

Никифорова Алина Александровна

канд. культурологии, доцент
ФГБОУ ВО «Нижевартовский
государственный университет»
г. Нижневартовск, ХМАО – Югра

ГОРОДСКОЙ ТУРИЗМ КАК АКТУАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОСТИ

Аннотация: активное развитие внутреннего туризма приводит к формированию нового направления, выделяющегося в отдельный вид – городской туризм. Традиционный интерес не только к крупным городам, но и формирование сегодня туристских центров на малоизвестных территориях, приводит к развитию инфраструктуры туризма и популяризации дестинации.

Ключевые слова: туризм, внутренний туризм, город, городской туризм, туристский центр, инфраструктура, брендовые маршруты.

В настоящее время, когда активно развивается внутренний туризм, становится очевидной необходимость поиска новых подходов к пониманию города как пространства, в котором работают, учатся, отдыхают. Меняются жизненные стратегии, образ жизни, возможности разнообразить свой досуг, значительно повышается мобильность населения, что отражается на рекреационных потребностях и на необходимости формирования рекреационного пространства нового типа. Современные города с их сложной структурой и динамикой являются важной частью туристского пространства, ставшего особенно привлекательным для путешественников, неумоимо изучающих культурное наследие [1].

Сегодня все чаще говорят про новое направление – городской туризм, связанное с растущим интересом к посещению городов. Городской туризм можно определить как краткосрочное (обычно 1–4 дня) посещение города по следующим причинам: интерес к истории или искусству города, интерес к посещению событий и приобретению разных видов товаров в городе [2].

Городской туризм является сложной социально-экономической категорией, интегрирующей в себя элементы и направления различных видов туристской деятельности и отражающая целевые установки городского путешествия [3]. Среди основных видов туризма, входящих в городской туризм, особую роль играют культурно-познавательный, гастрономический и событийный туризм, а главной целью можно назвать удовлетворение культурно-рекреационных потребностей путешественников, связанных с желанием изучить город, знакомство с его архитектурным, этническим и культурно-религиозным наследием.

Большую роль в развитии городского туризма имеет ресурсный потенциал городов, являющихся центрами культурно-познавательного туризма, которые специализируются на приеме туристов, путешествующих с целью получения новых знаний и приобщения к культурным ценностям. В свою очередь, музеи как социокультурные институты, аккумулирующие историческую память и формирующие территориальную идентичность, могут играть ключевую роль в создании уникального территориального предложения и привлечения туристов [4].

Туристов все больше привлекает дизайн, образ жизни городского населения и атмосфера городов. Постепенно происходит осознание того, что наличие и сохранение историко-культурного потенциала имеет огромное значение в развитии туристских городов. Особое внимание при продвижении города как туристской территории уделяется имеющейся в дестинации инфраструктуре, и в частности – наличию или отсутствию гостиничного фонда. Активное развитие сферы гостиничного бизнеса в России связано с созданием как малых гостиниц, так и больших гостиничных цепей, повышающих уровень конкуренции в данном сегменте [5].

Следует отметить, что среди всего многообразия туристских центров большой интерес представляют крупные города, именно здесь сосредоточена значительная часть культурно-исторического наследия человечества. Зачастую крупные мегаполисы являются генераторами и носителями все новых видов туризма и имеют необходимую инфраструктуру для комфортабельного отдыха [6].

Города как туристские центры чрезвычайно разнообразны и могут быть классифицированы по нескольким основаниям. Наиболее простым является

деление городских туристских центров на две группы: города, где туристская индустрия выполняет градообразующую функцию (для них характерна ориентация на определенный тип потребителя с соответствующим уровнем дохода и целями путешествия) и города, где туристская индустрия не выполняет градообразующую функцию, но является неотъемлемой частью городской экономики. В зависимости от туристской специализации различают следующие виды городских туристских центров: центры культурно – познавательного туризма, центры делового туризма, центры событийного туризма, города-курорты, лечебные центры и центры паломничества.

В последнее время одним из ключевых моментов в плане локализации потоков международных туристов становится место центра в формирующейся сети взаимосвязанных городов. Такое новое созвездие городов получило специальное название – «архипелаг городов» [7].

Развитие городского туризма способствует углублению и развитию культурных связей между городами и регионами. Городской туризм дает возможность гораздо лучше узнать местных жителей, понять характер, темп и стиль жизни горожан, выяснить национальные особенности и мотивы поведения жителей [8]. Поскольку туризм в России развит неравномерно и носит очаговый характер, то городской туризм не только позволяет развивать регионы с точки зрения туристской привлекательности, но и формировать постоянный интерес к территории. При этом, устоявшиеся виды туризма могут отходить на второй план, уступая место новым направлениям.

Диверсификация, основанная на перераспределении между разными видами и разными локациями туризма дает возможность формировать новые туристические межрегиональные направления в первую очередь для активного приключенческого туризма; развитию менее крупных городов как новых туристических центров; развитие нестандартных туристских направлений для развития тематических видов туризма (гастрономический, паломнический, детский и т. д.) с целью получения аутентичного опыта, погружения в культуру и традиции местных жителей, а также освоения новых навыков, волонтерства [9].

Современный город с его сложной структурой и динамикой является важной частью туристского пространства, ставшего особенно привлекательным для путешественников, изучающих культурное наследие. Гостиницы, рестораны, парки развлечений и другая туристская инфраструктура, активно вторгаясь в городскую среду, изменила привычную композицию города [1]. Туристы, путешествуя, покупают не только товары и услуги, они воспринимают сам образ города как синтез впечатлений от передвижений в городском пространстве, изучая его с разных точек обзора, в разное время суток и в разные сезоны.

Список литературы

1. Вишневская Е.В. Развитие современного городского пространства в туристических / Е.В. Вишневская; под ред. Е.Е. Коноваловой // Стратегические изменения в сфере туризма и гостеприимства: поиск нового вектора развития: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Казань: РУСАЙНС, 2018. – С. 107–112. EDN MKLMTZ

2. Нюренбергер Л.Б. Городской туризм: сущность, взаимосвязи, мультипликативный региональный эффект / Л.Б. Нюренбергер, Н.Е. Петренко // Человек. Спорт. Медицина. – 2021. – Т. 21. №S1. – С. 153–158. – DOI 10.14529/hsm21s123. EDN QSAKIU

3. Ильина Е.Л. Формирование туристского предложения на основе типизации туристско-рекреационных ресурсов / Е.Л. Ильина, А.Н. Латкин, И.П. Кульгачев // Научный вестник МГИИТ. – 2019. – №1 (57). – С. 25–33. EDN YRKCQF

4. Скульмовская Л.Г. Этнодеревня как одно из направлений развития сельского туризма (на примере Нижневартовского района ХМАО – Югры) / Л.Г. Скульмовская, А.А. Никифорова // Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы: V международная научно-практическая конференция. – 2020. – С. 111–115.

5. Никифорова А.А. Особенности конкуренции на рынке гостиничных услуг / А.А. Никифорова, Г.А. Гумерова // Проблемы и перспективы развития лёгкой промышленности и сферы услуг: материалы Всероссийской научно-

практической конференции с международным участием. – ФГБОУ ВПО «Омский государственный институт сервиса», 2015. – С. 94. EDN ULAPZX

6. Юрченко А.А. Роль ресурсного потенциала крупных мегаполисов в развитии городского туризма / А.А. Юрченко, Т.А. Самсоненко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://izron.ru/articles/sovremennye-problemy-matematicheskikh-i-estestvennykh-nauk-v-mire-sbornik-nauchnykh-trudov-poitogam/sektsiya-85-ekonomicheskaya-sotsialnaya-politicheskaya-i-rekreatsionnaya-geografiya-spetsialnost-25-/rol-resurnogo-potentsiala-krupnykh-megapolisov-v-razviti-gorodskogo-turizma/> (дата обращения: 26.09.2023).

7. Городской туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/gorodskoy-turizm.html> (дата обращения: 26.09.2023).

8. Севрюков И.Ю. Конгресс-туризм как драйвер роста региональных и национальных экономик / И.Ю. Севрюков, Л.Б. Нюренбергер, Н.Е. Петренко // Инновации и инвестиции. – 2019. – №5. – С. 322–327.

9. Ефремова М.В. Анализ возможностей диверсификации внутреннего туризма в условиях новых вызовов / М.В. Ефремова, Е.А. Кочкурова, Т.В. Зыкова [и др.] // Человек. Спорт. Медицина. – 2021. – Т. 21. №S1. – С. 159–165. DOI 10.14529/hsm21s124. EDN YVITJB