это первый 5-звездочный курортный комплекс в регионе. Перед архитекторами стояла задача создания проекта

такого комплекса, чтобы его дизайн был одновременно ультрасовременным и удобным, чтобы удовлетворить ожидания существующих членов, и удивить и соблазнить корпоративные группы международных туристов и частные компании.

В комплексе предусмотрены панорамные виды на пляжи Торки и Яна Жука, вид на существующее поле для гольфа, вид на природу. В основе его формы преобладает широкая пятиуровневая арка: дуга, в которой размещены 92 номера, расположенные над дугой с общественными помещениями, противоположной по форме. Общественные помещения нижней дуги включают рестораны, конференц-залы, крытый бассейн, тренажерный зал, дневной spa-центр и новый клуб для гольфа.

Интерьер здания четко разграничен на общественное и частное пространство. Жилые помещения доступны через изогнутые коридоры, освещенные глубокими цветными стеклянными окнами, выходящими на северо-запад. Просторные гостиничные номера выходят на море, сохраняя индивидуальную приватность, благодаря попеременно углубленным балконам. Во внешней отделке использованы местные природные материалы. Проект оказался успешным для экономического развития региона.

Заключение

В исследовании выявлено, что развитие крупных городов и мегаполисов, где туристская индустрия не выполняет градообразующую функцию, а экономическое развитие городов обусловлено такими факторами как географическое положение, наличие промышленности, развитие транспортной инфраструктуры, имеют хороший туристический потенциал. Туристический потенциал городов связан с направленностью их туристского центра. Существующая классификация городов-туристских центров, разработанная экспертами UNWTO (Всемирная Туристская Организация Объединённых Наций), основана на туристской специализации. Выделяются:

- центры культурно-познавательного туризма;
- центры событийного туризма;
- курорты и центры лечебного туризма;
- центры паломничества;
- центры международного туризма.

В исследовании рассмотрены основные подтипы каждого вида туризма, приведены основные средоточия их развития. Проанализированы взаимосвязи туристских центров с обслуживающими их центрами туризма. Изучены пространственные и архитектурно-планировочные характеристики современных примеров центров туризма. На основе их изучения выявлены факторы формирования центров туризма. Основными факторами, влияющими на формирование центров туризма, являются факторы градостроительного и архитектурного характера. К внешним факторам градостроительного характера, а именно размещению центров туризма по отношению к туристским центрам, как объектам туристского потенциала, относятся:

- культурно-исторический фактор – влияет на архитектурно-пространственную организацию центров туризма в структуре исторически-сложившейся застройки;
- пространственно-композиционный фактор – влияет на архитектурно-пространственную организацию центров туризма в архитектурно-градостроительной среде туристического комплекса;
- климатический фактор – влияет на архитектурно-пространственную организацию центров туризма, использование местных строительных материалов, особенность сезонной эксплуатации центров туризма.

К факторам архитектурного характера, а именно объемно-планировочного характера центров туризма, относятся:

- архитектурно-художественное решение центров туризма;
- функциональное насыщение и зонирование центров туризма.

Изученные в данном исследовании примеры раскрывают взаимосвязь туристского центра, как местности притягивающей туристов, и центра туризма как комплекса туристско-рекреационного обслуживания как концепции современного туристского комплекса.

Список библиографических ссылок

1. Мезенцева О. В. Вклад Омского отделения РГО в развитие туристско-рекреационного потенциала Омской области. В кн.: Современное состояние и потенциал развития туризма в России, Омск, 2016: Материалы 13 Международной научно-практической конференции, 2016. С. 194–198.
2. Туристские объекты и комплексы // helpiks.org: ежедн. интернет-изд. 2014. URL: <https://helpiks.org/3-12003.html> (дата обращения: 15.03.2020).
3. Zhigunova G. V. Tourist potential of the cities of the far North // Russian pedagogical and psychological journal. 2015. № 7 (51). P. 661–626.
4. Города – центры культурно-познавательного туризма // bstudy.net: статьи для высших учебных заведений. 2017. URL: https://bstudy.net/751586/turizm/goroda_tsentry_kulturno_poznavatelnogo_turizma (дата обращения: 15.03.2020).
5. Петрова И. А., Кибасова Г. П., Назаров А. А. Культурно-историческое наследие: современные трактовки понятия // ВГПУ «Грани познания». 2010. № 4 (9). С. 6–10.
6. Фролов А. И. Культурно-познавательный туризм: объекты, маршруты, люди // Справочник руководителя учреждения культуры. 2012. № 3 (27). С. 88–92.
7. Lebedeva T. E., Lazutina A. L., Troshin A. S. Excursion products: consumer's view // Journal of Advanced Studies. 2018. Vol. 8. № 2-2. P. 110–114.
8. Чаурская Н. В., Балезина Т. В. Роль и перспективы перекрестного года туризма в Италии и России // Вестник РМАТ. 2014. № 2. С. 45–47.
9. Хан Чжихи Место культуры в отрасли туризма Южной Кореи: история и современность // Общество: философия, история, культура. 2016. № 11. С. 181–184.
10. Булганина С. В., Лопаткина Н. С. Событийный туризм: история и перспективы развития // Вестник евразийской науки. 2015. № 3 (28). С. 1–15.
11. Лакомов Е. А. Классификация видов событийного туризма // Вестник ГУУ. 2013. № 2. С. 64–69.
12. Красовская Н. А. Генезис конгрессного туризма и факторы, определяющие его развитие // Экономический журнал. 2016. № 42. С. 79–85.
13. Getz D. The nature and scope of festival studies // International Journal of Event Management Research. 2011. № 5 (1). P. 154–169.
14. Annual report WTO // WTO Publications – France, 2002. P. 85.
15. Хуснутдинова С. Р., Закирова Ю. А. Городская среда как необходимое пространственное условие развития активного образа жизни и активного туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. № 3. С. 59–70.
16. Лакомов Е.А. Классификация видов событийного туризма // Вестник ГУУ. 2013. № 2. С. 64–69.
17. Анохина А. О. Международные книжные выставки-ярмарки в контексте культурных коммуникаций // Вестник МГУП. 2013. № 1. С. 10–19.
18. Разработка туристического продукта развлекательной тематики в Гродненской области // helpiks.org: ежедн. интернет-изд. 2014. URL: <https://helpiks.org/1-125090.html> (дата обращения: 15.03.2020).
19. Баркова Е. В. Эволюция вкусовых тенденций в повседневной культуре XX века (мода и костюм) // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2013. № 3. С. 117–125.
20. Shahzad K., Md. Shariful A. Kingdom of Saudi Arabia: A potential destination for medical tourism // Journal of Taibah University Medical Sciences. 2014. № 4 (9). P. 257–262.
21. Gee C., Fayos-Sola E. International tourism: a global perspective. World tourism organization. Madrid, 2005. 142 p.
22. Овсянников В. П., Якунин В. Н. Религиозный туризм как механизм поддержания духовно-культурных процессов на уровне регионального социума // Сервис в России и за рубежом. 2016. № 9 (70). С. 107–117.
23. Котова Т. П., Матвеева Л. Д., Щербаков А. С. О проблемах паломнического туризма в Башкортостане // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. № 3. С. 92–106.

24. Якунин В. Н. Развитие религиозного туризма как составляющей части историко-культурного наследия на современном этапе // Вестник СГТУ. 2011. № 2 (60). С. 280–286.
25. Sanyam B., Gaurav R. Complexities of practicing architectural regionalism in India: An interview study // *Frontiers of Architectural Research*. 2020. № 4 (8). P. 535–548.
26. Chaisumpunsakul W., Pholphirul P. Does international trade promote international tourism demand? // *Kasetsart Journal of Social Sciences*. 2018. № 3 (39) P. 393–400.
27. Top 100 City Destinations Ranking – Published 2014 // blog.euromonitor.com: Euromonitor. 2020. URL: <https://blog.euromonitor.com/euromonitor-internationals-top-city-destinations-ranking> (дата обращения: 15.03.2020).

Pokka Ekaterina Vladimirovna

candidate of architecture, associate professor

E-mail: ekaterina-p-83@mail.ru

Kazan State University of Architecture and Engineering

The organization address: 420043, Russia, Kazan, Zelenaya st., 1

Gafiyatullina Aliya Fanisovna

architect

Email: Guffi_a@mail.ru

LLC «Rosta Group»

The organization address: 420140, Russia, Kazan, Julius Fucik st., 90A

**Modern trends in the formation of tourist centers in the context
of the development of tourist centers****Abstract**

Problem statement. The purpose of the study is to identify the main characteristics of tourism centers in relation to tourist centers; to determine the main factors of their formation.

Results. The article is based on the given classification of cities-tourist centers, which was developed by experts of the UNWTO (world Tourism Organization of the United Nations), provides examples of these cities, and provides and studies the service facilities that are called tourism centers in the study.

Based on the studied examples, two groups of factors of their formation are identified, which are fundamental in the formation of tourism centers and play a role in creating their uniqueness. These are the formative factors of urban planning and architecture.

Conclusions. The significance of the results obtained for architecture consists in creating the concept of a modern multifunctional tourist complex, which includes a tourist center as an area that attracts tourists, and a tourism center as a complex of tourist and recreational services.

Keywords: tourist center, tourism center, classification, tourist complex.

References

1. Mezentseva O. V. Contribution of the Omsk branch of the Russian Geographical Society to the development of the tourist and recreational potential of the Omsk region. In the book: *The current state and potential of tourism development in Russia, Omsk, 2016: Materials of the 13th International Scientific and Practical Conference, 2016*. P. 194–198.
2. Tourist facilities and complexes// helpiks.org: daily Internet publishing house 2014. URL: <https://helpiks.org/3-12003.html> (reference date: 15.03.2020).
3. Zhigunova G. V. Tourist potential of the cities of the far North // *Russian pedagogical and psychological journal*. 2015. № 7 (51). P. 661–626.
4. Cities-the centers of cultural and educational tourism // bstudy.net: articles for higher education institutions. 2017. URL: https://bstudy.net/751586/turizm/goroda_tsentry_kulturno_poznavatel'nogo_turizma (reference date: 15.03.2020).

5. Petrova I. A., Kibasova G. P., Nazarov A. A. Cultural and historical heritage: modern interpretations of the concept // VGPU «Grani poznaniya». 2010. № 4 (9). P. 6–10.
6. Frolov A. I. Cultural and educational tourism: objects, routes, people // Spravochnik rukovoditelya uchrezhdeniya kul'tury. 2012. № 3 (27). P. 88–92.
7. Lebedeva T. E., Lazutina A. L., Troshin A. S. Excursion products: consumer's view // Journal of Advanced Studies. 2018. Vol. 8. № 2-2. P. 110–114.
8. Chaurskaya N. V., Balezina T. V. Role and prospects of cross-year tourism in Italy and Russia // Vestnik RMAT. 2014. № 2. P. 45–47.
9. Han Zhihi the Place of culture in the tourism industry of South Korea: history and modernity // Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura. 2016. № 11. P. 181–184.
10. Bulganina S. V., Lopatkina N. S. Event tourism: history and prospects of development // Vestnik yevraziyskoy nauki. 2015. № 3 (28). P. 1–15.
11. Eugene A. Lakomov Classification of types of event tourism // Vestnik GUU. 2013. № 2. P. 64–69.
12. Krasovskaya N. A. Genesis of Congress tourism and factors determining its development // Ekonomicheskij zhurnal. 2016. № 42. P. 79–85.
13. Getz D. nature and scope of festival research // International journal of research in event management. 2011. № 5 (1). P. 154–169.
14. Annual report of the WTO for 2002 // publications of the WTO-France, 2002. 85 p.
15. Khusnutdinova S. R., Zakirova Y. A. Urban environment as a necessary spatial condition for the development of an active lifestyle and active tourism // Sovremennyye problemy servisa i turizma. 2017. № 3. P. 59–70.
16. Lakomov E. A. Classification of types of event tourism // Vestnik GUU. 2013. № 2. P. 64–69.
17. Anokhina A. O. International book exhibitions and fairs in the context of cultural communications // Vestnik MGUP. 2013. № 1. P. 10–19.
18. Development of a tourist product with an entertainment theme in the Grodno region // helpiks.org : daily internet edition 2014. URL: <https://helpiks.org/1-125090.html> (reference date: 15.03.2020).
19. The evolution of taste trends in everyday culture of the XX century (fashion and costume) // Vestnik LGU im A.S. Pushkin. 2013. № 3. P. 117–125.
20. Shahzad K., Md. Shariful A. Kingdom of Saudi Arabia: A potential destination for medical tourism // Journal of Taibah University Medical Sciences. 2014. № 4 (9). P. 257–262.
21. Gee C., Fayos-Sola E. International tourism: a global perspective. World tourism organization. Madrid, 2005. 142 p.
22. Ovsyannikov V. P., Yakunin V. N. Religious tourism as a mechanism for maintaining spiritual and cultural processes at the level of regional society // Servis v Rossii i za rubezhom. 2016. № 9 (70). P. 107–117.
23. Kotova T. P., Matveeva L. D., Shcherbakov A. S. About the problems of pilgrimage tourism in Bashkortostan // Sovremennyye problemy servisa i turizma. 2019. № 3. P. 92–106.
24. Yakunin V. N. The development of religious tourism as a component part of historical and cultural heritage at the present stage // Vestnik SGTU. 2011. № 2 (60). P. 280–286.
25. Sanyam B., Gaurav R. Complexities of practicing architectural regionalism in India: An interview study // Frontiers of Architectural Research. 2020. № 4 (8). P. 535–548.
26. Chaisumpunsakul W., Pholphirul P. Does international trade promote international tourism demand? // Kasetsart Journal of Social Sciences. 2018. № 3 (39) P. 393–400.
27. TOP 100 destination cities-published in 2014 // blog.euromonitor.com : Euromonitor. 2020. URL: <https://blog.euromonitor.com/euromonitor-internationals-top-city-destinations-ranking> (reference date: 15.03.2020).