

DOI: [10.32702/2307-2156-2022.1.36](https://doi.org/10.32702/2307-2156-2022.1.36)

УДК 338.482

С. С. Кравцов,
к. держ. упр., доцент кафедри туризму та рекреації,
Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ
ORCID ID:0000-0002-2016-1974
А. А. Тертична,
студентка 2 курсу факультету ресторанно-готельного та туристичного бізнесу,
Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ
ORCID ID: 0000-0001-6479-1823

"ПОДОРОЖ ДРУГИМ МІСТОМ" ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

S. Kravtsov
PhD in Public Administration, Associate Professor of the Department of Tourism and Recreation,
Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv
A.Tertychna
2nd year student of the Faculty of restaurant-hotel and tourism business,
Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv

SECOND CITY TRAVEL AS A PERSPECTIVE WAY OF THE TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE

У статті було розглянуто нову туристичну тенденцію «подорож другим містом», яка спрямована на зменшення масового туризму у популярних туристичних центрах за допомогою рівномірного розподілу туристичних потоків за великою кількістю напрямків, що дасть можливість розвитку маловідомим DESTINAЦІЯМ та захисту навколишнього середовища. При запропонованні альтернативних міст для подорожі мова йде про вибір напрямків, в яких, як і у відомих DESTINAЦІЯХ, є достатня кількість схожих атракцій для запропоновання, але разом з тим вони маловідвідувані через недооцінювання культурних активів. Це можливість для української туристичної індустрії розкрити свій потенціал та продемонструвати мандрівникам якісний вітчизняний туристичний продукт і дати поштовх до зміцнення бренду України як туристичного напрямку. Після проведення аналізу туристичних міст України, було виявлено, що найкращими варіантами «других міст» для Львова є місто Дрогобич, а для Києва – місто Чернігів.

The article examined a new tourist trend "second city traveling". It aims to reduce mass tourism in popular tourist centers by evenly distributing tourist flows to a large number of destinations. It will enable the development of little-known destinations and environmental protection. Many states are faced with the phenomenon of uncontrolled increase in visitors to well-known destinations. They are forced to implement integration models of tourist destination management and develop recommendations. But following which it is possible to manage more effectively tourism in congested destinations. It is a question of choosing destinations when alternative cities are offered

for traveling. Proposed "second" destinations are like the known destinations, they have a sufficient number of similar attractions to offer, but at the same time, they are little visited because of the undervaluation of cultural assets. Ukraine has not yet seen a significant manifestation of overtourism, but in the future there are all the prerequisites for the development of this phenomenon. Today the phenomenon of overtourism is observed locally in the most famous destinations in certain peak tourist periods and leads to negative consequences. Based on the world experience, in order to prevent and avoid overtourism in Ukraine, it is necessary to take appropriate measures in advance. It is necessary to be ready for this in advance in order to minimize the risks in the design of tourism development programs and the formation of investment policy in tourism. This is a good opportunity for the Ukrainian travel industry to unlock its potential and show travelers the high-quality domestic tourism product and give impetus to strengthening the brand of Ukraine as a tourist destination. Based on international experience, we introduced a methodology for determining the "second city," which was used to analyze the tourist locations of Ukraine. According to this result, it was found that the best options for "second cities" for Lviv is Drohobych, and for Kyiv is Chernihiv. In order to promote the "second city" in Ukraine, we have developed stages, which should be coordinated with the administrative bodies involved in the development of tourism at the regional level. SWOT analysis showed that there are strengths and high chances for its development, despite a number of drawbacks and risks, negatively affecting the promotion of this tourist destination.

Ключові слова: «подорож другим містом»; «друге місто»; овертуризм; андертуризм; дестинація; атракція; туристичні потоки.

Keywords: "secondcitytraveling"; "secondcity"; overtourism; undertourism; destination; attraction; touristflows.

Постановка проблеми. З розвитком туристичної галузі багато популярних світових напрямків в останні роки зіткнулись з наслідками надмірного туризму. Тенденція великої кількості мандрівників відвідувати одні й ті самі туристичні дестинації, що отримала назву овертуризм (від англ. «overtourism»), призводить до згубних наслідків навколишнього середовища, руйнуванню відомих пам'яток, збільшення кількості відходів, втрати автентичності туристичних міст, конфліктів між туристами і місцевими жителями. Незважаючи на те, що на сьогодні в Україні поки що не спостерігалось значного прояву овертуризму, як в інших країнах світу, явище надмірного туризму все ж таки проявляється локально в пікові періоди в деяких великих туристичних центрах і призводить до низки вагомих проблем, що потребують вживання певних заходів.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженням явища "овертуризм" та тенденцією "подорожі другим містом" займалися закордонні та вітчизняні вчені, такі як С. Антонелла, К. Бетран, Е. Хайнс, Л. Хемпсон, С. Френч, Он. Адамс., Н. А. Опанасюк, Л.Д. Божко та інші.

Мета. Обґрунтувати необхідність розвитку «подорожі другим містом» в Україні; визначити «другі міста» для найбільших туристичних центрів України: Києва та Львова.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «друге місто» (від англ. «secondcity») часто використовується для позначення міста, що є другим за чисельністю населення країни. Однак коли він застосовується до підходу характеристики туристичного напрямку, то набуває зовсім іншого значення. «Подорож другим містом» зазвичай не є першим та очевидним вибором для туристів під час визначення місця відвідування. Проте цей напрямок також, як і відоме місто, пропонує значну кількість своїх туристичних ресурсів, які можуть зацікавити туристів. Як і у будь-якої нової концепції, у «подорожі другим містом» ще немає офіційного визначення. Проте booking.com і більшість веб-сайтів визначають її так: «подорож другим містом» — це дослідження менш відомих напрямків, спрямоване на зменшення масового туризму та захист навколишнього середовища» [1].

«Подорож другим містом» не означає, що туристи повинні пропустити основні визначні пам'ятки чи події у відомій дестинації. Певні атракції назавжди залишаться шедеврами світової спадщини, що не мають собі рівних і які завжди будуть вабити туристів понад усе. У «подорожі другим містом» мова йде не про абсолютні заміники відомих дестинацій, а про вибір напрямків, в яких є достатня кількість схожих атракцій для запропонування, але разом з тим вони маловідвідувані через недооцінювання культурних активів. Для таких дестинацій проблемою є недостатній туризм – андертуризм (від англ. «undertourism»), який призводить до підриву економіки. «Подорож другим містом» може допомогти їм зцілити історію, вирішити екологічні проблеми, а також сприяти створенню умов для забезпечення прискореного економічного розвитку[2].

Значною перевагою «подорожі другим містом» є можливість уникнення натовпу, черг, а також будь-яких обмежень на відвідування туристичних пам'яток. Слід також зазначити, що на теперішній час, у зв'язку з введеними заборонами та обмеженнями в період пандемії COVID-19, обраний для подорожі варіант відвідування менш відомої дестинації є особливо актуальним, так як може стати запорукою безпечного відпочинку. Цей напрямок не потребує попереднього бронювання і дає можливість відправитись в подорож по індивідуальному розробленому туру, отримати гарний сервіс обслуговування при значно менших витратах та здобути справжній автентичний досвід [3].

«Подорож другим містом» можна розглядати як підформу сталого туризму, тому що він може задовольнити всіх учасників туристичного процесу і водночас розвинути можливості для майбутнього [2]

Відоме американське туристичне агентство Adventure Student Travel (AST), яке спеціалізується на освітніх турах і групових подорожах для студентів, пропонує застосовувати практику «подорожі другим містом», оскільки вона є більш бюджетною, менш переповненою та, як правило, має достатню кількість культурно-пізнавальних та розважальних атракцій. Одним з найкращих серед таких напрямків за їхніми даними можна вважати міста Сан-Франциско і Сан-Хосе, що розташовані в штаті Каліфорнія. AST стверджує, що ці дестинації схожі між собою. Не зважаючи на те, що місто Сан-Хосе є меншим за розміром за Сан-Франциско, воно може запропонувати при значно менших витратах достатню кількість подібних туристичних ресурсів. AST зазначає, що аналогічні варіанти «подорожей другим містом» можна застосовувати не тільки в США, а й в будь-якій країні світу [4].

Криза у світовій економіці, викликана пандемією COVID-19, скоротила кількість туристичних потоків у світі більш як на один мільярд осіб. Проблема овертуризму на якийсь час втратила свою актуальність, але згідно з прогнозами UNWTO, туристичні потоки можуть відновитися до рівня 2019 протягом 2,5-4 років. За даними Державної Агенції Розвитку Туризму (ДАРТ) кількість іноземних туристів, які відвідали Україну в 2020 році, зменшилась в чотири рази порівняно з 2019 роком, а на період січень-грудень 2021 року збільшилась на 9%, якщо порівняти її з аналогічними показниками минулого року [5]. Це свідчить про те, що туристична активність в Україні почала поступово відновлюватися..

В Україні явище надмірного туризму спостерігається лише в певні пікові туристичні періоди в таких містах як Київ, Львів, Харків, Одеса, Умань, а також у приморському та карпатському курортних регіонах. Це пояснюється тим, що саме в цих дестинаціях розташована основна туристична інфраструктура, яка привертає увагу мандрівників та інвесторів, залишаючи інші регіони поза увагою.

Так, наприклад, м. Умань Черкаської області відвідує щороку від 25-40 тис. паломників-хасидів. За повідомленням Управління комунікації Національної поліції з 6-8 вересня 2021 р., Умань відвідало понад 29 тис. прочан-хасидів [6]. Населення Умані на 2021 р. складає 83,7 тис. осіб [7], тож на декілька днів в цьому році його кількість зростає на 36%, а з таким напливом туристів місту дуже важко впоратись.

На сьогодні проблема надмірного туризму існує також і в Києві, оскільки столиця України є найбільш популярним і відвідуваним туристичним центром країни. Згідно з даними ДАРТ та КМДА, на 1.12.2021 рік туристичний потік в Україні склав 3, 1 млн осіб, з них 1, 7 млн відвідало Київ. Прогнозується, що він буде збільшуватись та у 2024 році становитиме 6 млн [5]. Особливо надмірна кількість туристів в місті спостерігається під час проведення фестивалів, міжнародних спортивних змагань, урочистих заходів з нагоди визначних дат та під час релігійних свят.

Також проблема надмірного туризму є актуальною й для Львова. Місто є одним з найвідоміших туристичних центрів України і постійно приваблює до себе туристів. У 2020 році через пандемію COVID-19 туристичні потоки у Львові зменшились більше ніж в чотири рази, але після послаблення карантинних обмежень з 1.01-1.10.2021 року кількість туристів, порівняно з минулим роком, зростає майже на 50%: іноземних туристів збільшилось на 57,93%, а внутрішніх туристів - на 68,34% [8]. Це підтверджує, що Львів користується великою популярністю серед туристів, які подорожують Україною, і має всі передумови для виникнення овертуризму в майбутньому. Особливо надмірний потік туристів у Львові спостерігається в пікові туристичні періоди: під час святкування новорічно-різдвяних свят; у періоди проведення конференцій, симпозіумів; різноманітних фестивалів, концертів та тематичних свят.

За даними Одеської міської ради, починаючи з 2017 року, кількість відвідувачів міста постійно зростає і на 2019 рік складала 3,3 млн, а це більше ніж утричі перевищує населення Одеси і свідчить про те, що за рік на кожного одесита припало по три туристи. В умовах пандемії і карантинних обмежень у 2020 році туристичний потік знизився на 39,4%, а на кінець 2021 року було помічено, що порівняно з попереднім роком кількість туристів зростає на 66,6% і якщо взяти до уваги те, що кількість туристів, які подорожують Україною, значно перевищує іноземних, можна прогнозувати, що в Одесі й надалі можливе збільшення відвідувачів за рахунок внутрішнього туризму [9]. Така увага туристів до Одеси зумовлена тим, що місто-курорт є культурним, освітньо-науковим та туристичним центром країни. За даними моніторингу мобільних операторів, туристичні потоки протягом року в місті розподіляються нерівномірно, а піковий туристичний період в Одесі тримається переважно у липні та серпні [10].

Україні є що запропонувати найвибагливішому туристу, але про нові маршрути та пам'ятки низька проінформованість навіть серед місцевого населення. Це призводить до того, що популярні туристичні дестинації занадто переповнені, а інші – практично не задіяні. «Подорож другим містом» може стати альтернативою популярним напрямкам і висвітлювати привабливі маршрути і цікаві місця.

Спираючись на світовий досвід, можна запровадити методику визначення «другого міста». Основними її завданнями є :

1. Виявлення в альтернативному місті рекреаційного потенціалу і туристичних ресурсів.
2. Оцінювання рекреаційного потенціалу і туристичних ресурсів потенційного другого міста, що враховує: унікальність об'єктів; доступність об'єктів; різноманітність і комплексність об'єктів; фізичний стан об'єктів.
3. Визначення спільних характеристик відомої і альтернативної дестинацій, а саме: природних ресурсів; історичної спадщини; стилю містобудування та архітектури; культури; традицій та гастрономії; атмосфери у місті; публічних розважальних заходів, туристичної інфраструктури.
4. Оцінювання використання туристичних і рекреаційних ресурсів для потенційного другого міста, державних установ і туристів.

Скориставшись цією методикою, було проведено аналіз туристичних міст України, за результатами якого в якості «другого міста» для Львова найкращим варіантом було виявлено місто Дрогобич. Це стародавнє місто з багатовіковою історією розташовується у 86 км від обласного центру на межі Наддністрянської рівнини і Карпатського передгір'я, на річці Тисмениці. У Дрогобичі збереглися унікальні об'єкти історичної, архітектурної та культурної спадщини державного та світового значення. Також в місті знаходиться найстаріший в Європі Дрогобицький солеварний завод, який до нині працює з 1250 року [11].

Якщо провести порівняльний аналіз Львова і Дрогобича, можна виявити між ними багато спільних ознак. Обидва міста були засновані за часів панування Галицько-Волинського князівства. Завдяки спільному історичному минулому, Львів і Дрогобич мають схожі традиції, культуру й архітектурні пам'ятки. Сучасний вигляд Дрогобича, як і Львова, сформувався під впливом і взаємодією різних культур і архітектурних течій. Дрогобицькі бруковані вулиці, будинки часів Австро-Угорської імперії, унікальні храми, а також площа Ринок, у центрі якої знаходиться міська ратуша, що має вежу з оглядовим майданчиком, нагадують Львів. Слід зазначити, що в Дрогобичі також можливе відвідування музеїв і театрів. В місті часто проводяться різні фестивалі, тематичні заходи та театралізовані дійства, вечірні екскурсії вулицями та підземеллями. Дрогобич, як і Львів можна відвідувати з метою фото- і гастротуризму. В обох містах розвинені транспортна і туристична інфраструктури.

Після проведення аналізу туристичних міст України, за вищезгаданою методикою, було виявлено, що для Києва найкращим варіантом «другого міста» є місто Чернігів, яке розташоване в 141 км від Києва. Це одне з найдавніших міст України, яке було другим після Києва центром Київської Русі. Воно зберегло велику культурно-історичну спадщину. Місто має значний рекреаційний потенціал і вважається одним з найчистіших міст країни [12]. Порівнюючи Чернігів та Київ можна помітити, що обидва міста мають багато спільних ознак. Вони розташовані у Придніпровській низовині тому мають схожі природні ресурси. Спільне історичне минуло цих міст наклало відбиток на схожість їх традицій, культури та архітектурних пам'яток. Високий берег Десни, парки, церкви, собори, підземелля та печери нагадують Київ. Однією із спільних рис атракційної привабливості Чернігова та Києва є розвиток подієвого, гастрономічного, пізнавального, релігійного та активного туризму. В Чернігові також гарно розвинена транспортна інфраструктура та сфера гостинності [13].

Проведений SWOT-аналіз «подорожі другим містом» в Україні показав, що, не дивлячись на ряд недоліків та ризиків, які негативно впливають на просування цього туристичного напрямку, були виявлені сильні сторони та високі шанси для його розвитку. Основні зусилля слід спрямувати на підвищення ефективності взаємодії з цільовою аудиторією через використання сучасних маркетингових програм для рекламування вітчизняних маловідомих дестинацій як усередині України, так і за її межами.

Висновок. Використання в Україні «подорожі другим містом» допоможе рівномірно розподіляти туристичні потоки за великою кількістю напрямків, що дасть можливість відомим дестинаціям не перевищувати їх туристичний максимум, а маловідомим дестинаціям стати найбільш привабливими для мандрівників, тим самим відволікаючи їх від стереотипних туристичних магнітів.

Список літератури.

1. Booking.com (2019), "Predicts the Top Travel Trends for 2020", веб-сайт. URL: <https://globalnews.booking.com/bookingcom-predicts-the-top-travel-trends-for-2020/> (дата звернення: 22.11.2021).
2. Antonella Sofia Vila (2020), "Second city travelling", [Online], веб-сайт. URL: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/352715/Second%20City%20Travelling%20Final%20%20PDF.pdf?sequence=2&isAllowed=y> (дата звернення: 20.11.2021).
3. Oanh Bui (2020), "Second city – a new travel trend in 2020", веб-сайт. URL: <https://destination-review.com/en/second-city-a-new-travel-trend-in-2020/> (дата звернення: 22.11.2021).
4. Adventure Student Travel (2020), "AST Travel Trends for 2020", веб-сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-9jO1HhoLeQ> (дата звернення: 20.11.2021).
5. DART (2021), "Кількість туристів до України за 1-е півріччя 2021 року зросла на 9% в порівнянні з 2-им півріччям 2020 року", веб-сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/kilkosti-turistiv-do-ukrayini-za-pershe-pivrichchya-2021-roku-zroslo-na-9-v-porivnyanni-z-drugim-pivrichchiam-2020-roku> (дата звернення: 01.12.2021).
6. Главком (2021), "В Умань прибуло майже 30 тисяч хасидів ", веб-сайт. URL: <https://glavcom.ua/news/v-uman-pribuli-mayzhe-30-tisyach-hasidiv--781041.html> (дата звернення: 05.12.2021).

7. AzNations (2021), "Населення України 2021", веб-сайт. URL: <https://ru.aznations.com/population/ua/cities/uman> (дата звернення: 05.12.2021).
8. Львівський Портал (2021), "Львів vs COVID-19: в якому стані туристична галузь міста", веб-сайт. URL: <https://portal.lviv.ua/news/2021/09/09/lviv-vs-covid-19-v-iakomu-stani-turystychna-haluz-mista> (дата звернення: 07.12.2021).
9. Офіційний сайт міста Одеса (2019), "Понад три мільйони туристів відвідали одесу у 2018 році", веб-сайт. URL: <https://omr.gov.ua/ua/news/114553/> (дата звернення: 07.12.2021).
10. AIN (2021), "Море данных: как Одесская область развивает туризм с помощью Big Data", веб-сайт. URL: <https://ain.ua/special/big-data-in-odessa/> (дата звернення: 08.12.2021).
11. Wiki Voyage (2021), "Дрогобич", веб-сайт. URL: <https://uk.m.wikivoyage.org/wiki/Дрогобич> (дата звернення: 07.12.2021).
12. Киявія (2020), "Цікаві факти про Чернігів", веб-сайт. URL: <https://kiyavia.com/cities/chernihiv> (дата звернення: 08.12.2021)/.
13. Чернігівщина туристична (2021), "Ніжинський район", веб-сайт. URL: <https://chernihivregion.travel/directions/nizhyn-district> (дата звернення: 09.12.2021).

References.

1. Booking.com (2019), "Predicts the Top Travel Trends for 2020", available at: <https://globalnews.booking.com/bookingcom-predicts-the-top-travel-trends-for-2020/> (Accessed: 22.11.2021).
2. Vila, A. S. (2020), "Second city travelling", available at: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/352715/Second%20City%20Travelling%20Final%20%20PDF.pdf?sequence=2&isAllowed=y> (Accessed: 20.11.2021).
3. Bui, O. (2020), "Second city – a new travel trend in 2020", available at: <https://destination-review.com/en/second-city-a-new-travel-trend-in-2020/> (Accessed: 22.11.2021).
4. Adventure Student Travel (2020), "AST Travel Trends for 2020", available at: <https://www.youtube.com/watch?v=9jO1HhoLeQ> (Accessed: 20.11.2021).
5. DART (2021), "The number of tourists to Ukraine in the 1st half of 2021 increased by 9% compared to the 2nd half of 2020", available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/kilkosti-turistiv-do-ukrayini-za-pershe-pivrichchya-2021-roku-zroslo-na-9-v-porivnyanni-z-drugim-pivrichchiam-2020-roku> (Accessed: 01.12.2021).
6. Hlavkom (2021), "Almost 30,000 Hasidim arrived in Uman", available at: <https://glavcom.ua/news/v-uman-pribuli-mayzhe-30-tisyach-hasidiv--781041.html> (Accessed: 05.12.2021).
7. AzNations (2021), "Population of Ukraine 2021", available at: <https://ru.aznations.com/population/ua/cities/uman> (Accessed: 05.12.2021).
8. Portal Lviv (2021), "Lviv vs COVID-19: the state of the city's tourism industry", available at: <https://portal.lviv.ua/news/2021/09/09/lviv-vs-covid-19-v-iakomu-stani-turystychna-haluz-mista> (Accessed: 07.12.2021).
9. Ofitsijnyj sajт міста Одеса (2019), "More than three million tourists visited Odessa in 2018", available at: <https://omr.gov.ua/ua/news/114553/> (Accessed: 07.12.2021).
10. AIN (2021), "A sea of data: how the Odessa region develops tourism with the help of Big Data" available at: <https://ain.ua/special/big-data-in-odessa/> (Accessed: 08.12.2021).
11. Wiki Voyage (2021), "Drohobych", available at: <https://uk.m.wikivoyage.org/wiki/Дрогобич> (Accessed: 07.12.2021).
12. Kiyavia (2020), "Interesting facts about Chernihiv", available at: <https://kiyavia.com/cities/chernihiv/> (Accessed: 08.12.2021).
13. Chernihivschyna turystychna (2021), "Nizhyn region", available at: <https://chernihivregion.travel/directions/nizhyn-district> (Accessed: 09.12.2021).

Стаття надійшла до редакції 20.01.2022 р.