



Рисунок 18. Неоновая подсветка многоугольных форм [2]

Таким образом, наша повседневная жизнь тесно связана с виртуальной реальностью. С развитием технологий нам хочется видеть все больше «вау-эффектов», больше необычных вещей. Это затронуло и сферу дизайнов интерьеров. Игровая и виртуальная реальность влияют на дизайн непосредственным образом. С каждым днем все больше и больше нам хочется привнести что-либо из VRмира в настоящее.

Ссылки на интернет-источник:

Электронный журнал Plugged In. URL: <https://pluggedin.ru/open/v-moskve-otkrylasy-ploschadka-Yota-Arena:-kak-tam-vnutri-5290>.

Электронный журнал Architectural & interior photography. URL: <https://www.thienthachphoto.com/VENUS-Esport-Gaming-Center/>.

Словарь геймера. URL: <https://gamer-info.com/gamer-dictionary/>.

УДК: 338.48
ГРНТИ 06.61.53

ВЛИЯНИЕ СОБСТВЕННОГО БРЕНДА НА ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ГОРОДОВ

*Картавцева Я.С.
Матовников С.А.*

*ИИиС ВолгГТУ,
г. Волгоград, ул. Академическая, 1*

АННОТАЦИЯ

Для создания проекта парка в г. Котово Волгоградской области проведен предпроектный анализ, в ходе которого рассмотрены основные аспекты проблем малых городов. Туризм, в статье, рассматривается как основной экономико-образующий фактор развития. Приводятся примеры правильного подхода в перспективности данного направления. Целью проекта является создание парка, который ориентирован на повышение привлекательности городских пространств, способствующих улучшению качества жизни, привлечению в город посетителей, развитию индустрии услуг, поддержку малых предпринимателей.

Ключевые слова: малые города, проблемы развития, бренд, туризм

Россия – это страна малых городов. К категории «малый город» относятся городские поселения с численностью населения от 12 до 50 тыс. человек. В России насчитывается более 750 малых городов с населением численностью до 50 тыс. жителей в каждом. Они составляют 3/4 всех российских городов, где проживает около 16 млн. человек [4]. На сегодняшний день в России одним из ключевых вопросов является проблема развития

малых городов. Во многих регионах данная категория поселений играет важную роль в экономике. В таких городах расположены предприятия по переработке сельскохозяйственной продукции, предприятия тяжелой промышленности, машиностроения, нефте- и газодобычи. Малые города зачастую функционально дополняют экономическую базу регионов, развиваясь как транспортно-

распределительные центры, специализированные центры науки и научного обслуживания, в них размещены филиалы или подразделения предприятий крупных городов [1]. Определённым преимуществом перед крупными городами является возможность шаговой доступности ко всем элементам инфраструктуры. Такие городки существуют в спокойном ритме жизни, масштаб архитектуры не подавляет ни природу, ни человека громадными сооружениями, как это происходит в городах-гигантах, а органически вписывается в окружающий ландшафт. Однако современная ситуация такова, что малые города имеют целый ряд проблем, создающих неблагоприятные условия для жизни горожан. К проблемам, снижающим уровень качества жизни относятся:

- 1) неблагоприятная демографическая ситуация и высокий уровень миграции активной части населения
- 2) низкий уровень среды обитания (устаревший жилой фонд, высокий уровень износа инженерной инфраструктуры)
- 3) неразвитая культурно-досуговая деятельность горожан
- 4) отсутствие экономической полезности и интереса со стороны властей
- 5) отсутствие инвестиционной привлекательности [2]

В современных условиях повышенной мобильности населения решающую роль в сохранении и развитии малого города играют комфортная городская среда и создание возможностей и перспектив для его жителей. Именно поэтому государство придает данной теме особое значение и создает программы финансирования проектов формирования комфортной городской среды малых городов. В одной из таких программ по благоустройству малых городов и исторических поселений участвует г. Котово Волгоградской области. Для того, чтобы создать перспективный проект, необходимо выявить ключевые аспекты, которые повлекут за собой развитие всего города.

На сегодняшний день, самым перспективным направлением для развития городов, утративших экономическое значение, является туризм.

Среди малых городов России имеются туристские центры, различающиеся по выполняемым ими функциям. Чаще всего это лечебные (курортные), оздоровительно-спортивные, историко-культурные, религиозно-паломнические туристские центры, в которых созданы типичные и эксклюзивные программы экскурсий, паломнические поездки, развлекательные туры и шоу-программы, активный, событийный и деловой туризм, речные круизы. Все эти турпродукты сочетают в себе исторические, культурные и православные традиции страны в целом.

Это лидеры провинциального туризма, с развитой туристской индустрией, в этих городах сосредоточено немало архитектурных памятников, часть из них находится под охраной ЮНЕСКО. И

все они обозначили туризм как одно из основных направлений своего развития.

Для многих малых городов проблема развития туризма актуальна.

Разнообразный туристско-ресурсный потенциал малых исторических городов, специфика их прошлых и настоящих функций, соотнесенная с

такowymi других крупных и малых городов региона и страны, определяют спектр различных видов туризма, которые могут развиваться в каждом из них. Важнейшая задача для любого центра туризма – добиться задержки туриста в городе более чем на сутки, обеспечив место временного проживания и интересный досуг.

Но подавляющее большинство городов не обладают выдающимися достопримечательностями, их туристический потенциал, зачастую, малоизвестен, а значит, такие города не смогут справиться с задачей [3].

Проблему привлечения турпотоков в малые города, можно решить путем создания концептуального туристического ресурса. Концептуальные туристические ресурсы способствуют развитию территории, изначально не обладающими такими возможностями, внести разнообразие в туристические программы, ослабить воздействие сезонности. Туристический потенциал можно развивать с помощью создания местного бренда. В качестве создания индивидуального образа той или иной территории могут создаваться брендовые продукты. Например, в Ярославле фабрика валяной обуви устраивает экскурсии, предлагает туристам купить свои изделия, Тульская область приглашает в музей старых автомобилей, в Краснодарском крае существует музей культуризма, а в Тверской области есть музей воздуха и музей гадов.

Каждый из известных примеров обладает масштабным событийным мероприятием, которые уже стали брендами своих территорий: «Лыжня России» в Дмитрове, «Спасская ярмарка» в Елабуге, Праздник огурца и соревнования по бегу в лаптях в Суздале, «Арбузный фестиваль» в г. Камышин, «Зимние забавы» в Угличе, международный фестиваль воздухоплателей в Кунгуре.

«Лицом» города могут стать даже вымышленные идеи, например, мифологические и реально существующие персонажи. К таким концепциям относятся также легенды, местная самобытность жизни, менталитет, региональные особенности в культуре и языке.

К примером успешного использования этого принципа относится «Вотчина Деда Мороза» в Великом Устюге. Великий Устюг – типичная российская провинция, с населением в 30 тыс. человек, удаленная от транспортных артерий, вдалеке от городских агломераций. Однако в зимнее время это место превращается в туристический городок. За 9 лет с момента появления бренда «Родина Деда Мороза» турпоток туда увеличился в шесть раз, существенно выросла

его гостиничная база. Для туристов созданы условия, чтобы пожить непосредственно в Вотчине. Гостиничные коттеджи благодаря своему виду создают атмосферу сказочного мира, а прямо из окна - можно увидеть терем Деда Мороза. Окрестности Вотчины славятся красотой природы, территория обильно засажена растениями, хвойными деревьями. Гостям представляется возможность наблюдать за северными птицами и животными. Лоси, лисы, волки, белки, кролики и рыси обитают в зоопарке Вотчины.

Высокий потенциал способствует созданию собственного турпродукта, благодаря которому можно интегрироваться в востребованные маршруты, в том числе, круизного туризма, как, например, сделали в Мышкине Ярославской области. Для Мышкина появление бренда стало туристическим прорывом. В 2018 году на одного жителя города приходилось 32 туриста — это пятый по счету город в России по количеству туристов на душу населения [5]. В этом маленьком городке нет ничего, что в понимании каждого ассоциируется с городом. Нет крупных промышленных предприятий, нет многоэтажных зданий, нет разветвленной сети общественного транспорта, нет железнодорожной станции, нет ни одного светофора. Мышкин – уникальный небольшой русский город, в котором сохранились старинные купеческие постройки и размеренный образ жизни российской провинции. Одной из уникальных особенностей Мышкина, безусловно, является его неизменный старинный облик и пейзажность природного ландшафта, но основной достопримечательностью Мышкина, сделавшей город популярным не только в России, но и зарубежом - это, конечно же, Мышкинский народный музей. Вся экспозиция посвящена главному персонажу, символу города - мышке. Музей наглядно демонстрирует, как год за годом, эпоха за эпохой Мышкин превращался из города в село, из села в поселок городского типа и вновь - в город.

УДК: 712.00
ГРНТИ 67.25.21

Такие небольших российские города, своим примером показывают, как можно абсолютно успешно развивать туристическое направление, свидетельствуя существенную динамику турпотока.

В России стремление к улучшению качества жизни очень высоко, и сити-брендинг может стать одним из основных способов, помогающих жителям малых городов обрести надежду на возрождение.

Значимыми являются только уникальные туристические предложения. Одним из залогов успешного развития территории является наличие собственного имиджа.

Таким образом, можно сделать вывод, что для успешного развития г. Котово Волгоградской области необходимо создать свою уникальную концепцию. Благодаря индивидуальному образу город станет запоминающимся, отличающимся от остальных и будет конкурентоспособным наряду с развитыми городами, и сможет побороться за инвестиции, трудовые ресурсы, туристов.

Список литературы

Крогиус В.Р. Исторические города России как феномен ее культурного наследия. М.: Прогресс-Традиция, 2009 321 с.

Урусов В.М., Варченко Л.И. К проблемам малых городов и поселений-аналогов // Вестник Красноярского государственного аграрного университета. 2014. № 10. С. 110-115.

Маякова А.А. Современное понимание проблемы эффективного развития малых городов // Труды Дальневосточного государственного технического университета. 2014. № 138. С. 91-95.

Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gks.ru/>. (Дата обращения: 19.09.19).

Заповедник. Фонд Общественное Мнение 2019. [Электронный ресурс]. <https://zapovednik.space/material/delaj-kak-urjupinsk>. (Дата обращения: 19.09.19).

ФОРМИРОВАНИЕ ПАРКОВОЙ СРЕДЫ КАК РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ОБРАЗНОСТИ ГОРОДА НА ПРИМЕРЕ Г. КОТОВО (ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ)

Картавцева Я.С.

Гагулина О.В.

Матовников С.А.

ИИиС ВолгГТУ,

г. Волгоград, ул. Академическая, 1

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются примеры удачных дизайнерских проектов, способствующих повышению качества жизни, привлечению в город туристов, развитию индустрии услуг. Выявлены ключевые концептуальные признаки, на основе которых был спроектирован парк в г. Котово. Описываются методы проектирования, где особое внимание уделяется функциональному наполнению, идейной направленности и отображению истории проектируемой территории.

Ключевые слова: концепция, проектирование, имидж, благоустройство