

Секция «География»

Особенности размещения общественных пространств города Харькова (на примере торгово-развлекательных центров)

Исмаилова Амина Гюндюзовна

Студент

Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина, Географический факультет, Харьков, Украина

E-mail: amina.ismailova@gmail.com

Трансформационные процессы, которые охватили постсоветское пространство, затронули все сферы жизнедеятельности общества: экономическую, социальную, культурную, религиозную и другие. Экономический рост городов, увеличение численности населения, повышение доходов и уровня жизни населения, в последнее время, влияет на развитие общественных пространств (ОП) – парков, скверов, моллов (ТРЦ) и т.д. Исследование особенностей территориальной организации таких пространств актуально, т.к. спрос у населения на комфортные и функциональные рекреационные места в городе возрастает с каждым годом [2], поэтому стоит обратить внимание на их размещение, с учетом возможностей, которые они предоставляют для повседневной жизни населения.

Анализ территориальной организации ОП был проведен на примере ТРЦ г. Харькова, как общественных центров, которые определяются не только как место для экономической деятельности или коммуникации, но и как один из факторов привлекательности района города для жизни.

На размещение ТРЦ влияет территориальное распределение ряда факторов, среди которых можно назвать транспортную доступность, плотность населения, конкуренты и т.д. [1]. Территориальная организация ТРЦ г. Харькова имеет ряд особенностей:

– ТРЦ ориентируются на высокий показатель транспортной доступности, поэтому большинство из них находится возле станций метро или больших автомагистралей, некоторые моллы организуют бесплатные экспресс-маршруты к собственным ТРЦ («Караван», «Магелан», т.д.). Чаще всего возле них располагаются бесплатные паркинги, поэтому не возникает проблем с проездом на автотранспорте;

– обычно ТРЦ застраивается окраина города, или спальные районы, что обусловлено большей плотностью населения, а значит и спросом как на торговую, так и на развлекательную их часть;

– архитектурное и культурное наследие центральной части города не позволяет застраивать громоздкими и большими по площади ТРЦ исторический центр города, исключением стал ТРЦ «Ave Plaza», который компактно вписался на центральной улице, но из-за отсутствия паркинга, предполагает незначительные покупки;

– немаловажным, является номенклатура предоставляемых товаров и услуг в ТРЦ: наличие кинотеатров, боулинга, катка, бильярда, химчисток и мастерских по ремонту одежды и техники, фуд-корт, помимо привычных магазинов, способствует приятному и полезному времяпрепровождению посетителей, а также повышает привлекательность ТРЦ;

– размещение ТРЦ в любом районе города автоматически поднимает его привлекательность, что отображается в динамике цен на недвижимость в районе «до» и «после»

постройки ТРЦ.

Подытоживая, следует отметить, что обеспеченность каждого из района города такими пространствами разная, и зачастую те районы, в которых отсутствуют ТРЦ, имеют также неудовлетворительную транспортную инфраструктуру. Поэтому исследование территориальной организации ОП является перспективным, с целью оптимизации социальной и экономической инфраструктуры города, и требует дальнейшего общественно-географического исследования.

Литература

1. Мезенцев К.В, Мезенцева Н.І. Публічні простори Києва: забезпеченість населення та сучасна трансформація // Часопис соціально-економічної географії: Міжрегіональний збірник наукових праць — X., 2011. — Випуск 11(2). С.39-47
2. Московский урбанистический форум: <http://mosurbanforum.ru/>