

УДК 433

DOI: <https://doi.org/10.26456/2226-7719-2020-2-60-70>

ОДЕССА: НАЦИОНАЛЬНЫЙ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ЦЕНТР

Лисенкова Т.И. Яковлева С.И.

ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», г. Тверь

Показаны результаты оценки Одессы как центра внутреннего туризма Украины и нового международного центра туризма. Анализируется структура современного туристского потока, специализация и новый инновационный фактор развития – бренд «умного города». Предлагается считать этот бренд элементом современного и перспективного туристского образа города.

Ключевые слова: городской туризм, Одесса, «умный туризм» и «умный» город, туристский образ города.

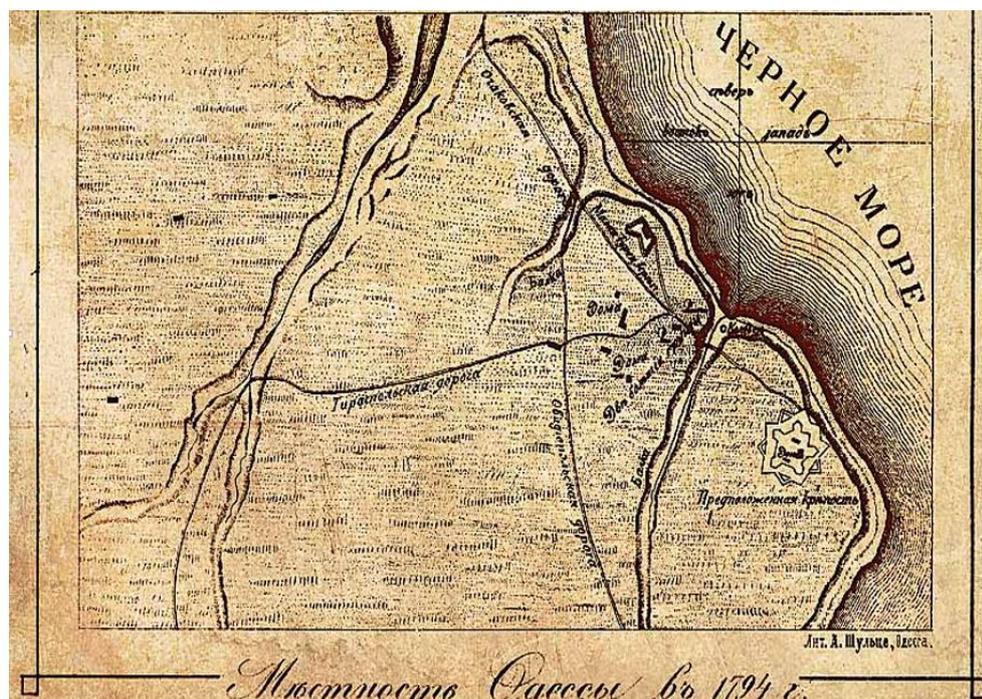
Введение. Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время активно развивается и привлекает растущие потоки гостей городской туризм [4, 9, 15], формируются новые и обновляются старые международные городские туристские центры. Таким примером является Одесса, которая сейчас развивается как один из основных центров внутреннего туризма Украины и как новый центр международного туризма. Цель исследования – выявление роли Одессы в туристском пространстве Украины и мира.

Методика исследования. В качестве исходной информации о туризме и туристских потоках в Одессу использована статистика разных источников. Для формирования представления о старой Одессе была использована информация старых путеводителей, эта методика описана в работе [6], энциклопедии Элизе Реклю, том 5 (1898) [5], старые карты Одессы. Для анализа территориальной структуры туристского потока выполнены расчёты удельного веса регионов Украины и удельный вес разных стран в общем турпотоке в Одессу. Эти расчеты и стали основой для определения роли Одессы в национальном (Украина) и международном туристском пространстве как важного центра внутреннего и международного туризма. Графический «образ» структуры туристского потока Одессы разработан по примеру туристских потоков Германии (национальный атлас Германии, актуализация [15]).

Результаты исследования.

Одессу XVIII века поэты и писатели называли «Южной Пальмирой» (Пальмира – древний город в Сирии) [12] (Саркисов-Серезини, 1938). Екатерина II мечтала сотворить город, такой же

авантажный (интересный, красивый, эффектный) как древняя Пальмира, но находящийся на российской земле. Вероятно, это сравнение Одессы с городом-оазисом среди пустыни на караванных торговых путях говорит о таком же «точечном» расположении нового города среди неосвоенных земель. На самой старой карте Одессы (1794 г. [7], год начала работ по созданию порта [5]) видно, что город-порт по трём дорогам открывал подъезды из внутренних районов – новых городов Новороссии: дорога в Тирасполь (дата основания 1792 г.), дорога в Овидиополь (закладка крепости 1793 г.), дорога в Очаков (стал русской крепостью в 1792 г.). Достаточно быстро город стал европейским *средиземноморским портом* с многонациональным населением.

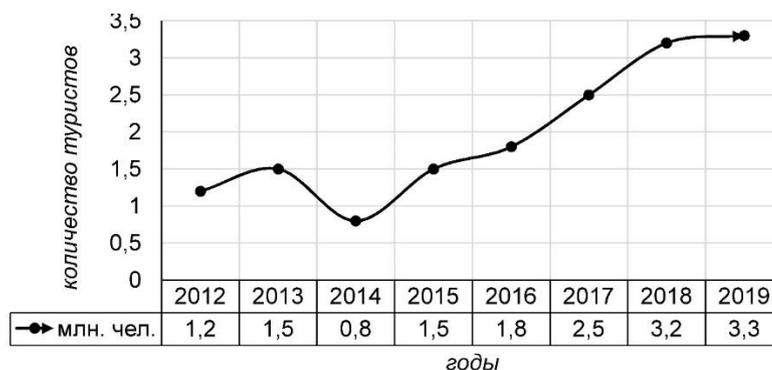


Р и с. 1. Местность Одессы в 1794 г. (карта в путеводителе [7])

Активное развитие торговли (преимущественно зерновой хлеб) определило стиль застройки нового города и его образ: множество магазинов (в том числе крупных), дворцовые здания и сооружения, предназначенные для хранения зерна. В связи с активным развитием торговли Российской Империи с зарубежными странами развивались деловые поездки («деловой туризм»). В путеводителе 1912 года [7, с. 168-192] отмечено: «Одесса – город чисто европейский, с широкими и прямыми улицами, обрамленными рядами деревьев, с большими, роскошными магазинами, кафе, парками и садами». Пользуясь

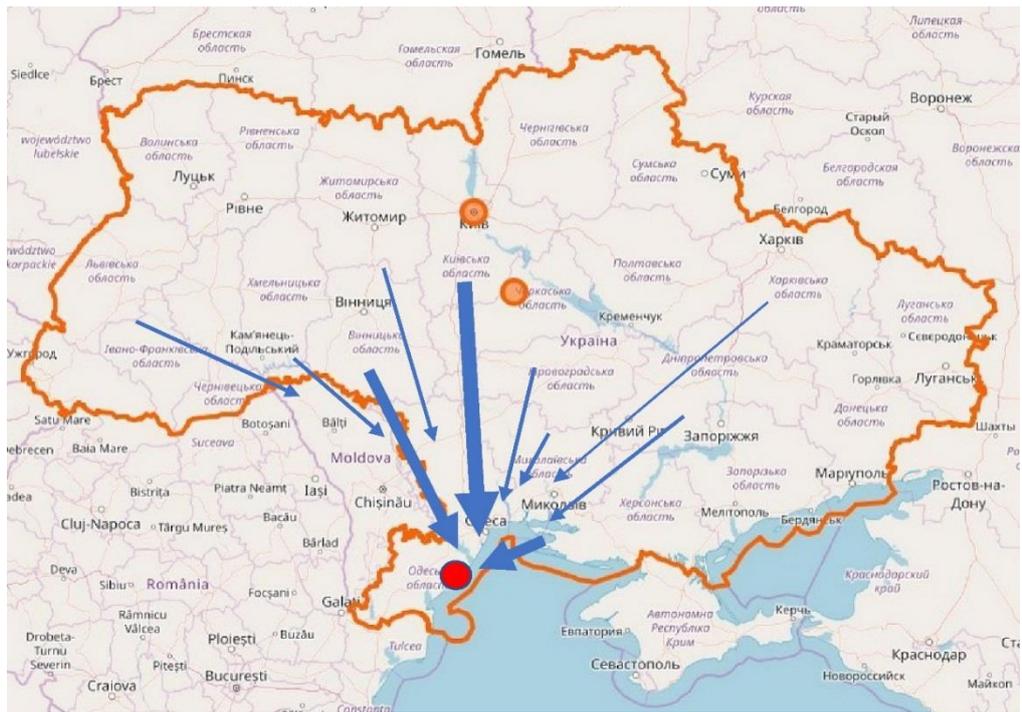
современной терминологией, можно сказать, что Одесса как черноморский порт изначально была центром делового туризма. В советское время Одесса – город-порт, промышленный центр, город-курорт, экскурсионный центр и город пляжей...Сейчас город превращается в туристский центр, это его главная специализация. Основные виды туризма Одессы: культурно-познавательный и санаторно-курортный (на лиманах). Развитие Одессы как центра внутреннего туризма сейчас превратило город в популярный центр пляжного туризма Украины. В городе 9 пляжей (только один новый), общая протяжённость городских пляжей составляет 30 км. Самыми известными продолжают оставаться «Аркадия», «Ланжерон», «Отрада» и «Дельфин». Одесса – известный центр событийного туризма: место проведения фестивалей, мероприятий, выставок, концертов и т.д. За год в городе проходят более 300 событий различной тематики.

В последнее десятилетие непрерывно растёт **туристский поток в Одессу** (рис.2). Это привело к превышению гостей над численностью жителей города в 3 раза.



Р и с. 2. Динамика туристского потока в Одессу в 2012–2019 гг., млн. чел.
(составлено данным [3])

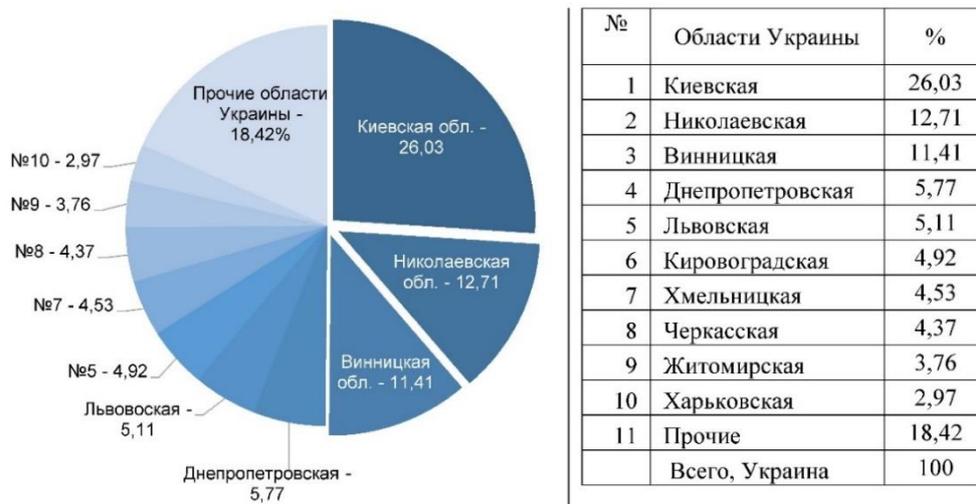
Половину гостевого потока в Одессу формируют 3 региона Украины – столичная Киевская область и соседние с Одесской – Николаевская и Винницкая области.



Р и с. 3. Территориальная структура национально турпотока в Одессу: удельный вес областей Украины, % (составлено данным [13])

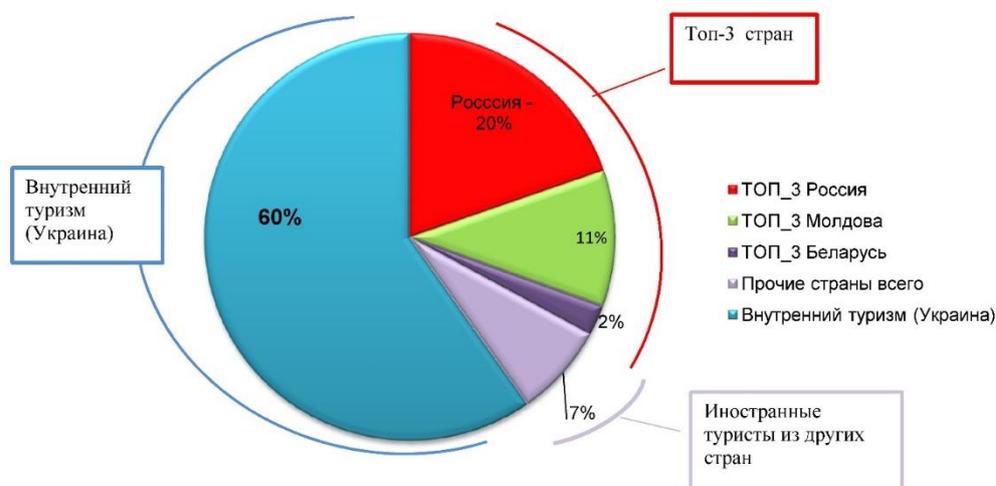
Условные знаки:

Доля, %	Условные обозначения	Области Украины
1-2%		Харьковская область
3-5%		Кировоградская, Хмельницкая, Черкасская, Житомирская области
6-10%		Львовская, Днепропетровская области
11-15%		Николаевская, Винницкая области
16-20%		Столичный регион (Киев, Киевская область)



Р и с. 4. Дополнение к рис.5. В территориальной структуре внутреннего туризма Украины регионы 3-ТОП

Треть гостевого потока в Одессу формируют соседние страны – это Российская Федерация (поток из России вновь растет), Молдова, Беларусь. Остальные – менее 20% потока – это международные потоки из стран дальнего зарубежья: Израиль, Германия, Болгария, США, Австрия, Швейцария, Литва (рис.5).

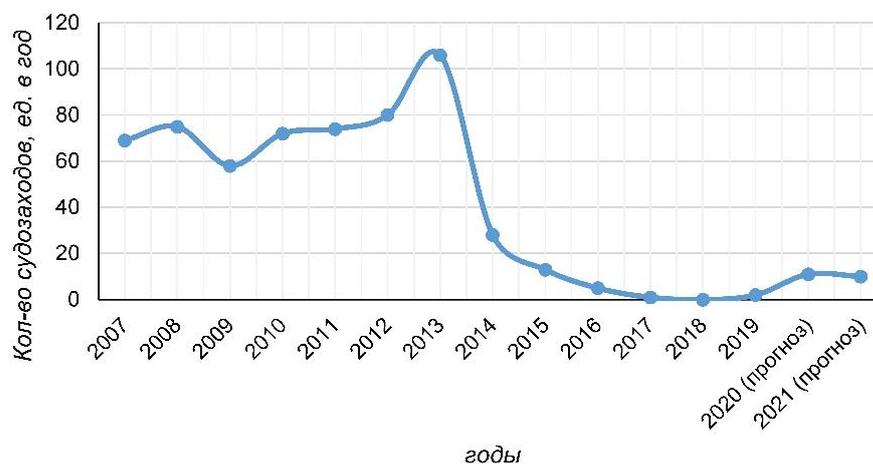


Р и с. 5. Территориальная структура туристского потока в Одессу: соотношение внутреннего и международного въездного туризма в 2017 г., % (составлено данным [12,13]):

Условные знаки рис.5:

Группы гостей	Страны	Уд.вес стран в турпотоке в Одессу, %
ТОП-3	Россия	19,62
	Молдова	10,77
	Беларусь	2,4
Иностранные туристы из других стран	Израиль	1,66
	Германия	1,53
	Болгария	1,46
	США	1,34
	Австрия	0,75
	Швейцария	0,58
	Литва	0,39
Внутренний туризм	Украина	59,5
	Всего	100

Динамику иностранных туристов можно анализировать по статистике судозаходов пассажирских лайнеров с иностранным флагом в Одессу. На графике динамики (рис.6) наблюдается резкий спад после 2013 г. (иностранные лайнеры не заходят в Одессу как небезопасное для туристов место). Прогнозы на 2020–2021 гг. предполагали начало восстановления круизного направления. Этот прогноз в связи с коронавирусом потерял актуальность.



Р и с. 6. Динамика судозаходов пассажирских лайнеров с иностранным флагом в Одессу в 2007– 2019 гг. и прогноз 2020–2021 гг., ед. (составлено данным [3])

Главное преимущество Одессы остаётся прежним – это черноморский город-порт и город-курорт. В качестве **нового фактора конкурентоспособности** в работе рассматривается «бренд умного города». Наличие бренда «умный город» означает благоустройство (умное освещение, обращение с отходами, транспортная мобильность, в том числе парковки и др.). Для туриста особое значение имеют онлайн-услуги, дающие возможность легко ориентироваться в городском пространстве, решать вопросы размещения, экскурсионного поведения и др. [8]. Одесса – лидер в своей стране по активности (и готовности) создания «умного города». Город начинает вводить информационные технологии, которые позволят повысить в первую очередь качество жизни, удобство для одесситов (около 1,2 млн. чел. в 2019 г. [10]), а также многочисленных туристов (3,3 млн. туристов, 2019 г. [11]). Рост населения и гостей города требует «умной» организации городской среды и системы онлайн-услуг в туристском пространстве крупного города. Для Одессы уже характерно взаимодействие транспортной, коммунальной и информационной систем через сеть Интернет, что повышает эффективность работы органов власти, а также способствует обеспечению снижения энергопотребления, максимальному комфорту для горожан и туристов. Для этого в городе установлены многочисленные «умные» камеры видеонаблюдения в людных местах и на территориях вокруг достопримечательностей (чтобы онлайн видеть Одессу в любой точке мира, а также для безопасности граждан), главные улицы города обеспечены беспроводной сетью Wi-fi, осуществляется внедрение систем жизнеобеспечения для контроля электроснабжения, газоснабжения, а также водоснабжения, распределения транспорта и т.д.

В Одессе остаются нерешёнными острые проблемы – это большие затраты (до 40% бюджета города) на уличное освещение, что требует технологического решения в стиле «умного города». Не решена актуальная проблема с автомобильными парковками в центральной части города и утилизацией растущего объема городских отходов. Для решения этих городских проблем компания IoT Ukraine разработала программу «Умного города» [2]. Концепцию применяют в таких сферах как: промышленность, логистика, сельское хозяйство, окружающая среда, транспорт и движение, паркинг, управление отходами, «умное освещение», защита и безопасность жителей. Главными проблемами её внедрения в городах Украины (работы ведутся в Львове, Днепре, Харькове, Одессе и Киеве) являются финансы, специалисты и время.

Одесса станет первым городом Украины, у которого будет виртуальная копия (карта города – цифровой двойник)¹. Карта отображает

¹ Отрасли будущего: «умные» города и дома URL: <https://mind.ua/ru/publications/20188390-otrasli-budushchego-umnye-goroda-i-doma>.

разные проблемные сюжеты городской жизни в реальном времени. Например, это может быть перенаправление потоков транспорта, наблюдение за пространственной концентрацией населения (например, дневного населения города), экономическим «поведением» гостей (например, траты денег туристами) и др. Карта будет способствовать анализу социально-экономических и пространственных процессов для выявления проблем и поиска решений (карта как средство управления городским пространством). Карта – это модель пространственного планирования, на которой изменения сначала можно протестировать в цифровом двойнике и предотвратить ошибки ещё на стадии проектирования.

Таблица.

Элементы «умного города» в туристском образе
Одессы (составлено по разным источникам)

	Элементы «умного города» (онлайн-услуги)	Характеристика элементов
1	Wi-Fi	Обеспеченность беспроводной локальной сетью большинства главных улиц города: Стамбульский парк, Александровский проспект, Приморский бульвар, улица Дерибасовская и т.д.
2	Виртуальная карта города ¹	Наличие карт 3D-туров по Одессе, карт с указанием пробок, интерактивных карт-панорамы улиц.
3	Информационные центры	Туристический информационный центр (традиционный и инновационный). Он представляет собой офис с актуальной информацией о достопримечательностях, мероприятиях и фестивалях, инфраструктуре города (в виде буклетов, справок, экскурсий), магазин с сувенирной и брендовой продукцией, лекторий и кафетерий.
4	Веб-сайты музеев, концертных залов	Наличие у каждого музея веб-сайта, на котором открыты выставки-онлайн, виртуальные экскурсии на трёх языках: украинский, русский, английский.
5	Целевые онлайн-платформы	«Социально-активный гражданин» (подача электронных петиций, общественное обсуждение, общественный бюджет); «Мой город» (возможность предложить, спонсировать проекты); оплата услуг ЖКХ онлайн и т.д.

Бренд «умного города» (и его создание) можно считать основным фактором инновационного развития Одессы как туристской дестинации. Это современный и перспективный ключевой фактор конкурентных преимуществ Одессы как туристского центра. Считаю важным обратить

¹ Цифровой двойник Одессы: что это и в чем выгоды для горожан? //Одесская жизнь. 2019-10-05 URL: <https://odessa-life.od.ua/news/cifrovoy-dvojnok-odessy-chto-jeto-i-v-chem-vygody-dlja-gorozhan>.

внимание на необходимость включения бренда «умный город» в характеристику (облик) и образ туристских центров.

Современную тенденцию развития городского туризма поддерживает ЮНВТО – Всемирная туристская организация, в состав которой входят 159 стран, 6 ассоциированных членов и 500 присоединившихся членов¹. Например, 9–12 октября 2019 года в Казахстане (г. Нур-Султан – столица) работала сессия 8-го Глобального Саммита ЮНВТО [17] по *городскому туризму* «Умные города, умные дестинации» («Smart Cities, Smart Destinations», 2019). Это достаточно важное и значимое мероприятие, так как на нём многие мэры городов обменялись мнениями о развитии городского туризма. На Саммите принята *Нур-Султанская Декларация «Умные города, умные направления»* (Nur-Sultan Declaration, 2019) [16]. В декларации указано, что по данным ООН, в 2015 году 54% населения мира проживало в городских районах, и ожидается, что к 2030 году эта доля вырастет до 60%. Растущая популярность городов как туристических направлений приносят пользу как туристам, так и городам. При этом рост городского туризма создает значительные проблемы в использовании природных и историко-культурных ресурсов, безопасности и др. Целостная концепция *умных направлений в развитии городского туризма* основана на пяти направлениях: инновации, технологии, доступность, устойчивость и управление. Декларация призывает к объединению общих усилий и расширению международного сотрудничества для создания устойчивого городского туризма и городов для всех – граждан и гостей.

Коронавирус разрушил традиционное понимание безопасности туризма, особенно в городах. Актуальным становится разработка новой концепции и правил «вирусной» безопасности.

Список литературы

1. Ассоциация «Туризм Одессы». Справочник по МІСЕ-туризму в г. Одессе. 2016. 116 с.
2. В Одессе представили программу «Умный город» [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://odessa.dozor.ua/news/odessa/1217502>.
3. Главное управление статистики в Одесской области [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>.
4. Голомидова О. Ю. Туризм как феномен городской культуры: автореферат дис. канд. культурологии: 24.00.01 / Голомидова Ольга Юрьевна; [Место защиты: Ур. федер. ун-т имени первого Президента России Б.Н. Ельцина] Екатеринбург, 2019 - 23 с.

¹ ЮНВТО [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.unwto.org/who-we-are>.

5. Европейская Россия (в том числе описание Одессы) // Земля и люди. Всеобщая география Элизе Реклю/ пер. с фр. под ред. С.П. Зыкова. – СПб., 1898. Т. 5. С. 847–852.
6. Захарова Е. А. Стратегии туризма в столичных городах в конце XIX - начале XX века: Санкт-Петербург, Москва, Париж: автореферат дис. канд. историч. наук: 07.00.02 / Захарова Евгения Андреевна; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова]. Москва, 2017 - 30 с.
7. Иллюстрированный путеводитель по Крыму, Кавказу и Ближнему Востоку [Электронный ресурс] / Русское общество пароходства и торговли. - Москва, 1912 (2017). - [54], 572, [22] с.
8. Молчанова В.А. Тенденции инновационного развития туристских дестинаций: «умная дестинация» / М.А. Молчанова // Экономика и предпринимательство. 2017. № 9-3 (86-3). С. 715-720.
9. Мутаевичи, Е. П., Семенова, Л. В. Городской туризм – драйвер экономики впечатлений. Наука и туризм: стратегии взаимодействия, 2017, 6(4), 4-12.
10. Население Одессы в 2019 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ru.aznations.com/population/ua/cities/odessa>.
11. Официальный сайт города Одессы [Электронный режим] Режим доступа: <https://omr.gov.ua/ru/news/218741/>.
12. Саркизов-Серазини Иван Михайлович. Черное море: справочник-путеводитель / под ред. Г.И. Голуб. - Москва, 1938 (2014). - 240 с., 1 вкл. л. карт.
13. ТОП областей Украины, из которых едут в Одессу, 2017 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ain.ua/special/big-data-in-odessa/>.
14. ТОП-стран, из которых едут в Одессу, 2017 год [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ain.ua/special/big-data-in-odessa/>.
15. Burdack J. Internationaler Städtetourismus in Deutschland //N aktuell 12 [Электронный ресурс] Режим доступа: http://aktuell.nationalatlas.de/wp-content/uploads/18_02_Staedtetourismus.pdf.
16. Global city leaders adopt ‘nur-sultan declaration’ on smart cities at urban tourism summit in Kazakhstan, 19 октября 2019 г. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.unwto.org/global-city-leaders-adopt-nur-sultan-declaration-smart-cities-urban-tourism>.
17. 8TH UNWTO Global summit on urban tourism "Smart cities, smart destinations". Nur-Sultan, Kazakhstan, on 9-12 October 2019 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.unwto.org/node/152>.

ODESSA: NATIONAL AND INTERNATIONAL TOURIST CENTER

T.I. Lisenkova, S.I. Yakovleva

Tver State University, Tver

The results of the assessment of Odessa as a center of domestic tourism of Ukraine and a new international tourism center are shown. The author analyzes the structure of the modern tourist flow, specialization and a new innovative development factor - the brand of the “smart city”. It is proposed to consider this brand as an element of the modern and promising tourist image of the city.

Key words: *urban tourism, Odessa, "smart tourism" and "smart" city, tourist image of the city.*

Об авторах:

ЛИСЕНКОВА Татьяна Игоревна – студентка 3 курса бакалавриата по направлению «Туризм» Тверской государственной университет, e-mail: lisenkova-2016@mail.ru

ЯКОВЛЕВА Светлана Ивановна – доктор экономических наук, кандидат географических наук, доцент, профессор кафедры туризма и природопользования ТвГУ, e-mail: Sv_Yakowleva@mail.ru.