

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
«_____» _____ 2022р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧ ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

на тему:

ТЕРИТОРІАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ
РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Виконавець: здобувач вищої освіти 4 курсу групи Т-413 **Цімерман**
Валерія Володимирівна

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та
країнознавства **Сайчук Віктор Степанович**

Нормоконтролер: _____ **Борисюк Оксана Анатоліївна**
(підпис) (П.І.Б)

КИЇВ – 2022

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства
Спеціальність: 242 «Туризм»
ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.

«_____» _____ 2022р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ Цімерман Валерія Володимирівна (П.І.Б. випускника)

1. Тема роботи «Територіальна організація релігійного туризму в Україні» затверджена наказом ректора № 400/ст від «19» квітня 2022 р.

2. Термін виконання роботи: з «16» травня 2022 р. по «19» червня 2022 р.

3. Вихідні дані роботи: при написанні дипломної роботи у якості джерельної баз використовувались статистичні дані про виїзні та внутрішні туристичні потоки в Україні.

4. Зміст пояснювальної записки:

РОЗДІЛ 1. Теоретико-методичні засади дослідження релігійного туризму

РОЗДІЛ 2. Чинники і тенденції розвитку релігійного туризму в Україні

РОЗДІЛ 3. Проблеми та перспективи релігійного туризму в Україні

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Рис.1.1 Етапи паломницької подорожі, Рис. 1.2 Основні функції релігії, Рис. 1.3 Засоби просування туристичного продукту, Рис. 1.4 Види реклами, Рис.1.5

Порівняльна оцінка ароматизованої та неароматизованої торгівельної точки з однаковими товарами, Рис. 2.1 Стан туристичної галузі в Україні, Рис. 2.2 Обсяги та динаміка туристичних потоків прочан у найбільші паломницькі центри України (тис.осіб).

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Відмітки про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	02.05 – 06.05 2022 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	07.05 – 08.05 2022 р.	Виконано
3.	Аналіз різних, інформаційних джерел, щодо теоретико-методичних досліджень релігії. Написати перший розділ.	09.05 – 15.05 2022 р.	Виконано
4.	Визначити чинники та тенденції розвитку релігійного туризму в Україні. Написати другий розділ.	16.05 – 25.05 2022 р.	Виконано
5.	Виявити проблеми та перспективи релігійного туризму в Україні. Написати третій розділ.	26.05 – 31.05 2022 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки.	01.06 - 05.06 2022 р.	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	06.06 – 09.06 2022 р.	Виконано
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	10.06 – 12.06 2022 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.	16.06.2022 р.	

7. Дата видачі завдання: «02» травня 2022 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Сайчук В.С.
(підпис керівника) (П.І.Б.)
Завдання прийняв до виконання _____ Цімерман В.В.
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Організація релігійного туризму в Україні»: 85 сторінок, 7 рисунків, 4 таблиці, 36 використаних джерел та 4 додатків.

Об'єкт дослідження – релігійний туризм в Україні.

Предмет дослідження – територіальна організація релігійного туризму в Україні.

Мета дослідження - дослідження паломницької діяльності, зокрема аналіз ресурсів релігії , мережі паломницьких об'єктів, паломницьких потоків та маршрутів.

В дипломній роботі використано такі **методи**: літературний аналіз, історико- географічний метод, системно-структурний аналіз, просторовий аналіз, статистичний метод, картографічний метод, порівняльний метод.

Інформаційними джерелами при написанні роботи були досліджені праці вітчизняних вчених, статистичні дані, Інтернет-ресурси українських національних туристичних сайтів.

Наукова новизна роботи полягає у аналізі та узагальненні найновіших теоретичних та практичних даних офіційних джерел. Дослідження особливості, проблеми та перспективи організації релігійного туризму в Україні.

РЕЛІГІЙНИЙ ТУРИЗМ, РЕЛІГІЯ, ЧИННИКИ РОЗВИТКУ,
ПАЛОМНИЦТВО, УКРАЇНА, МЕТОДИ

ЗМІСТ

ВСТУП.....
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ.....
1.1. Сутність релігії та релігійного туризму.....
1.2. Порівняльна характеристика паломництва та релігійного туризму	
1.3. Методи і досвід просування релігійного туризму.....
РОЗДІЛ 2. ЧИННИКИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	
2.1. Особливості розвитку релігійно-паломницького туризму в Україні	
2.2. Розміщення релігійних ресурсів та центрів	
2.3. Статистичні дані релігійного туризму в Україні	
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	
3.1. Проблеми релігійного туризму в Україні	
3.2. Шляхи вдосконалення релігійного туризму в Україні	
3.3. Новий релігійний тур в Україні	
ВИСНОВКИ	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність дослідження. Релігійний туризм – це діяльність, пов’язана з наданням послуг і задоволенням потреб туристів, які відправляються до святих місць і релігійних центрів, розташованих далеко від місця їх проживання. Значення понять «релігійний туризм» та «релігійне паломництво» потребує розмежування. Ці поняття часто ототожнюють не тільки в повсякденному житті, а й у законах і нормативних актах, що невірно. Деякі дослідники вважають, що паломництво та релігійний туризм – це два різні види людської діяльності, оскільки релігійний туризм – це соціально-економічна діяльність, а паломництво – лише релігійний, тому між цими поняттями є різниця. Інші вчені дотримуються думки, що релігійний туризм має дві сфери. Вони бувають паломницькі та пізнавально-екскурсійні. Більше того, є прогнози, що «чисте» паломництво з часом переросте в релігійний туризм, і ця тенденція сьогодні все більш помітна в країнах Європи.

Я вважаю, що пізнавальним екскурсійним релігійним туризмом правильніше називати релігійний туризм під час подорожей з релігійною метою, науковець може мати дослідницькі цілі, а будь-яка інша людина може прагнути задовольнити свій пізнавальний релігійний інтерес.

Будучи різновидом спеціалізованого туризму, релігійний туризм є невід’ємною частиною історико-культурної спадщини людства. Зарубіжні дослідники давно і плідно реалізували цю позицію. Українські вчені також почали досліджувати релігійний туризм. Серед них консенсус полягає в тому, що релігійний туризм має свою економічну, соціальну, духовну, культурну нішу і відіграє важливу роль у системі міжнародного та внутрішнього туризму, складаючи значну частину сучасної туристичної індустрії. Релігійний туризм має всі шанси стати творчою індустрією.

Україна не є напрямком, який традиційно розглядається туристами. Загальне сприйняття полягає в тому, що в ньому відсутні унікальні або специфічні культурні, духовні, етнографічні об’єкти, ландшафтні чи

екологічні пам'ятки, які не можна уникнути під час подорожі. І хоча Україна згадується в Енциклопедії туризму, її опис не дуже привабливий. Досі не можна знайти Україну в списку лідерів світового релігійного та паломницького туризму. Виняток становлять лише євреї-хасиди, які здійснюють паломництво в Україну, до могил своїх духовних вчителів (цадиків). Вкрай рідкісними стали візити православних з країн колишнього СРСР. Здебільшого мають паломницькі тури до Києво-Печерської та Почаївської лаври. Навряд чи можна зустріти паломників з Америки, Канади, Австралії, які відвідують греко-католицькі сакральні об'єкти, і поляків, які цікавляться релігійними об'єктами у Львові чи Бердичеві, де є багато католицьких монастирів чи соборів. Але всі ці поїздки відбуваються або приватно, або через паломницькі центри певних церков, не будучи частиною туристичної галузі.

Частково проблема може полягати в тому, що жодної інформації про священну Україну не можна зустріти у всесвітній мережі. Деякі спроби знайти опис українських релігійних об'єктів на популярних міжнародних туристичних об'єктах, на жаль, не увінчалися успіхом. Якщо й є описи українських храмів чи монастирів, то вони згадуються лише в рамках загальнокультурної складової туристичної подорожі. Тим часом, колискою східноєвропейського християнства вважають Україну та Київ. Львів став конфесійним центром для греко-католиків і католиків, частково для протестантів. Чернівці — центр православної митрополії Буковини та перлина старообрядництва. Умань і Меджибож — центри паломництва хасидів. Також є цікаві релігійні місця у мусульман, тубільців, протестантів, караїмів тощо.

Мета і завдання дослідження. Метою дипломної роботи є дослідження територіальної організації релігійного туризму в Україні, зокрема аналіз ресурсів релігії, мережі паломницьких об'єктів, паломницьких потоків та маршрутів. Також актуалізувати Україну як центр паломництва не лише хасидів, які успішно освоїли релігійні шляхи в Україну, а й показати різноманітні релігійні туристичні можливості для християн та інших. Адже

Україна стала батьківщиною багатьох народів, які сповідували різні релігії, залишивши по собі цікаві об'єкти сакральної культури.

Для досягнення поставленої мети передбачає виконання **ГОЛОВНИХ завдань:**

- Розглянути сутність релігії ;
- Проаналізувати етапи та методи дослідження структури й організації релігійного туризму регіону обласного рангу;
- Розглянути загальні тенденції розвитку туризму в Україні
- Оцінити обсяги, динаміку та географію туристичних потоків в Україні
- Виявити проблеми розвитку релігійного туризму в Україні
- Висвітлити шляхи вдосконалення релігійного туризму в Україні
- Розробити новий тур в Україні

Предмет дослідження: організація релігійного туризму в Україні.

Об'єкт дослідження: релігійний туризм в Україні.

Для досягнення окресленої мети дослідження й виконання поставлених завдань застосовано різноманітні **методи дослідження:** літературний аналіз, історико-географічний метод, системно-структурний аналіз, просторовий аналіз, статистичний метод, картографічний метод, порівняльний метод.

Наукова новизна отриманих результатів. У роботі було досліджено засади критерії релігії ; обґрунтовано основні заходи з розвитку релігійного туризму у населених пунктах України; сформовано новий тур в межах України.

Практичне значення отриманих результатів. Результати проведеного дослідження дали можливість оцінити стан розвитку релігійного туризму в країні, а також визначити заходи, спрямовані на забезпечення сталого розвитку релігійного туризму.

Особистий внесок випускника. У дипломній роботі використані власні розробки у формі рисунків і таблиць, отриманих на підставі обробки статистичних відомостей. На основі аналізу отриманих даних створені оригінальні картографічні матеріали.

Апробація отриманих результатів. Основні положення дипломної

роботи були висвітлені у чотирнадцятій всеукраїнської практично-пізнавальної конференції «Наукова думка сучасності і майбутнього».

Публікації. За результатами дослідження опубліковано одну статтю у науковому журналі.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Сутність релігії та релігійного туризму

Туризм – багатоаспектне явище, що поєднує географічні, економічні, соціальні, культурні та екологічні складові, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, тісно пов'язане з багатьма іншими сферами людської життєдіяльності, що зумовлює його значущість у соціально-економічному житті країн і народів [1].

Мандрівництво притаманне людині із часу її появи, тобто зародження подорожей відбувалося одночасно із зародженням людства [2]. Основними причинами, які спонукали перших людей подорожувати, були фізіологічні потреби у безпеці, їжі, розвідуванні місцевості, а також соціальні потреби у спілкуванні, задоволенні цікавості, обміні товаром, грабежі.

Релігійність притаманна людині із самого початку її існування. Подорожі із релігійною метою залишають помітний слід у всій історії туристичних подорожей: із найдавніших часів і пізніше – аж до сьогодення. За даними Всесвітньої туристичної організації кожного року кількість паломників, які відвідують основні святі місця становить від 300 до 330 мільйонів осіб, а це приблизно чверть усіх міжнародних туристичних прибуттів і щороку здійснюються понад 600 мільйонів національних та міжнародних релігійних подорожей [3]. В історії релігійного туризму та релігії відомо чимало подорожей із метою поклоніння язичницьким святиням, причому у різних народів.

Релігія — це набір організованих вірувань, практик і систем, які найчастіше стосуються віри та поклоніння контрольній силі, як-от особистий бог чи інша надприродна істота. Хоча це основне визначення, існує багато різних розуміння того, що таке релігія, і не всі релігії зосереджені на вірі в

бога, богів або надприродні сили.

Релігія часто включає культурні переконання, світогляд, тексти, пророцтва, одкровення та мораль, які мають духовне значення для членів певної віри, і вона може охоплювати низку практик, включаючи проповіді, ритуали, молитви, медитації, святі місця, символи, транс, і застілля.

Відомий психоаналітик Зигмунд Фрейд описав релігію як форму виконання бажань. Однак сучасна психологія визнає, що релігія може відігравати важливу роль у житті та переживаннях людини і навіть може покращити здоров'я та благополуччя. Насправді дослідження показали, що релігія може допомогти людям виробити здорові звички, регулювати свою поведінку та зрозуміти свої емоції — усі фактори, які можуть вплинути на ваше здоров'я.

Існує багато різних типів релігій, включаючи основні світові релігійні традиції, які широко відомі, а також набагато менш відомі системи вірувань менших груп населення. Деякі з них представляють монотеїзм або віру в одного бога, тоді як інші є прикладами політеїзму або віри в кількох богів. Деякі типи релігій включають, безперечно, не обмежуються ними: Бахаї; Буддизм; Християнство; Зороастризм; Конфуціанство; Індуїзм; Корінні американські релігії; Іслам; Джайнізм; Іудаїзм; Раствафанство; Синтоїст; Сикхізм; Даосизм; Традиційні африканські релігії; Зороастризм.

Пов'язаний з релігією, анімізм – це віра в божественних нелюдських істот, тоді як тотемізм включає віру в божественний зв'язок між людьми і світом природи. На іншому кінці релігійного спектру є атеїзм, який передбачає віру в відсутність бога чи богів, і агностицизм, який вважає, що існування бога чи богів невідоме чи непізнане.

Вивченням паломництвом займалось багато вітчизняних та зарубіжних науковців, серед них М. Біржаков, Т. Божук, А. Ковальчук, О. Любітцева, М. Мальська, Т. Христов, М. Рутинський, І. Мініч, А. Кузишин, С. Дудчак, М. Дудчак, D. E. Sopher, A. Jakowski, S. T. Browne тощо. Кожен з них пояснює визначення це поняття по-різному. Наприклад, М. Біржаков вважає, що

паломництво – ходіння або подорож до святих місць із чітко визначеною метою [4]. А. Ковальчук стверджує, що паломництво – це подорож до релігійного об'єкта як рекреаційного ресурсу, що може сприяти духовному оздоровленню, пізнавальній діяльності [7]. М. Мальська та М. Рутинський описують це так: паломництво – особлива форма духовної рекреації, що полягає в очищенні, спокуті й долученні до святинь віри, яку сповідує людина через відвідини особливих сакральних центрів тієї чи іншої релігії. На підставі вищезгаданих тверджень, можна дати загальне визначення терміну.

Паломництво – це спільна чи індивідуальна подорож релігійного характеру вірних до святого місця. Паломництво як вид духовної та суспільної людської діяльності відоме здавна. Люди, незалежно від віросповідання чи конфесії, завжди вшановували святі місця, пов'язані з Богом, місця, де траплялися явища, які неможливо раціонально пояснити, місця, пов'язані з життям, смертю чи похованням релігійних діячів або святих. Релігійне паломництво, представляючи собою давню культурну традицію, змогло зберегти свою незмінну сутність впродовж століть і стати складовою частиною сучасного світу. Змінюються зовнішні умови здійснення віруючими подорожей, але незмінними залишаються мета і їхній зміст [5].

За своєю суттю паломницький туризм можна розглядати як складову релігійного туризму, який в свою чергу входить до культурно-пізнавального виду туризму. По суті, культові об'єкти, що цікавлять релігійних туристів-прочан, є і найбільшими архітектурними шедеврами. Навіть для простих туристів та науковців інтерес становить ознайомлення з релігійними пам'ятками, історією релігії, культурною релігії тощо.

У ході роботи важливим питанням є визначення етапів паломницької подорожі (рис.1.1).

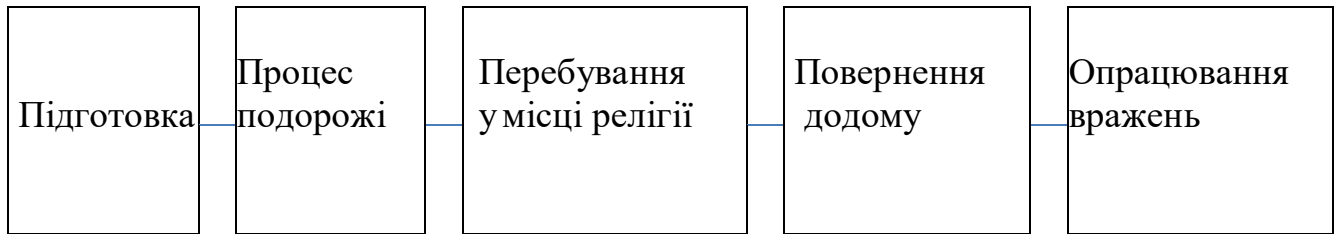


Рис.1.1 Етапи паломницької подорожі

Загальною основою релігії є вірування, що молитва або обряд, пов'язані з певним місцем їх здійснення, природним чи рукотворним об'єктом, що має відношення до божества або певного явища. Святині можуть бути природного походження: вершини гір, скелі, ріки, озера, джерела, печери тощо. До рукотворних святинь належать храми, ікони, місця, пов'язані з принесенням жертв, місцяпогребіння, а також різні речі, що належали святим та з часом стали реліквіями [6]. Основними функціями в паломницькому туризмі є духовно-просвітницька, місіонерська, благодійницька та загальноосвітня (рис.1.2). Вони мають надзвичайно важливе значення як стосовно окремих індивідуумів, так і щодо суспільства загалом та допомагають розкрити основну релігійного туризму.

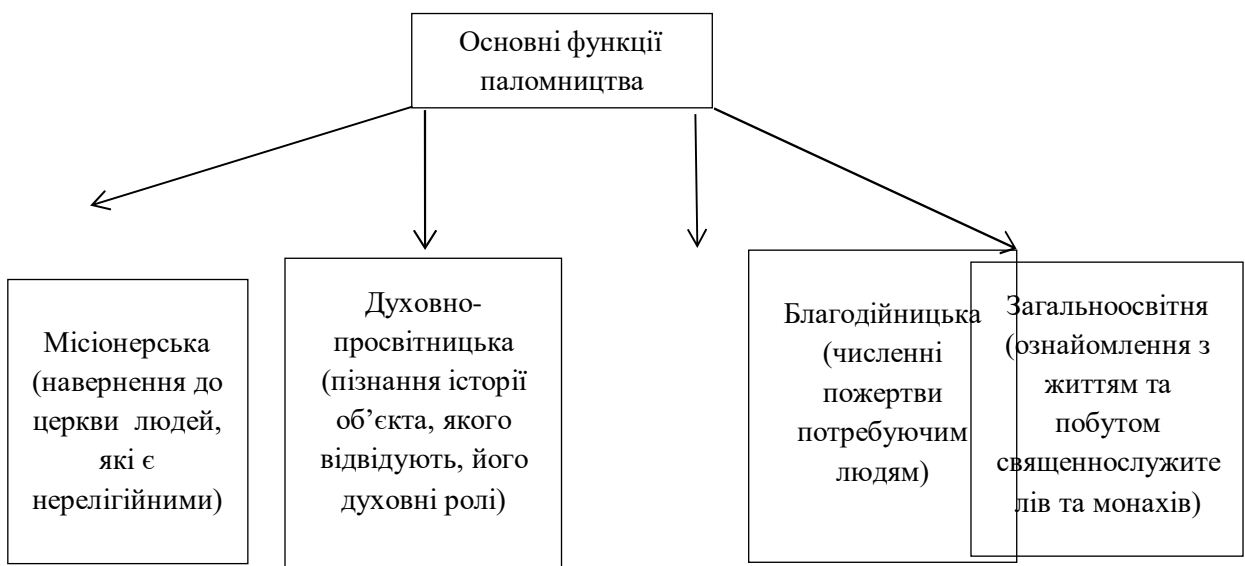


Рис.1.2 Основні функції релігії

Релігійний туризм, духовний туризм, сакральний туризм або релігійний туризм — це вид туризму з двома основними підвидами: паломництво, тобто подорож з релігійними або духовними цілями, і огляд релігійних пам'яток і артефактів, галузь екскурсійної діяльності.

Релігійний туризм характеризувався дослідниками по-різному. Гісберт Ріншеде розрізняє їх за тривалістю, розміром групи та соціальною структурою.[2] Юлі Геворгян пропонує дві категорії, які відрізняються за мотивацією, а саме «паломницький туризм» з духовних міркувань або для участі в релігійних обрядах, і «церковний туризм» для огляду таких пам'яток, як собори [3][4]. Християнський священик Френк Фейї пише, що паломник «завжди в небезпеці стати туристом», і навпаки, оскільки подорожі, на його думку, завжди порушують усталений порядок життя вдома, і визначає вісім відмінностей між ними.

Окрім основних функцій релігійного туризму слід звернути увагу і на додаткові функції, які є також важливими для розкриття поняття. Також пропонується до розгляду такі функції релігійного туризму [7]:

- інтеграційна – об'єднання людей за конфесійною належністю; створення умов для солідарності і згуртованості соціальних груп, підтримка рівноваги релігійних суспільних відносин, їхньої гармонізації;
- комунікаційна – можливість спілкування людини з одновірцями, з Богом;
- регулятивна – забезпечення поведінки людини за заздалегідь визначеною схемою (культові обряди, норми, вимоги тощо);
- світоглядна – дає змогу уявити свою картину світу, зокрема зрозуміти, учому сенс людського життя, місія людини на Землі;
- рекреаційна або терапевтична – оздоровлення, зцілення (зняття виробничої чи невиробничої психофізіологічної втоми, душевних мук), відновлення фізичних і духовних сил людини;
- естетична – розвиток естетичного і художнього смаку;
- пізнавальна – ознайомлення з архітектурою, історичними та мистецькими характеристиками певних сакральних споруд, їхньою релігійною та духовною

суттю;

- компенсаційна – зняття життєво важливих суперечностей і проблем людського буття; психологічно компенсує обмеженість, безсилля, залежність людей від умов існування, наповнює сенс їхнього життя;
- соціальна чи соціокультурна – гармонійний розвиток особистості; зближення народів;
- економічна – формування сфери послуг і зв'язків з іншими галузями господарства; розвиток окремих територій і сприяння зайнятості населення; збільшення грошових надходжень до бюджету;
- виховна – одержання знань протягом мандрівки про сакральні об'єкти у краєзнавчому, історико-архітектурному та мистецько-сакральному аспектах.

Також слід звернути увагу на основні чинники, які впливають на розвиток релігії у регіоні. Серед них варто виділити природні особливості території, історія розвитку території, історія заселення території, демографічні характеристики населення, етнічний склад населення, рівень соціально-економічного розвитку території, рівень міграції, геополітична ситуація в регіоні.

Християнство є однією із релігій, яка заохочує паломництво, хоча у канонах, які регулюють релігійне життя, не зазначено про його обов'язковість. Християнство як одна із найпоширеніших релігій у світі за своєю суттю є історичною релігією, вчення якої полягає не в ідеях та принципах, а в описі подій життя та смерті Ісуса Христа і його учнів. У святих для християн місцях, куди вони здійснюють паломництво, зберігаються реліквії, які пов'язані із вшануванням Бога та християнських святих [8]. Паломництво відіграло важливу роль у розвитку географії. Передусім мандрівки з метою вшанування та поклоніння святиням сприяли мобільності населення, зміцненню зв'язків між християнськими народами, розвитку інфраструктури тощо. Водночас зростала обізнаність людей про навколишній географічний простір. Одним із чинників розвитку географії ставала місіонерська діяльність римо-католицьких чернечих орденів. На відкритих територіях одночасно із їхнім господарським

освоєнням активно діяли місіонерські місії. При таких місіях відкривали школи, храми та лікарні [10]. Серед місіонерів було багато людей із доброю освітою, умінням та бажанням вести науково-дослідницьку роботу. Часто їхні описи ставали цінним джерелом інформації географічного характеру, оскільки вони містили відомості про особливості території, населення, природних умов тощо. Іншим джерелом географічних даних ставали путівники, які призначалися для паломників і містили детальні описи маршрутів. Подорожуючи чужими країнами, людина потрапляла в незвичне для неї оточення, тому перед подорожжю паломника цікавили проблеми відстаней, місць для ночівлі та відпочинку, засоби пересування та інше [10]. Дуже популярним був путівник кінця IV ст., відомий під назвою «Ходіння Сільвії», який описує подорож до Палестини однієї іспанської монахині. Ще один путівник про подорож із Бордо до Єрусалима склав невідомий автор (приблизно IV ст.). Окрім зазначених, можна згадати путівник Антоніна П'яченце, складений наприкінці VII ст., а також «Дорожник для паломників» поч. XII ст [11].

У Візантії перші путівники для паломників виходили грецькою мовою з другої пол. VIII ст. Найвідоміший із них – «Повість Єпіфанія Агіополіта про Сирію і Святий Град», про враження автора після подорожей святими місцями. У XII ст. візантійський паломник І. Фока уклав путівник «Коротке сказання про міста і країни від Антіохії до Єрусалима, а також до Сирії, Фінікії та святих місць Палестини». Путівники складали не тільки для паломників, а й для усіх мандрівників. Перший із них уклали ще у VI ст. під назвою «Град Константинополь – Новий Рим». На межі X–XI ст. вийшов докладніший путівник «Батьківщина Константинополь», який складався із трьох частин. У першій подано історію міста, у другій – план міста, а в третій була інформація про визначні місця [11].

На території сучасної України паломницька діяльність значною мірою активізувалася після прийняття християнства. Серед подорожей із метою релігії варто згадати «Ходіння ігумена Даниїла», яке датують початком XII ст.

Автор відвідав християнські храми та святині Константинополя, Палестини, Кіпру, Криту та Родосу, а також дав детальну характеристику місцевої природи, населення і побуту [12]. Із паломництвом також пов'язаний розвиток туристичної картографії в Україні. У 1638 р. в друкарні Києво-Печерської лаври вийшла польською мовою книга А. Кальнофойського «Тератургіма» з додатком – трьома картами, які були планово-перспективними зображеннями Києва, та найпершими серед друківаних на українських землях планами – схематичними зображеннями Ближніх (Антонієвих) і Дальніх (Феодосієвих) печер [13]. Із 1643 р., після здійснення київським митрополитом П. Могилою канонізації 69 монахів, похованих у печерах, Києво-Печерська лавра стала місцем масового релігії. Виникла необхідність відтворення плану печер, що й було зроблено у своєрідному історико-релігійному творі «Києво-Печерському патерику», перше друківане видання якого було здійснено у 1661 р. у друкарні Києво-Печерської лаври за розпорядженням архімандрита Лаври та ректора Києво-Могилянської колегії І. Гізеля [13]. (Додаток А)

Видання путівників відіграло важливу роль у становленні та розвитку тогочасної географії. Путівники містили детальні описи маршруту, країн, населення, традицій тощо. З іншого боку, видання путівників сприяло активізації релігії в той час. Вивчаючи їх зараз, ми маємо уявлення про географічні знання тієї епохи.

Паломництво у своєму розвитку пройшло низку еволюційних етапів.

Із прийняттям християнства та його поширенням по території Київської Русі побудовою храмів і монастирів Київська Русь стає центром релігії. Територією Київської Русі проходив «східний маршрут» до Єрусалима. Він починався із Києва вниз по Дніпру до Чорного моря. Потім уздовж західного узбережжя Чорного моря шлях пролягав до Константинополя, через Кіпр до Акри [10].

Історичні умови розвитку України та культурні особливості населення зумовили виділення на її території низки найважливіших ареалів релігії:

- АР Крим, де зосереджено пам'ятки християнства, юдаїзму, ісламу та

караїзму;

- Центральна Україна: Умань, Бердичів, Меджибіж, Тараща та інші міста, пов'язані з історією хасидизму, захороненням цадиків;

- Галичина, Буковина, Закарпаття – перехрестя західного і східного християнства, латинської і візантійської культур – регіон, де розташовано паломницькі місця католиків, православних, юдеїв, вірмен. Відвідини таких місць матимуть не лише туристично-пізнавальне, а й екуменічно-гуманістичне значення;

- низка міст обласного і районного підпорядкування на Волині і Поділлі (Вінницька, Житомирська, Хмельницька та Волинська області), що відтворюють національну і сакральну культуру княжої доби і Середньовіччя (українського барокко), співжиття католицького і православного світу;

- шлях «із варяг у греки», який репрезентує історію українського християнства, може ознайомити паломників із постатями української християнської історії та подій, пов'язаних із запровадженням християнства в Україні. Центрами можуть стати Київ та Чернігів (Додаток Б) завдяки зосередженню у них історико-культурних і сакральних пам'яток української християнської культури та духовності [18];

- паломницькі місця Донецької та Луганської областей (Святогірська Лавра та Киселева балка) [18].

Отже, можна зробити висновок, що багато науковців займалися вивченням релігії та кожен трактував це твердження по-різному. Аналізуючи усі визначення, слід сказати, що в загальному паломництво – це спільна чи індивідуальна подорож релігійного характеру вірних до святого місця. Паломництво у своєму розвитку пройшло низку еволюційних етапів та розвивається по сьогоднішній день.

1.2 Порівняльна характеристика паломництва та релігійного туризму

Науковець Т. Божук на основі аналізу визначень та підходів учених до трактування поняття «релігійний туризм» виокремила спільні та відмінні риси релігійного туризму і релігії [21]. Для такого порівняння вона використала критерії сприйняття об'єкта, мети, мотивації (потреби), місії (спонукального мотиву), світогляду людини, туристичного продукту, організаційних моментів у створенні туру, причетності до подій, тривалості подорожі, форми одягу, норми поведінки тощо (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Релігійний туризм і паломництво: спільні та відмінні риси

Релігійний туризм	Паломництво
Сприйняття об'єкта	
Сакральное-мистецьке убранство	Культ, поклоніння
Мета	
Ознайомлення з духовною та історичною спадщиною народу, духовними досягненнями народів інших країн, розуміння суті їхньої релігії; до програми огляду зараховано сакральні об'єкти як складову комбінованих турів.	Не лише відвідування сакральних об'єктів, а прославлення Бога; вияв віри, пов'язаний з певними територіями й об'єктами; самовдосконалення; одержання благодаті; здійснення релігійного обряду чи участі в ньому.
Мотивація (потреба)	
Пізнання, досліджує й вивчає релігійну спадщину під час екскурсій із відвідуванням монастирів, храмів, музеїв; супроводжує екскурсивод; можлива участь у богослужінні, хресних ходах.	Бажання зцілитися, помолитися за рідних набратися сил, отримати благословення на початок відповідальної справи; висловлення вдячності за блага, вияв відданості вірі, отримання сенсу буття, утвердження на духовній ниві, ознайомлення з культурним надбанням країни; внутрішня потреба спілкування з Творцем.
Місія (спонукальний мотив)	
Пізнання, цікавість, відпочинок, а то й розвага; зазвичай не бере участі в богослужіннях; переважно ознайомлюється з культурною складовою процесу і зовнішніми	Каяття, очищення сумління, прославлення Бога; напружена духовна праця (молитва, піст, участь у богослужінні), виконання необхідної фізичної праці

атрибутами віри – пізнає історію й культуру релігії, милується красою архітектурних форм, іконами, мистецьким оформленням храмів.	(будівництво, прибирання території монастиря).
Світогляд	Людини
Можуть бути атеїстами, чи прихильниками іншої релігії.	Дуже релігійні люди зі сформованим світоглядом і системою цінностей.
Туристичний	Продукт
Пропонують турагенти й туроператори; чітко визначено туристичну подорож, умови, зміст програми перебування подорожуючих.	Як такого немає
Організаційні моменти	під час створення туру
Висувають вимоги щодо сервісного обслуговування; користуються послугами індустрії туризму, послугами турагентів чи туроператорів, що реалізують турпродукт; слід запропонувати спільну молитву туристам дуже толерантно, з огляду на їхній морально-духовний рівень чи наявність у групі представників інших конфесій чи релігій; для туристів може бути недоступним відвідання деяких сакральних об'єктів.	Прочанський (паломницький) рух неорганізований, часто без відома й участі духовної особи; однак може супроводжувати представник релігійної організації; не висувають вимог до сервісного обслуговування; прочани живуть і харчуються при храмах, монастирях, виконують фізичну працю; молитва є важливою й повсякчасною; можуть обмежуватися споживанням деяких видів їжі, розвагами.
Приуроченість	до подій
Не приурочені до релігійних свят, приурочені до духовних мистецьких фестивалів.	Приурочені до дня святкування пам'яті святого, іменем якого названо храм.
Тривалість	Подорожі
Менша	Більша
Форма	Одягу
Не має значення	Чітко регламентована
Норми	Поведінки
Елементарна етика; ознайомлений і поважає місцеві закони та звичаї; погоджено можливості фотографування та відеознімання.	Готовність поступитися звичному способу життя (колом спілкування, задоволеннями, харчуванням для досягнення своїх духовних і моральних цілей), певні обмеження, добровільне взяття на себе обов'язків діяльності в умовах певних

	труднощів; здатність жертвувати часом і матеріальними благами, участь у культових діях; піша хода до сакральних об'єктів.
--	---

Аналізуючи таблицю, слід відзначити, паломників цікавить безпосередня участь у релігійних культурах. Соціально-психологічна база релігійного туризму вужча, ніж у релігійного. Паломники переважно сповідують ту релігію, святим місцям якої приїхали помолитися або вшанувати.

Релігійні туристи, так само як і паломники, починають подорож чи паломництво, коли в них виникає потреба здійснити дещо більше, ніж звичайні культові дії в умовах звичного середовища їхнього проживання [19].

Основою релігійного туризму є культурологічна мотивація та екскурсійне відвідання релігійних об'єктів як своєї, так й інших релігій для ознайомлення з релігійними пам'ятками, історією релігії та релігійною культурою [21]. Натомість релігійний туризм екскурсійно-пізнавального напрямку передбачає відвідини релігійних центрів, де туристи зможуть побачити релігійні об'єкти, відвідати музеї та виставки. Під час таких турів люди відвідують богослужіння, беруть участь у медитаціях, хресних ходах чи інших заходах. Варто зазначити, що в деяких релігіях передбачено норму не допускати іновірців до своїх культових споруд (до деяких індуїстських храмів впускають лише тих, хто сповідує індуїзм; до Мекки заборонено в'їзд не мусульманам, тоді як до звичайної мечеті за дотримання певних правил іновірцям можна заходити).

За тривалістю поїздки релігійних туристів відрізняються від релігії тим, що вони коротші та не приурочені до конкретних релігійних свят [9].

Релігійний туризм та паломництво мають значні відмінності лише у мотивах подорожі, проте їхня кінцева мета однакова. Можна стверджувати, що індустрія релігійного туризму та релігії є сукупністю закладів розміщення, харчування, перевезення, релігійної інфраструктури та додаткових послуг [7].

Фактично у структурі релігії можна виділити такі чотири складові: розміщення (готелі, пансіонати, гуртожитки, хостели, додатково сюди можна віднести келії монастирів, приміщення храмів, спеціальні гостьові будинки тощо); харчування (ресторани, кафе); транспорт (підприємства-перевізники); сакральні об'єкти (культові споруди – монастирі, святилища, храми, храмові комплекси, каплиці тощо; природні об'єкти – джерела, криниці, гори, річки, озера, гаї; невеликі об'єкти культури – придорожні статуї, хрести, жертівники при дорогах тощо [7].

У складі релігії слід виділити кілька функціонально-цільових видів: *власне паломництво*, яке передбачає відвідання святих місць з метою поклоніння основним святиням і реліквіям; *релігійно-пізнавальні поїздки*, що передбачає ознайомлення з видатними релігійними місцями, сакральними об'єктами тощо та *наукові та релігійно-просвітницькі подорожі* – відвідання святих місць людьми, які вивчають релігійну сферу [22]. Виходячи з цього, можна виділити і різні функціональні типи релігії – із пізнавальною та духовно-практичною метою. Щодо першого, можна сказати, що в науковій літературі часто зустрічається поняття «релігійна поїздка», яка передбачає відвідування сакральних місць з ознайомчими цілями. Основа для другого – це духовні орієнтири вірян та їх духовний досвід, потреба духовного спілкування тощо.

За особливостями організації поїздок паломництво може бути організоване чи самодіяльне (самоорганізоване). За організованої форми паломник заздалегідь обговорює маршрут, термін перебування, набір послуг. За неорганізованих поїздок паломники не звертаються до фірм-посередників, а займаються підготовкою до нього самостійно. У такому разі паломник не прив'язаний до визначеної програми заходів і на місці призначення може корегувати свої дії [5].

Залежно від кількості учасників, можна виділити індивідуальне та групове паломництво. Чисельність учасників індивідуального релігії 1–5 осіб, групового – 6 і більше. Інколи паломництво однієї людини може тривати кілька місяців, наприклад людина має потребу усамітнитися в монастирі тощо.

За кількістю учасників та ознакою сімейної належності розрізняють індивідуальне, сімейне та групове паломництво [5].

Залежно від тривалості поїздки можна виділити одноденні поїздки, кількадевні та тривалі поїздки. За канонами православ'я паломництвом вважають поїздку тривалістю понад десять днів. Одноденні релігії спрямовані на відвідання святкових богослужінь і мають локальний характер. Короткотривалі паломницькі подорожі мають регіональний характер і відбуваються з метою відвідання святих місць та поклоніння їм. Тривалі й довготривалі подорожі з релігійною метою можуть мати міждержавні та світові масштаби й організовуватися задля ознайомлення з більшою кількістю сакральних споруд, поклоніння святиням (моцям святих, чудотворним іконам, цілющим джерелам), а також можуть набувати пізнавального та наукового характеру [5].

Залежно від віку, бувають релігії дітей, які здійснюють їх із батьками, молоді, осіб середнього віку та пенсіонерів [5].

За сезонністю паломництво буває: цілорічне – екскурсійні та паломницькі відвідини об'єкта впродовж року; сезонне – екскурсійні та паломницькі об'єкти, завідвідини яких серйозно впливають клімат чи інші чинники; разове (подієве) – паломницькі поїздки, приурочені до святкування певного церковного свята чи днявшанування святого [5].

Аналізуючи вищезгадане, варто відобразити класифікацію християнського релігії за такими критеріями: християнські конфесії, значення, мета подорожі, об'єкт відвідування, тривалість, організація, часові характеристики, форма участі (табл. 1.2).

Класифікація християнського релігії

Критерії	Види
За конфесіями	Католицизм
	Православ'я
	Протестантизм
	Інші християнські церкви
За територіальним масштабом	Світове
	Макрорегіональне
	Загальнодержавне
	Регіональне
	Локальне
За об'єктами відвідування (ресурсами релігії)	До конфесійних рукотворних місць (окремі споруди)
	До конфесійних рукотворних місць (комплекси споруд)
	До природних культових об'єктів
	До місць, пов'язаних із визначними релігійними діячами
За формою організації	Організовані
	Самодіяльні (сплановані заздалегідь)
	Самодіяльні (спонтанні)
За сакральними-часовими параметрами	Приурочені до релігійних Свят
	Не пов'язані з релігійними Святами
За формою участі	Індивідуальні
	Сімейні
	Групові

Джерело: [24]

За територіальним масштабом паломництво поділяють на світове (загальнохристиянське), макрорегіональне (міждержавне), загальнодержавне, регіональне (локальне) [24]. До християнського релігії світового значення належать відвідини Святої землі в Палестині задля поклоніння Гробу Господньому, Риму – поклоніння мощам св. Петра і Павла тощо. До релігії макрорегіонального значення відносять подорожі до монастирів, храмів, лавр, духовних центрів і культових споруд, важливих для представників декількох країн, об'єднаних культурно-регіональною спільністю, чи християн певної частини світу. Паломництво загальнодержавного значення здійснюють у межах певної країни, воно пов'язане з особливостями релігійного і культурного розвитку населення цієї країни.

На території України такими центрами релігії є Почаїв, Зарваниця тощо.

На території України є багато святих місць для поклоніння, які мають регіональне значення. Більшість із них розташована на заході України. Серед них на території України можна виокремити такі: Крехів, Унів, Страдч, Жовкву та Львів [23]. (Додаток В).

За сакральними-часовими характеристиками розрізняють паломницькі подорожі, приурочені до релігійних свят, і не пов'язані з релігійними святами. Здебільшого всі місії здійснюють у релігійні свята. Кожне відпустове місце має дату в церковному календарі для відправлення відпустів, прощ, релігійних свят. Паломницькі подорожі, незалежно від мети, здійснюють до паломницьких об'єктів, до яких відносять відвідини великих храмів, монастирів, чудотворні ікони, мощі святих і блаженних, святі цілющі джерела. Вони розташовані як у локальних місцевостях нижньої релігійно-адміністративної ланки, так і в найвищих релігійно-адміністративних одиницях [24].

Отже, на етапі дослідження важливим завданням є визначення термінів та виділення спільних і відмінних рис релігії й релігійного туризму з метою їх коректного використання. Релігійний туризм відрізняється від релігії за багатьма ознаками, але найголовніше є те, що у релігійному туризмі людина споглядає на сакральні об'єкти, розглядає їх як об'єкт туризму, а під час релігії об'єкт є певним культом, віруванням, поклонінням.

1.3 Методи і досвід просування релігійного туризму

Просування туристського продукту – це система заходів, вкладених у створення попиту й стимулювання збуту туристських послуг, тобто. збільшення продажів. Існують прямі та непрямі канали продажів. Канал прямого продажу – це продаж турів або окремих послуг їх виробником безпосередньо споживачам. За рахунок цього виду продажів обидві сторони отримують суттєву вигоду. Такі як:

- відносна простота продажу (без посередників);

- Вищий прибуток виробника на душу населення (відсутність агентського винагороди) [16].

Успіх маркетингу релігійного туризму залежить не лише від правильно підбраного продукту належної якості, орієнтованого на ринок, цінової політики, надійної та ефективної мережі дистриб'юторів. Також необхідно подбати про системний та ефективний зв'язок з потенційним споживачем та торговим посередником, саме це знижує зв'язок між споживачем та виробником турпродукту. Важливою метою цих відносин є впливом геть цільову групу. Необхідно прищепити таке уявлення про продукт або послугу, яке змінило б обґрунтованість цього уявлення та вплинуло б на поведінку у майбутньому [6, с. 269].

Існує чотири способи просування туристського продукту (рис. 1.3):

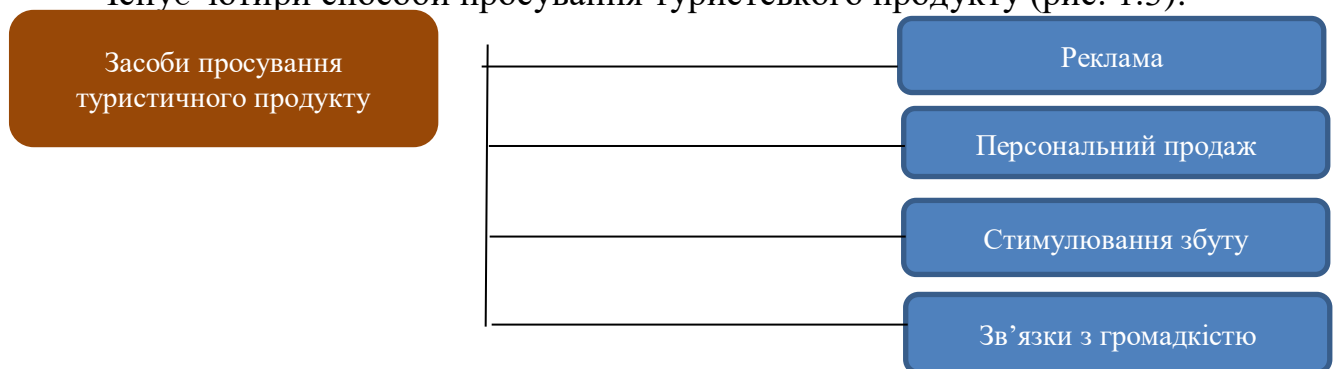


Рис. 1.3 Засоби просування туристичного продукту

Розвиток будь-якої сфери неможливий без використання інформаційно-комунікаційних методів, засобів комунікації як інструментів просування та реклами. Тому використання комунікативного підходу в організації маркетингових заходів є важливою умовою їх успішної реалізації.

Основними видами просування релігійного туристичного продукту є: реклама та реклама. Реклама – це неособистий вид комунікації, що здійснюється платними ЗМІ з чітким джерелом фінансування. У сфері діяльності є багато рекламних пристроїв. Він використовується для:

- формування довгострокового іміджу туристичної компанії чи туроператора;
- вибрати певний туристичний сегмент;

- поширення інформації про події;
- нова послуга;
- стежити за зміною цін;
- знижки, пільги; о просування конкретної ідеї;
- формування іміджу певної дестинації [3].

Завданням реклами є: привернути увагу; викликати інтерес; передати інформацію, корисну для клієнта.

Рекламні засоби — це матеріальні засоби, які служать для поширення рекламного повідомлення та сприяють досягненню необхідного рекламного ефекту. Всі рекламні носії - це певний набір. При цьому рекламні засоби слід відрізнити від носіїв рекламних повідомлень.

До рекламних елементів відносять зміст і форму рекламного повідомлення, до нерекламних елементів - матеріал і носій рекламного повідомлення (наприклад, радіо чи телебачення) [13]. За допомогою рекламних носіїв рекламодавець прагне вплинути на потенційних споживачів об'єкта реклами та підштовхнути їх до його придбання.

Рекламна інформація може досягати споживачів через різні засоби масової інформації: телебачення, радіо, друк тощо. При цьому використовуються різні засоби реклами, що відрізняються один від одного складовими елементами, особливостями використання та поширення, масовістю та ефективністю впливу.[19].

Рекламні засоби містять рекламні повідомлення. Основними елементами, що визначають рекламне повідомлення, є текст і зображення. Крім того до елемента рекламного засобу відносять колір, світло, звук, шрифт, малюнок, графічні елементи, що надають рекламному елементу емоційного окрасу. В одному рекламного засобі можуть бути присутні усі указані елементи, а в іншому лише декілька з них. Реклама стає дієвою залежно від того де і в який час її опубліковано. Існують різноманітні цілі для створення рекламних повідомлень. Найчастіше цілі в рекламних заходах поєднуються, виходячи з цього ми можемо поділити їх на три групи.

Перша група складається з цілей, що створюють імідж релігійного продукту. При виборі цієї групи використовуються рекламні ролики в кінофільмах на телебаченні, рекламні листівки, тощо.

До другої групи входять цілі, що спонукають до використання стимулюючої реклами. Тут використовують теле-радіо рекламу, виставки, поштові розсилки, тощо.

Третя група – це цілі, що за допомогою реклами забезпечують стабільні продажі та відношення споживача до виробника релігійних турів.

Популярними засобами реклами в цій групі є: виставки; поштова розсилка постійним партнерам; прихована реклами у вигляді статей про діяльність фірми. Правильним вважається той, що як найкраще дозволяє вирішити дану рекламну ціль [10, с.864].

Для вибору потрібної реклами, проводиться спеціальна робота, що виконуються для аналізу каналів масової інформації, проходить вона за наступного плану: охопит (кількість адресатів до яких буде можливим донести інформацію); доступність (можливість користування каналами при кожному зручному моменті); вартість(загальні затрати на одну публікацію); управління (можливість передавати по каналу потрібну інформацію цільовій аудиторії); авторитетність (повага каналу серед потенційних і діючих споживачів). Розглянемо види реклами за рисунком (рис. 1.4.)

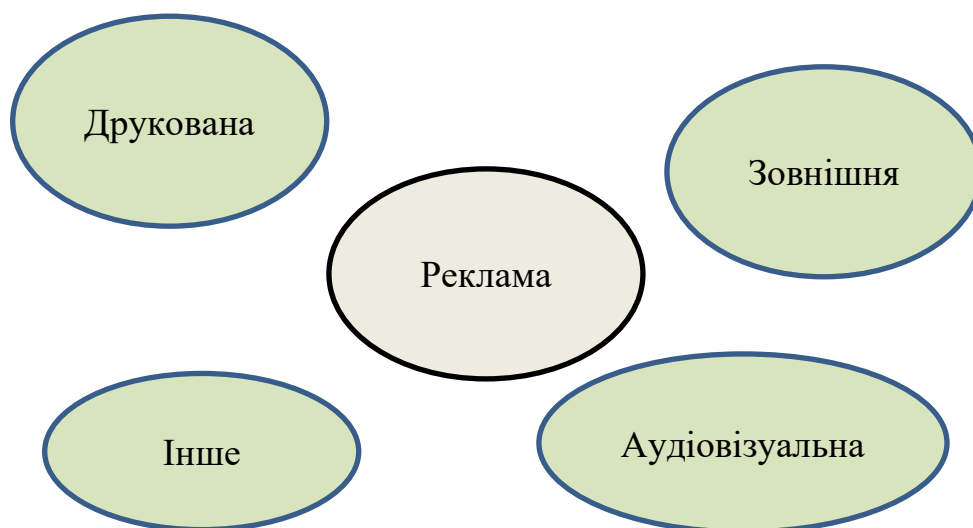


Рис. 1.4 Види реклами

Друкована реклама – один з видів реклами, що використовує засоби поліграфії. Основними формами продукції є постери, листівки, рекламні проспекти, журнали, каталоги та інше. Газети – ідеальний засіб реклами для туристичної фірми, що бажає мати широке коло клієнтів. Газети допомагають передати клієнтам інформацію про ціну, знижки також скорочену характеристику продукту релігійного туризму. Спеціалізовані каталоги – ці журнали здебільшого звернені до широкого кола читачів. Багато з них призначені на цільову аудиторію. Основними перевагами реклами такого роду можна назвати такі, як гнучкість, своєчасність, наочність певного товару чи послуги за допомоги кольору [5].

Зовнішня реклама. Її використовують підприємства клієнти яких зосередженні на достатньо невеликому просторі, завдяки своїм розмірам такий вид реклами привертає достатньо велику кількість уваги споживачів, впливає на них 24 години на добу, ефективний спосіб передачі рекламної продукції але вона має достатньо велику ціну, фінансові затрати повертаються за довгий час.

Аудіовізуальна реклама – зорово-звукова. У рекламі туристичного продукту здебільшого використовують радіо та телебачення. Це дає гарні результати для відносно невеликого бізнесу, мають широке охоплення. Радіо може використовувати кожна фірма з достатньо великою кількістю споживачів. Радіо має миттєвий вплив на споживачів. Телебачення – така інше

Аудіовізуальна
Вулична
Друкована
Реклама 21
реклама найбільш ефективний засіб реклами так, як саме вона най наочніше і переконливо передає рекламну інформацію.

Інші рекламні засоби: реклама у комп'ютерних відео, комп'ютерні мережі, реклама на одязі, телефонна реклама, телефакси та інше [9, с. 496].

Необхідно виконувати постійно оцінку реклами, що проводиться. Для цього існує декілька засобів.

Перший – це метод опробування текстів його використовують, як до публікації оголошення так і після. Перед розміщенням оголошення рекламодавець може провести опитування споживачів з теми, чи подобається

їм запропановане оголошення, чи виділяється це оголошення порівняно з іншими.

Заміри торгівельної ефективності. Який об'єм продажів спонукається оголошенням, що підвищили рівень обізнаності про товар на 20%, а переважна користь марки на 10%? Відповідь на це питання можуть дати заміри торгівельної ефективності. Діло це нелегке, оскільки на збут впливають і інші фактори, зокрема властивості самого товару [14].

Для успіху будь якого комерційного заходу з реалізації туристичних послуг існує необхідний мінімум стимулюючих мір, що мають бути використані комплексно з рекламною роботою та іншою комерційною діяльністю.

До не рекламних методів просування туристичного продукту відносяться:

- особисті продажі, що виконуються через агента;
- пряма розсилка інформації і робота з різними базами даних (формування постійно підтримуваних баз даних постійних клієнтів, на основі яких здійснюється доведення до клієнта інформації о конкретних турах та інше.);
- прямий маркетинг(телефонний маркетинг, постова розсилка – інформація перспективних корпоративних клієнтів);
- стимулювання збуту – при цьому клієнтам пропонують, наприклад, купони на знижки, проводяться різні конкурси також розігриші призів дя покупців турів, здійснюються бонусні програми, а також розповсюджуються предмети з елементами фірмового стилю;
- пропаганда чи організація паблік релейшенз – непряма пропозиція (організація культуриних заходів, де розповсюджується інформаціяо турах фірми, куди запрошуються представники засобів масової інформації) [26, 57 с.].

Міри стимулювання плануються на основі загальної стратегії маркетингу та вибору найбільш ефективних засобів. Як і рекламна діяльність, засоби стимулювання збуту виконуються в календарні строки. Цими строками

як і в національному, так і в міжнародному туризмі можуть бути періоди активного продажу туристичних пакетів на наступний рік, строки, що сходяться з великими туристичними подіями. Стимулюючі міри зв'язані з певними витратами, тому їх реалізація потребує складання відовдних кошторисів [26].

Разом з виконанням цих заходів повинна бути проведена оцінка ефективності. Для цього використовуються методи опитування туристів, порівняльного аналізу об'єму реалізації туристичних послуг з об'ємом їх продажів в попередні роки.

Вважають, що комунікаційні задачі маркетингу виконуються не ефективно, як що нехтувати іншими інструментами маркетингу, а саме, якщо немає вірного вибору щодо продукту, ціни та методів дистрибуції [7, с.286]. Необхідний результат не може бути досягнутий завдяки використанню лише одного комунікаційного каналу. Важливу роль в цій системі відіграє кожен з методів просування.

Індустрія релігійного туризму тільки но починає використовувати такі методи, що сприяють підтримці продажу. Не рідко використовують такі методи, як зниження ціни на паломницькі поїздки чи релігійні тури, знижки для дітей, літніх людей, студентів, спеціальні ціни на проживання в «низький» сезон.

Просування цього сегменту туристичного ринку за класичних засобів просування на жаль не приносить належних результатів. За останні роки споживач звик до традиційних методів реклами, що просто перестав реагувати на них, тому все більша увага приділяється нестандартним засобам впливу на покупця, такі як звукові ефекти або створення композицій з особливих ароматів. Такий маркетинг отримав назву нейромаркетингу або сенсорного маркетингу [14, с.145-149].

Сенсорний Маркетинг досить нова концепція для збутових комунікацій, які стали своєрідною модою для спеціалістів з маркетингу. Все більше і більше туристичних підприємств починають використовувати сенсорний маркетинг в своєму бізнесі. Виходячі з назви, що пов'язана з відчуттями, у сенсорному

використовуються людські відчуття, такі як смак, запах, зір, слух і дотик саме це допомагає успішному просуванню продукції. Мета сенсорного маркетингу полягає в тому, щоб створити приємну та розслаблюючу атмосферу для споживача. Особливий вплив на споживача оказують різні звуки, запахи, кольори, текстури [23].

На сьогоднішній день на ринку релігійного туризму України майже не використовуються «чуттєві» прийоми привернення уваги клієнтів. Алеж сенсорний маркетинг повинен дарувати клієнтові особливі відчуття, тимпаче в такому виді туризму, як релігійний, що наповнений духовним сенсом. Використовуючі його елементи нарізно або разом туристичне підприємство може скласти міцний емоційний зв'язок із споживачем, що забезпечує успіх в продажі запропанованої їм продукції. Завдяки данній методі просування враховуючі усі особливості аудиторії яку зацікавить така особлива пропозиція стає можливим змодулювати найбільш сприятливу для підприємства поведінку потенційних споживачів. Стратегію з використання сенсорного маркетингу слід планувати заздалегіть.

Для підприємств, що займаються реалізацією товарів релігійного туризму важлива атмосфера, що повністю відповідає канонам релігії в святі місця якої вони пропонують відвідати свом клієнтам. Арома маркетинг є складовою частиною сенсорного маркетингу, він за допомогою запахів сприяє стимулюванню потреб людини в товарах чи послугах [36].

В місцях паломництва православних туристів зазвичай панує аромат ладану, тож в місцях реалізації православних турів має бути відповідний аромат щоб викликати асоціацію з бажаним місцем для подорожі та створити певний духовний настрій (рис. 1.5).

Особливе місце в сенсорному маркетингу займає фізичний контакт з товаром чи брендом, але в нашому випадку продукт самого релігійного туризму клієнт не може відчувти на дотик чи смак виявити його параметри, форму чи температуру, властивості поверхні, ступінь вологості та таке інше. Тому дуже важливо всі ці моменти враховувати під час планування інтересу

офісу продажу, бо якщо якийсь з цих параметрів викликає відчуття дискомфорту в клієнта туристичного підприємства, то найскоріше придбання продукції релігійного туризму не відбудеться.

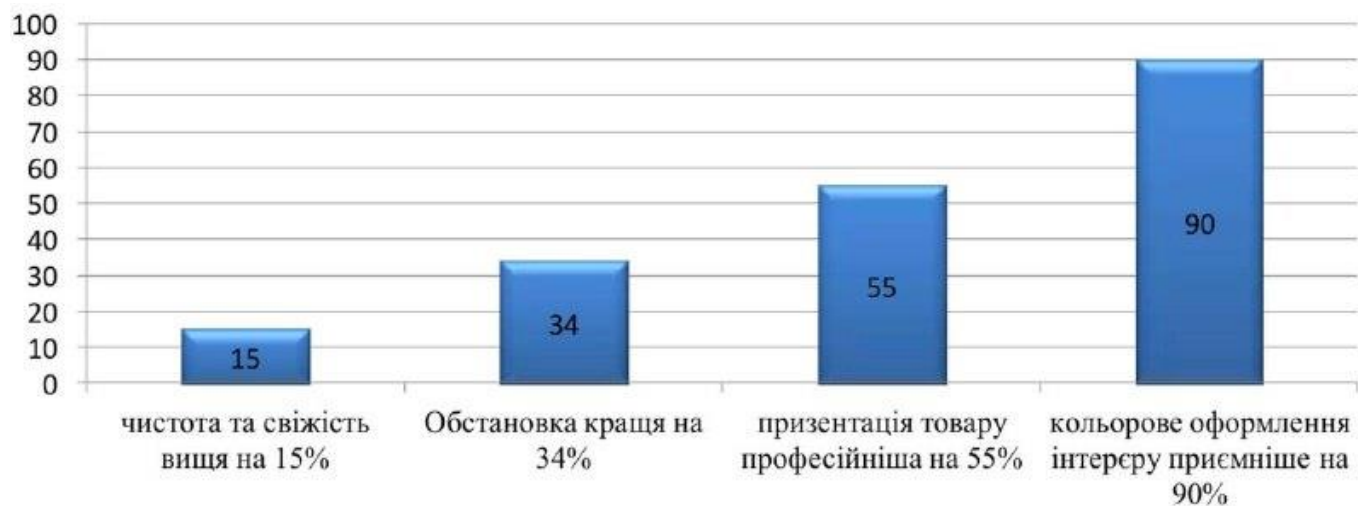


Рис.1.5 Порівняльна оцінка ароматизованої та неароматизованої торгівельної точки з однаковими товарами

Безумовно, всі ці елементи можуть бути використані окремо один від одного, але максимальний позитивний результат вони приносять тільки в комплексі. Звісно сенсорний маркетинг не може по одинці слугувати своєрідною «панацеєю» для успішних продажів, але в купі з традиційними методами просування товару на туристичний ринок він обов'язково призведе до гарних результатів у реалізації товарів релігійного туризму.

Для пропаганди та просування релігійного туризму на ринки у багатьох країнах світу релігійними організаціями та асоціаціями, часто з участю туристичних компаній, зацікавлених у розвитку цього бізнесу, в останні роки регулярно проводяться спеціалізовані виставки, біржі, конгреси та конференції. Існує практика включення конференцій і конгресів в програму проведення виставок, а також тенденція росту кількості заходів подібного роду, розвитку нових форм-фестивалів, театралізованих вистав, створення спеціалізованих об'єктів показу.

Широко використовуються такі форми просування релігійних поїздок на

італійському туристичному ринку. У 2004 році в Італії відбулася подія, яка об'єднала релігійний туризм з численними цінностями: вірою, мистецтвом, історією, природою – Міжнародна біржа релігійного туризму і захищених територій.

Проведення біржі сприяє розвитку релігійного туризму тому, що:

- Представляє інформоване і відповідальний туризм, зосереджений на об'єднанні релігійних цінностей зі зміцненням природного, культурного та історичної спадщини, туристичних напрямків і місць поклоніння;

- Пропонує новий метод просування територій, щоб можна було задовольнити нові вимоги релігійних мандрівників;

- Допомагає туристським підприємствам зустрітися з експертами сектора, світськими і релігійними підприємцями, з метою підвищити якість пропозиції, об'єднуючи культурні, релігійні та оперативні складові.

Регулярно проводяться міжнародні конгреси, присвячені обговоренню проблем релігійного туризму і в інших країнах. Кіпрська туристська організація (Cyprus Tourism Organization) у співпраці з Всесвітньою туристською організацією і Кіпрської Православної Церквою організувала в Нікосії в жовтні 2006 року першу міжнародну конференцію з релігійного туризму (ICORET). На конференції обговорювалася важливість релігійного туризму в якості особливого виду подорожей; способи стимулювання взаємодії між органами влади та агентами, які просувають релігійний туризм. У доповіді єпископа Егор'ївського Марка голови Паломницького центру Патріархії були дані чіткі визначення змісту духовної роботи, якими є паломництво, і культурно-пізнавальні подорожі в рамках релігійного туризму. Була розглянута практика організації та реклами, нові тенденції в розвитку релігійного туризму [56].

РОЗДІЛ 2. ЧИННИКИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1 Особливості розвитку релігійно-паломницького туризму в Україні

Релігійний туризм в Україні простежується з християнських часів, хоча рух предків українців відбулася задовго до. Племена, що населяли цю місцевість, ймовірно мігрували зі сходу на захід і навпаки, можливо, навіть у релігійних цілях. Численні могили-кургани, в яких проживали скіфи, сармати, хозари та інші жителі степові були поховані ще можна знайти на півдні України. Деякі з них були пограбовані, але збережені скарби зараз експонуються в українських музеях. Товста Могила — скіфський курган IV ст. до н.е., всесвітньо відомий своєю скіфською золотою пекторалією (скриня з орнаментом скіфського царя).

Українська християнська проща існує з 11 століття. Він виник від традиції здійснення індивідуальних поїздок святими місцями. Святий Андрій Первозванний може бути вважається чи не першим «релігійним туристом», який побував, згідно з легендою, в Скіфії до берегів Дніпра у I ст. Про це свідчать сторінки літописів та інших вітчизняних історичних документів.

Численні подорожі предків українців Антонія, знаменитого середньовічного ченця та засновником Києво-Печерського монастиря, головної православної святині України, був відомий національний паломник, який двічі в житті побував на Афоні. Він залишив справжній свідчення та особисті враження від його релігійних подорожей. Його описи містять не тільки паломницьку інформацію, а й багатий географічний, історичний, етнографічний зміст, у тому числі його досвід спілкування з греками. Його знамените «Житіє і ходіння Данила, ігумена російської землі» свідчить про повагу господаря до «російських мандрівників» та гордість наших предків за «свою російську землю».

Також багато згадок про інші мандрівники, які відвідали Україну у

різний час. Монахи Києво-Печерського монастиря заснували монастирі у Чернігові, Почаєві, та інші місця, де досі збереглися ці монастирські комплекси із давніми печерами.

Найбільший потік паломників спостерігався з кінця 19 ст. до Першої світової війни. Це було пов'язано з покращенням транспортного повідомлення та його значущим зниженням ціни. Потім революційні події 1917–1921 рр. визначили політику «государственный атеизм» в Україні більше 70 років, що взагалі зупинилося паломництво.

Протягом 1000-літньої історії християнства в Україні традиція паломництва була переривався лише двічі: перший раз у 13 столітті із-за нашества монгольської орди на Русі, а потім в ХХ столітті, коли Україна увійшла в склад СРСР, із-за вищезгадані прями або не явні заборони на релігійне життя.

Проте наприкінці 1980-х років почалося пожвавлення релігійного життя, яке посилювалося з розпадом СРСР у 1991 р. За статистикою 1986 р. в Україні було зареєстровано лише 4500 релігійних організацій, тоді як у 1991 р. їх було 12922. Це відповідало зростанням інтересу до паломництва в Україні. Враховуючи тривалий період жорсткої релігійної заборони, який передував, це відродження релігійного туризму породило питання про те, які святі місця та сакральні зображення можна представити туристам.

На жаль, протягом усієї історії України релігійна культура та церковна архітектура неодноразово руйнувались. У 1169 р. Андрій Боголюбський, онук київського князя Володимира Мономаха та син Юрія Довгорукого, засновника Москви Києва, послав військо, яке захопило Київ, пограбував і пошкодив історичні та церковні надбаня. У 1240 році хан Батий залишив обвуглені руїни багатьох церков. Церковна культура також постраждала в період Руїни (1657-1687) української історії, коли під польським гнітом було знищено багато православних храмів. Пізніше під час Гайдамаччини (народні повстання проти польського панування) у 1768 р. повстанці знищили сотні греко-католицьких та католицьких церков.

Тривала епоха руйнування не лише архітектурних пам'яток, а й усього культурного життя українців завершилася наприкінці XVII ст. XVIII століття стало періодом масштабних реконструкцій збережених українських соборів і церков, а також будівництва нових. Це було пов'язано з діяльністю двох видатних духовно-політичних діячів Петра Могили (1596-1647), київського православного митрополита та українського гетьмана Івана Мазепи (1639-1709), якому в 1639-1709 рр. було присвоєно титул князя Священної Римської імперії. 1707 за його зусилля для Священної Ліги.

Результатом їх зусиль стало культурно-архітектурне відродження, народження нового художнього стилю під назвою українське бароко. Найяскравішим представником цього стилю є Софійський собор, перлина світової архітектури, що охороняється ЮНЕСКО. Більшість сакральних місць історичного центру Києва та його околиць, які є частими місцями для огляду визначних пам'яток, також були перебудовані та відновлені в той час.

Протягом 18-19 століття в Києві, Львові, Чернівцях, Житомирі та інших містах було зведено багато споруд особливого релігійного значення. У той час був побудований Володимирський собор, який досі прикрашає Київ своїми доскональними архітектурними формами, настінним розписом та іконами. Цей період був найактивнішим масовим паломництвом до Києва. Відомо, що за рік Києво-Печерська лавра приймала до 90 тис. паломників і мала потужну інфраструктуру, здатну нагодувати та прихистити потоки паломників. Одного разу Оноре де Бальзак, описуючи Київ 1847 року, написав: «Я бачив північний Рим, місто православ'я з десь 300 храмами, багатство Лаври, Софію... Варто хоча б раз побачити їх... ..»

Однак у XX столітті комуністичний режим спричинив справжню трагедію для храмів України. Монументальний священний Київ сам був німим свідком і незаперечним доказом величної стародавньої історії України, символом, який заперечував усі ідеологічні історичні міфи, нав'язані народу радянською владою, попри те, що пряме спростування та соціальний бунт були неможливі.

На початку 1920-х років більшовики пограбували українські церкви, конфіскувавши все церковне майно, нібито для боротьби з голодомором 1921–1923 років, хоча документів про цільове використання цих коштів не було знайдено. Пізніше вони розгорнули в Україні справжній антирелігійний терор, оскільки в 1932 році Сталін підписав указ, який проголошував, що до 1 травня 1937 року «Ім'я Боже має бути забуте на всій території СРСР». Почалася жорстока насильницька секуляризація. по Україні закривали церкви, перетворювали їх на клуби, склади, кінотеатри, спортзали тощо.

Це супроводжувалося фізичним знищенням старовинних церковних споруд у Києві та інших містах. Така доля спіткала Михайлівський собор, який вперше згадується в «Літописі давніх часів» 11 липня 1108 р. На той час це була єдина церква, яка мала золоту баню і мала назву «Золотоверхий». Собор прикрашали численні фрески та мозаїки, унікальні витвори мистецтва стародавніх майстрів. У 1937 р. під приводом будівництва нового урядового кварталу влада зруйнувала Михайлівський собор, а всі його фрески та мозаїки вивезли до Москви, Ленінграда та Новгороду. Жодного з них досі не повернули. Майже всі 300 київських церков було зруйновано, а до початку Другої світової війни в місті залишилося лише чотири.

У 1941 році, відступаючи від Києва, більшовики підірвали Свято-Успенський собор Києво-Печерської лаври. Також сильно постраждала пам'ятка Св. Софії XI ст. Відновлені собори з метою увічнення трагедії київських церков мають стати об'єктом внутрішнього та міжнародного туризму. Необхідно показати, де стояли ці сакральні споруди і пояснити, що з ними сталося, як і коли деякі з них були перебудовані, щоб повернути Духа у священні місця, які жили в них століттями.

Також було заборонено паломництво в СРСР і в СРСР. Уряд свідомо не дозволяв виїзду радянських людей за кордон і різко обмежував в'їзд іноземців. Холодна війна торкнулася всіх сфер життя, у тому числі й туризму. Комуністична партія, боячись негативного впливу іноземних гостей на своїх громадян, обмежила їх кількома визначними місцями, такими як Москва,

Ленінград, частково Київ. Урядові вдалося надавати послуги на належному рівні, а також відстежувати несанкціоновані переміщення міжнародних туристів. За 74 роки існування СРСР він так і не здобув слави туристичної Мекки. Поїздка в СРСР означала відвідати країну тотального деспотизму і переслідувань. У 1991 році, у рік розпаду Радянського Союзу та початку глибокої кризи, країни колишнього Радянського Союзу втратили значну частину обмежених ресурсів, які вони мали в туристичній сфері.

Після розпаду Радянського Союзу туризм не став джерелом збільшення надходжень в економіку України, незважаючи на його потенціал. На жаль, туризм залишається невикористаним, а його роль в економіці країни не визначена, інформаційна робота занедбана. Крім того, бракує кваліфікованого персоналу та харизматичних топ-менеджерів; рівень туристичного бізнесу та послуг не відповідає світовим стандартам. У 2017 році додана вартість, отримана від туристичної індустрії, склала 1,3 млрд доларів, що є одним із найнижчих показників у Європі. Також спостерігається негативна тенденція щодо кількості іноземних відвідувачів, що, ймовірно, пов'язано з низьким рейтингом України з точки зору безпеки (127 місце із 136). У 2019 році Україна отримала від міжнародних мандрівників трохи більше 2 мільйонів доларів. У той же час сусідня Польща майже з такими ж показниками збільшила бюджет за цією ж статтею доходів на 14,3 млрд доларів.

Проте, українці прагнуть відродити свою історичну пам'ять, використовуючи для цього можливості туризму. Перед галуззю неодноразово ставилося завдання збільшити частку туризму у ВВП до 10%, що відповідатиме рівню розвинутих країн. Цьому має сприяти дерегуляція бізнесу, спрощення отримання туристичних віз для нерезидентів, збільшення кількості лоукост-маршрутів в Україну тощо.

Кожна країна унікальна і має свою особливу привабливість з точки зору потенційних туристів. Експерти проаналізували дані TRIPADVISOR із 197 країн і класифікували такі чотири типи туристичних об'єктів: природні, історичні, релігійні та суто туристичні. У світових туристичних напрямках

переважають природні об'єкти, а в Європі вони переважно історичні. Україна в туристичному плані нині асоціюється переважно з природними об'єктами, а історичний, культурний, духовний, гастрономічний та інші потенціали залишаються, за термінологією західних дослідників, «недокапіталізованими».

Особливу увагу слід звернути на потенціал релігійного та паломницького туризму, оскільки ці види туризму є потужним інструментом відродження та розвитку духовно-культурних об'єктів багатоконфесійної України. Це важливо для підвищення рівня історико-культурних знань українців про власну країну. Це також сприяє ознайомленню як вітчизняних, так і міжнародних мандрівників з релігією та культурою Іншого (для українців з культурою неправославних жителів України) і дає можливість будь-якій людині здійснити «мандрівку всередину себе», осягнути власний внутрішній світ як його відношення до вічного.

Як держава з багатою і насиченою подіями історією, Україна має дбати про захист та збереження своєї історії та культури. Сьогодні це набуває ще більшого значення, оскільки в українському суспільстві панує суто меркантильне ставлення до дійсності, а потужна духовна складова відступає. Нині саме історико-культурні об'єкти дають змогу органічно поєднати матеріальне та духовне питання в українському культурному просторі.

Релігійний туризм – молода галузь економіки України, і він не позбавлений проблем. Неодноразові державні перевірки туристичної галузі зафіксували, зокрема, відсутність зростання надходжень до бюджету, які забезпечує туристична галузь. Ще до пандемії COVID-19 констатувалося, що темпи зростання надходжень до бюджету від туристичної галузі не відповідають цілям, визначеним Державною програмою розвитку туризму. У ході аудиту виявлено низку причин, які перешкоджають ефективності використання коштів та не дозволяють досягти запланованої прибутковості туристичної галузі.

Для досягнення рівня надходжень до бюджету необхідно підвищити

якість туристичних послуг. Це залежить від покращення довкілля, розвитку дорожньої інфраструктури, підвищення комфорту за рахунок проживання та харчування, відновлення пам'яток культури та архітектури тощо. Важливим чинником створення позитивного іміджу України як туристичної дестинації є реклама. За кордоном, стимулювання інтересу нерезидентів до відвідування України та ознайомлення з її туристичним, історико-культурним потенціалом. Для популяризації релігійного туризму на туристичних ринках багатьох країн релігійні організації та об'єднання, часто за участю туристичних компаній, регулярно проводять спеціалізовані виставки, біржі, з'їзди, конференції тощо. Конференції та з'їзди часто входять до програми виставок і ярмарків. . Спостерігається тенденція до розвитку нових форм фестивалів, театральних вистав, створення нових визначних місць тощо. Проте Україна сьогодні має певні проблеми з цим.

2020 рік показав, що релігійний туризм, зокрема паломницький, зберігає свій потенціал. Хасиди прийшли в Умань на могилу свого цадика у вересні 2020 року, незважаючи на жорсткий карантинний режим. Це свідчить про те, що не всі віруючі навіть за таких обставин готові відмовитися від богослужінь у своїх святинях. Пандемія Covid-19 не злякала учасників традиційних Успенських хресних ходів від Браїлова та Кам'янця-Подільського до Почаївської лаври, в яких взяли участь 10 тисяч паломників. Таким чином, релігійний туризм, навіть зазнаючи форс-мажорних обставин, на сьогодні є найбільш стабільним видом туризму.

Фахівці-туристи виділяють релігійний туризм як один із найперспективніших видів туристичних турів у XXI столітті, оскільки з паломницькою або релігійною метою здійснюється близько 3–3,5 млрд поїздок.

Релігійний туризм в Україні здійснюють турфірми, які включають релігійний елемент у складі загальних екскурсій або як самостійний предмет. Релігійний туризм виконує багато функцій, які допомагають розкрити всю сукупність значень і форм сакральних об'єктів культурної спадщини. Вона

також піклується про соціальні та культурні потреби людей у туристичних послугах, оскільки має таку соціокультурну характеристику, як соціальна практика, яка змінює людину та її положення в соціальному просторі. Таким чином, релігійний туризм стає все більш соціально значущим явищем.

В Україні після окупації Росією Криму, де були розташовані значні мусульманські святині (Мечеть Хана Узбека в Старому Криму, Велика Ханська мечеть у Бахчисараї та ін.), кількість священних мусульманських місць зменшилася. Але язичницькі, християнські та єврейські культові місця залишаються доступними для туристів і паломників. Понад тисяча таких сакральних місць можуть стати центром активного туризму. Окрім Києва з його вже згаданими священними образами, є багато інших пам'яток, які мають значення для історії не лише України, а й сусідніх країн.

Тому в сакральному просторі європейського культурного світу Україна є країною значних паломницьких маршрутів, що є важливим фундаментом для розвитку всіх форм релігійного туризму, як внутрішнього, так і міжнародного.

2.2 Розміщення релігійних ресурсів та центрів в Україні

Релігійно-паломницький центр – це сукупність релігійно-паломницьких об'єктів, що притягують до себе значні потоки паломників [6]. Їх можна класифікувати за різними критеріями: за спрямованістю, масштабами охоплення території, функціональним призначенням або спеціалізацією, статусом, управлінською ознакою або підпорядкуванням тощо [3]. Релігійно-паломницькі центри можна згрупувати за різними ознаками, наприклад, за числом туристів-відвідувачів у рік, давністю їх створення (походження) або іншими історичними чи культурно-релігійними (мистецько-культурними) аспектами, а також наявністю святинь, що становлять значний паломницький інтерес і притягують до себе потоки вірян і релігійних туристів [3]. У такому контексті важливим чинником для формування релігійно-паломницьких

потоків із різних територій країни та закордону є духовно-релігійна та культурно-мистецька значимість сакральних об'єктів [6]. Наприклад, вагомим чинником для розвитку масового паломництва є духовне значення святині (моноконфесійне, міжконфесійне, міжрелігійне тощо), її статус (якого вона походження і часу давності, свого роду «намоленості» та інших релігійно-духовних характеристик – Господська або Богородична, святих угодників чи мучеників тощо), а також вид духовної святині – чудотворні ікони; святі мощі; особисті речі святих; місце Богоявлення, Пресвятої Богородиці чи інших угодників Божих; місця масових зцілень вірян тощо та ін. характеристики, які стимулюють потребу в сакральньо-духовному або пізнавально-культурному відвіданні цього сакрального об'єкта [5].

Особливо шануються в православному світі святині, які належать до числа Господських (Храм Гробу Господнього в Ієрусалимі, Віфлеємська Печера – в Ізраїлі; нешвейний хітон Господній – у Грузії; Туринська Плащаниця – в Італії; частки Животворчого Хреста Господнього – в Ієрусалимі та на Святій Горі Афон у Греції; Терновий вінець Господа та цвяхи, якими прибивали Ісуса Христа – у Франції; дари волфів – на Афоні в Греції; пелена Богомладенця – в Австрії тощо) та ін. Богородичних – Пояс Пресвятої Богородиці (на Афоні в Греції); частка ризи Богородиці (у м. Стамбул в Туреччині та в Ієрусалимі); хрест із виноградної лози, який Богородиця подарувала св. рівноап. Ніні (в Грузії); численні нерукотворні або написані св. апостолом Лукою ікони Богородиці, які перебувають в Ієрусалимі (Ізраїль), на Афоні (Греція), Ватикані (Італія), у Росії, Сербії, Болгарії, Румунії, Польщі, Грузії, у тому числі й Україні. Досить шанобливо цінуються серед православних паломників мощі та чудотворні ікони святих апостолів (Свята Земля, Греція, Італія, Кіпр та ін.); святих Миколая Чудотворця (м. Барі в Італії) та Спиридона (о. Корфу в Греції); пророка Іоанна Хрестителя (на Афоні та у Франції); великомучеників Пантелеймона (Афон у Греції), Георгія (м. Ліда в Ізраїлі), Димитрія (м. Салоніки в Греції); великомучениць Катерини (г. Синай в Єгипті), Анастасії (Греція), Параскеви (Сербія); мучениць Віри, Надії,

Любові, Софії (Італія) та інших святих.

Серед всесвітньовідомих православних святинь багато є й на території України, наприклад, великі частки животворящого Хреста Господнього в Києво-Печерській лаврі, Одесі, Чернівцях і Луцьку; частка ризи Господньої з кров'ю Спасителя в жіночому Покровському монастирі м. Києва; кровоточива ікона Спасителя в жіночому монастирі Афонської ікони Богородиці в с. Чоповичі Житомирської області; відбиток стопи Пресвятої Богородиці, з якого витікає цілюща вода в Почаївській лаврі; частки Пояса Пресвятої Богородиці в Іллінському чоловічому монастирі м. Одеси та жіночому монастирі в с. Чоповичі; чудотворні ікони Богородиці всесвітнього та міжнародного православного значення – «Почаївська» (Почаївська лавра), «Зимненська» (Успенський монастир с. Зимно Волинської обл.), «Успенська» та «Києво-братська» (Києво-Печерська лавра), «Призри на смирення» (Введенський чоловічий монастир м. Києва), «Споручниця Грішних» (м. Корець Рівненської області), «Холмська» (м. Луцьк), «Волинська» (музей Національного мистецтва м. Києва), «Скорботна» (Богоявленський жіночий монастир м. Кременець Тернопільської обл.), «Єлецька» (Єлецький Успенський жіночий монастир м. Чернігова), «Святогірська» (Святогірська лавра), «Касперівська» (м. Одеса), «Боянська» плачуча (с. Бояни Чернівецької обл.), «Львівська сльозоточива» (м. Львів), «Я є з вами» (Георгієвський жіночий монастир в с. Данівка Чернігівської обл.), «Життєподательниця» (м. Острог Рівненської обл.), «Густинська Ярмаркова» та «Скорботна Прилуцька» (м. Прилуки Чернігівської обл.), «Рождества Богородиці» (Глинська пустинь), «Піщанська» (м. Ізюм), «Молченська» (м. Путивль) та інші святині.

На території нашої країни знаходиться багато мощей святих угодників Божих, наприклад таких, як мощі великомучениці Варвари (Володимирський собор м. Києва), мощі більше ста святих Преподобних отців Києво-Печерських, св. пр. Софії та Анастасії Київських, Єлени Флорівської, Димитри Київської та Олімпіади Арзамаської, пр. Феофіла Христа ради юродивого, свят. Макарія Київського, преп. Звіринецьких святих та інших Київських

святих; ліва стопа апостола Андрія Первозданного, св. пр. Кукши Одеської Гавриїла Афонського (м. Одеса); преподобних отців у горах Дінця прославлених (Святогірська лавра); св. пр. Іова, Амфілохія та Мефодія Почаєвських (Почаївська лавра); свят. Феодосія, Філарета та пр. Лаврентія Чернігівських; свят. Луки Кримського сповідника та Гурія Таврійського (м. Сімферополь); свят. Афанасія Лубенського, Мелетія та священномуч. Олександра Харківських; св. преп. Смарагди Ніжинської; св. преп. Феофана Рихловського (м. Короп); свят. Афанасія Полтавського; пр. Алексія Карпаторуського та Іова Угольського (Закарпаття); пр. Європії Херсонської; пр. Пелагії Яблунівської (поблизу м. Прилуки); св. преп. Глинських старців (Глинська Пустинь, с. Соснівка Сумської обл.); пр. Макарія Канівського (м. Черкаси) та інших святих.

Найбільш відвідуваними туристично-релігійними центрами України є Києво-Печерська, Почаївська і Святогірська лаври, Зимненський Успенський монастир, Глинська пустинь та інші монастирі й храми країни, які належать до релігійно-паломницьких центрів світового і міжнародного значення, завдяки наявності великих святих на їх території (табл.2.1). Крім того, рейтинг релігійно-паломницьких центрів України підвищують загальне число відвідувань у рік, а також географія паломництва (особливо іноземних), кількість яких постійно зростає й територіально розширюється.

Що ж стосується надання туристично-паломницьких послуг в Україні, що забезпечують як церковні, так і світські установи, то необхідно змінювати та удосконалювати систему їх реалізації, яка вимагає знання специфіки організації цього виду діяльності [2]. Потрібно також розширювати рекламно-інформаційну діяльність і налагодити підготовку фахівців із цього виду туризму із знанням іноземних мов тощо. Потребує спрощення й система перетину державного кордону України іноземними релігійними туристами, а також гарантування безпеки їх перебування на території нашої держави з боку владних і безпекових структур [4].

Топ-20 православних релігійно-паломницьких центрів України

№	Назва	Місце розташування	Час заснування	Головні святині	Паломницьке значення
1.	Свято-Успенська Києво-Печерська лавра	м. Київ	XI ст.	Чудотворна ікона Богородиці «Успіня», «Печерська», «Києво-Братська» та ін.	Світове
2.	Свято-Успенська Почаївська лавра	м. Почаїв Тернопільської обл.	1240р.	відбиток Стопи Богородиці з цілющим джерелом, Почаївська чудотворна ікона Богородиці, мощі св. пр. Іова та Амфілохія Почаєвських	Світове
3.	Свято-Успенська Святогірська лавра		XIII ст.	Святогірська ікона Богородиці, мощі св. пр. Іоанна Святогорця та ін. пр. отців у горах Донця прославлених	Міжнародне
4.	Зимненський Успенський жіночий монастир	с. Зимне Володимир-Волинського району	1001р.	Зимненська чудотворна ікона, частки св. мощей	Міжнародне
5.	Рождества Богородиці Глинська Пустинь	с. Сосновка Сумської обл.	1648р.	Глинська ікона Рождества Богородиці, нетлінні мощі пр. Глинських старців	Міжнародне
6.	Чернігівський Свято-Троїцький кафедральний собор	м. Чернігів	1695р.	мощі свят. Феодосія, Філарета та пр. Лаврентія Чернігівських	Міжнародне

7.	Харківський Благовіщенський кафедральний собор	м. Харков	1901р	моці свят. Афанасія Лубенського, Олександра і Мелетія Харківських	Міжнародне
8.	Успенський Одеський чоловічий монастир	м. Одеса	1824р	моці св. пр. Кукши Одеського	Міжнародне
9.	Корецький Троїцький жіночий монастир	м. Корець Рівненської області	1496р	Корецька ікона Богородиці «Споручниця грішних»	Міжнародне
10.	Троїцький жіночий монастир	м. Сімферополь, АР Крим	2003р	моці свят. Луки Кримського	Міжнародне
11.	Покровський жіночий монастир	м. Київ	1889р	моці св. пр. Анастасії та Софії Київських, частки св. мощей ін. святих, частка Ризи Господньої з Його кров'ю	Загальнодержавне
12.	Введенський чоловічий монастир	м. Київ	1901р	чудотворна ікона Богородиці «Призри на смирення»; моці св. пр. Димитри та Олімпіади	Загальнодержавне
13.	Вознесенський Флорівський жіночий монастир	м. Київ	1566р	древня церква, копії чудотворних ікон, частки св. мощей	Загальнодержавне
14.	Покровський чоловічий монастир (Голосіївська пустинь)	м. Київ	XVII ст.	моці св. пр. Алексія Голосіївського, блаж мон. Аліпії, древня чудотворна ікона	Загальнодержавне
15.	Троїцький чоловічий	м. Київ	XVI ст.	моці св. пр. Феофіла	Загальнодержавне

	монастир Китаєвська пустинь			Київського та пр. Досифеї	
16	Храм св. Михайла першого митрополита Київського (Афонське подвір'я)	м. Київ	XX ст.	частки мощей і древні чудотворні ікони багатьох святих святих	Загально- державне
17	Чоповицький жіночий монастир	с. Чоповичі Житомирськ ої обл.	Кінець XX ст.	часка Пояса Богородиці, чудотворна ікона Кровоточивого Спаса, частки мощей багатьох святих	Загально- державне
18	Усікновенський Лядівський чоловічий монастир	с. Лядова Вінницької обл.	XI ст.	древні фрески, чернеча усипальниця, цілющі джерела пр. Антонія, Іоанна Хрестите ля, вмч Параскеви	Загально- державне
19	Преображенськ ий Мгарський чоловічий монастир	м. Мгар Полтавської обл.	1624р	копії багатьох чудотворних ікон, частки св. мощей, мощі Новомучеників	Загально- державне
20	Вознесенський чоловічий монастир	с. Банчени Чернівецької обл.	1996р	частка Животворчого Хреста Господнього і частки багатьох святих	міжнародн е

Серед основних чинників, які стримують потоки іноземних релігійних туристів в Україну слід указати: високий рівень корупції в країні; підвищений рівень злочинності в державі; військові дії на Сході України; низький рівень туристичного обслуговування іноземних туристів у країні; недостатній рівень розвитку спеціалізованої готельної та інфраструктури закладів харчування в

областях України; недостатній рівень розвитку транспортної інфраструктури; катастрофічний стан українських доріг та низька транспортна доступність багатьох релігійно-паломницьких центрів поза м. Києвом; недоступність і низька конкурентоздатність української туристичної рекламно-інформаційної продукції; недостатня увага з боку туристичних організацій країни щодо розвитку релігійного туризму; непрофесійність підготовки для цього виду спеціалізованого туризму наявних кадрів; захоплення храмів і намагання незаконно захопити майно православних монастирів в Україні нещодавно штучно створеною ПЦУ з допомогою минулої влади П. Порошенка та зацікавлених закордонних структур і багатьма протиправними діями місцевих владних органів тощо.

Таким чином, Україна має достатню кількість православних релігійно-паломницьких центрів різної категорії привабливості та духовної значимості для відвідування як внутрідержавними, так й іноземними туристами. Проте наявні проблеми гальмують розвиток цього виду туристичного обслуговування населення й потребує суттєвого удосконалення система його забезпечення, що залежить від багатьох чинників як інфраструктурних, так і функціональних та організаційних тощо.

2.3 Статистичні дані релігійного туризму в Україні

Основні уявлення про стан туристичної галузі в Україні дає офіційна статистика Міністерства інфраструктури України (2000–2010 рр.), Державної служби статистики (з 2011 р.). Вони допомагають створити картину міжнародного інтересу до відвідування України, а також цільової аудиторії, яка може зацікавитися її сакральними об'єктами.

У 2019 році статистика показує такі дані: з 83 703 іноземних туристів більшість – британці 10 647, потім єгиптяни 10 396, поляки 8 404, молдовани 7 865, турки 5 034, американці (США) 4 016, німці 4, білоруси 4, німці 4,273 ,

голландців 1535, ізраїльтян 1499, австрійців 1311, японців 1150, латишів 1145, росіян 1131, китайців 1125 і греків 1082. 15 Ці цифри самі по собі мало що говорять. Але якщо порівняти їх із загальним населенням тих країн, з яких приїхали туристи, то можна побачити, які країни більше зацікавлені в Україні.

Найбільший відсоток становлять молдавани, 2,85% туристів на 3,5 мільйона населення Молдови. Британці – 0,016%, єгиптяни – 0,010%, поляки – 0,02%. Що стосується кількості білорусів, які приїжджають до країни, то вона становить 0,03% від загальної кількості населення 9,5 млн. З 1,92 млн латвійців туристи становлять лише 0,059%. Загальна чисельність населення Індії становить 1,353 млрд осіб, а 2569 туристів, які приїхали в Україну, – це лише 0,0019%. (Рис 2.1)

Завдяки розрахункам WTTC відома географія міжнародних туристів: 32% з Молдови, 17% з Білорусі, 11% з Російської Федерації, 8% з Польщі, 8% з Угорщини. 16 Ці цифри показують, що дуже мало людей подорожує Україною. Більшість «міжнародних» туристів, тобто 60%, є вихідцями з країн колишнього Радянського Союзу, тому їх можна вважати «міжнародними» лише умовно. Тому для більшості іноземців Україна досі залишається невідомою країною. Україна все більше вважається країною нереалізованих туристичних можливостей, хоча вона визнана однією з найбільших держав у Східній Європі з багатими кліматичними, туристичними та рекреаційними ресурсами. Це також одна з найбільш релігійних країн Європи. Ставши членом Всесвітньої туристичної організації (COT) у 1997 році, Україна ще не скористалася цим статусом як невід'ємної частини світового туристичного процесу. На думку більшості дослідників та експертів, релігійний туризм в Україні все ще носить більше внутрішній характер, ніж міжнародний. У 2019 році статистика показує такі дані:

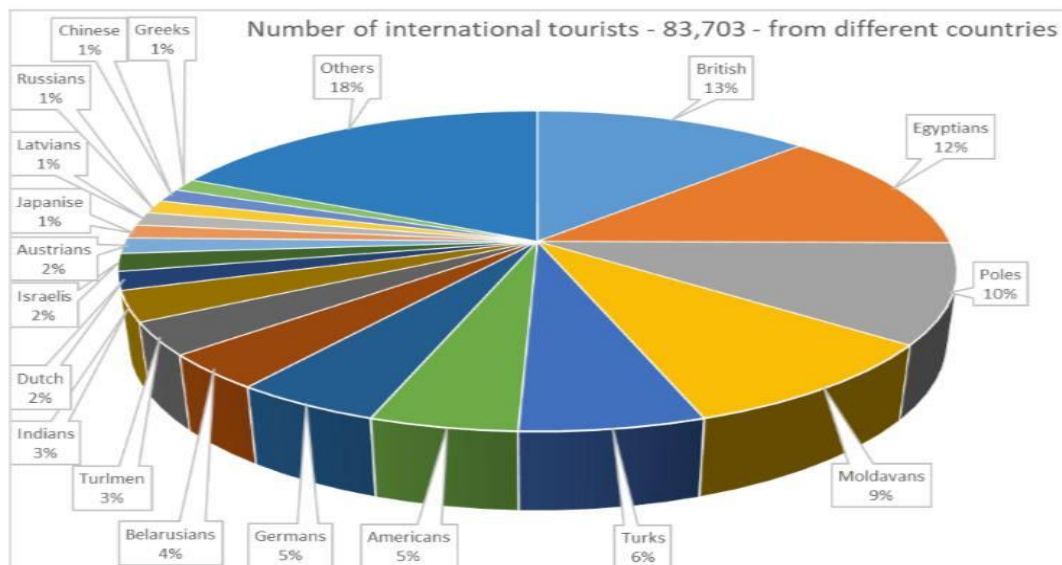


Рис. 2.1 Стан туристичної галузі в Україні

Джерело: []

За останні роки значно зросла кількість українських туристів, які здійснюють паломництво до святинь своєї країни. Але підрахувати кількість вітчизняних мандрівників практично неможливо, оскільки вони не користуються агентствами, а подорожують самостійно або за ініціативою духовенства. Іноземні туристи, які приїжджають в Україну з релігійними цілями, також не включаються в статистику. Приблизна річна кількість хасидських паломників становить від 30 000 до 40 000, розподіл вхідних (міжнародних) туристів. З 83 703 туристів у 2019 році 5 232 приїхали з ділових цілей, 58 404 для відпочинку, 2390 для оздоровлення, 194 спортсмени, 16 874 для спеціального туризму (не вказано), та 422 для інших цілей.

У 21 столітті релігійний туризм присутній майже в кожному сегменті туристичного бізнесу. Зарубіжні експерти поділяють його на такі складові:

- 1) подорожі до релігійних місць;
- 2) поїздки на релігійні зібрання та заходи;
- 3) подорожі з місіонерськими та/або гуманітарними цілями;
- 4) поїздки релігійних однодумців.

Мотиви релігійних подорожей різні. Серед найбільш типових можна виділити:

- ритуальне відзначення релігійних свят (як глядачі можуть брати участь паломники та туристи); духовне самовдосконалення (ця мотивація в релігійному туризмі притаманна як паломникам, так і звичайним туристам);
- підвищення статусу в релігійній громаді (мотив поїздки, який стосується лише паломників);
- поклоніння святому місці, храмам, мощам, духовне та фізичне зцілення (така мета характерна лише для паломників);
- цікавість, отримання естетичного задоволення від архітектури, живопису, іконопису, церковного співу (для всіх категорій туристів).

Проте існує ряд нерелігійних і непаломницьких туристичних поїздок, в яких певною мірою можуть бути релігійні мотиви, і такі туристи також можуть активно залучатися до релігійного туризму.

Зазвичай кількість паломників можна зафіксувати під час паломництва, яка є відомою прощою не лише в Україні, а й у всій Україні та навіть за кордоном. Проща – це паломництво віруючих до святого місця, яке пов'язане з явленням Божої Матері, діяльністю святих або розміщенням святинь [35]. Метою таких дій є насамперед прославлення Бога, відвідування чудотворних ікон, святих мощей та джерел для зцілення та прохання милості, покаяння, очищення совісті. Вони відбуваються у вигляді прогулянок, участі в богослужіннях, спільної молитви та іншого. Зазвичай розвитком подорожей під час паломництва займаються туристичні компанії, адже ця дія може відбуватися лише один раз на рік, тому такі тури найбільш затребувані у паломницькому туризмі.

Паломницькі центри мають власну дату на проведення прощ і саме в цей час прибуває найбільша кількість паломників (таблиця 2.2).

Організація найбільших прощ в Україні у 2019 році

Дата проведення	Місце проведення	Мета проведення
7 квітня	с. Підгірці (Бродівський район)	Відвідання Підгорецького монастиря та отримання відпусту.
17 – 19 травня	с. Унів (Перемишлянський район)	Вшанування чудотворної ікони Унівської Пресвятої Богородиці та цілющого джерела.
18 – 19 травня	с. Крехів (Жовківський район)	Вшанування Чудотворної ікони святого Миколая; отримання повного відпусту.
22 травня	м. Перемишляни (Перемишлянський район)	Місце служіння священомученика Омеляна Ковча.
26 червня	с. Страдч (Яворівський район)	Вшанування Чудотворної ікони Матері Божої Нерушимої Стіни (копія) та могил блаженних о. Миколи Конрада та дяка Володимира Прийми; отримання відпусту.
12 липня	с. Раковець (Пустомитівський район)	Піша проща до Раковця, вшанування цілющого джерела.
28 – 29 липня	с. Прибличі (Яворівський район)	Відвідини храму-музею на честь Андрея Шептицького. Відвідини пам'ятних місць Андрея та Климентія Шептицьких. Нічні чужання.
25 – 28 серпня	с. Унів (Перемишлянський район)	Вшанування Чудотворної ікони Унівської Пресвятої Богородиці; відвідання цілющого джерела та отримання відпусту.
13 вересня	с. Заглина (Жовківський район)	Марійська проща до с. Заглина та відвідання цілющого джерела.
28 – 29 вересня	с. Глиняни (Золочівський район)	Вшанування Чудотворної ікони розп'ятого Христа; отримання відпусту.

Туристи-прощани приїжджають не залежно від конфесійної приналежності, адже у місці можуть розміщуватись, як об'єкти поклоніння католицизму, так і православ'я.

Саме ці паломницькі центри є найбільш відвідуваними місцями прочанами. Також варто відзначити, що усі паломницькі заходи відбуваються у весняний, літній та ранньоосінній, адже саме ці періоди є комфортними для проведення прощ та для туристичних поїздок туристів-прочан.

Під час прощі часто здійснюються Хресна хода – це урочиста церковна хода з великим хрестом, іконами і хоругвами від одного місця до іншого. Вона символізує страждання Ісуса Христа і проводиться згідно з 14 стаціями [36]. Туристи зазвичай беруть участь в такому відпусті, адже вірять, що під час проходження Хресної ходиможна оздоровитись, здійснити покуту, збагатитись духовно та зміцнити свою віру. Встановлено, що місто Львів, село Страдч, село Крехів та село Унів є найбільш відвідуваними осередками релігійного туризму в Україні. Загалом, дані про кількість туристів, що подорожують з паломницькою метою в Україні не фіксуються, але за допомогою безпосередньої розмови з церковними діячами та інтернет-джерел було встановлено, що кількість туристів, що мандрують з метою релігії з кожним роком збільшується, що вказує на зростання популярності цього виду туризму. Дані було зібрано за останні три роки (рис. 2.2).

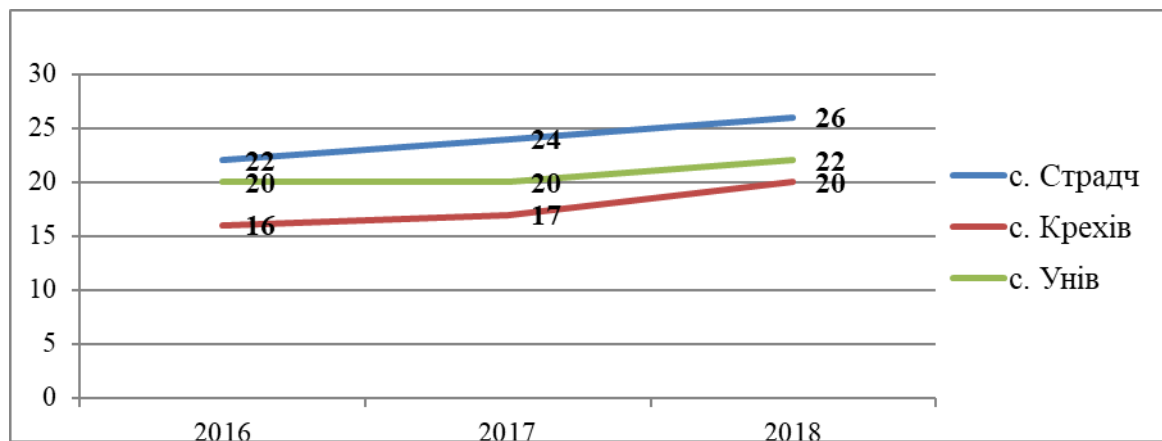


Рис. 2.2 Обсяги та динаміка туристичних потоків прочан у найбільші паломницькі центри України (тис. осіб).

Джерело: [36]

Найбільш відвідуваним місцем є с. Страдч (Яворівський район). У 2016 році було зафіксовано 22 тисячі паломників, у 2017 році – 24 тисячі та у 2018

році рекордну кількість – 26 тисяч прочан. Другою за популярністю дестинацією є с. Унів (Перемишлянський район), де встановлено, що у 2016 році сума туристів-прочан становила 20 тисяч, у 2017 році цей показник не змінився і сягав 20 тисяч осіб, а у 2018 році було зафіксовано на 2 тисячі прочан більше і загальна сума становила 22 тисячі. Третьою за кількістю прочан варто відзначити с. Крехів (Перемишлянський район), де зафіксовано у 2016 році – 16 тисяч осіб, у 2017 році – 17 тисяч осіб, а у 2018 році цей показник становив 20 тисяч осіб. На думку автора, для релігійного виду туризму, який тільки розвивається ці показники є не поганими і варто відзначити, що розвиток релігійного туризму охоплює позитивну тенденцію, адже з кожним роком туристів-прочан стає більше і цьому слугує давні складені традиції релігії, рекламна кампанія, наявність транспортної та паломницької інфраструктури та покращення надання послуг у місці призначення. Саме тому с. Страдч, с. Крехів та с. Унів намагаються з кожним роком покращувати розвиток такого виду туризму.

Отже, можна зробити висновок, що паломницькими осередками, які є відомими на міжнародному рівні варто відзначити с. Страдч, с. Унів та с. Крехів, де з кожним роком кількість туристів-прочан збільшується. У місті Львів, де розташовано багато сакральних об'єктів, розвинена інфраструктура та ефективна рекламна кампанія паломницький туризм не займає лідируючі позиції серед інтересів туристів, що пояснюється розвитком інших видів туризму. В Україні є інші паломницькі центри, але відсутність паломницької чи транспортної інфраструктури зменшує кількість прочан у місцевостях. Також на території регіону є популярним організовувати храмові свята, які збирають прочан з сусідніх місцевостях.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1 Проблеми релігійного туризму в Україні

Нещодавно туризм отримав значний розвиток і став масовим соціально-економічним явищем міжнародного масштабу. Його швидкий розвиток сприяє розширенню політичних, економічних, наукових та культурних зв'язків між державами та народами світу.

В Україні темпи розвитку туристичної індустрії послуг не розвиваються такими динамічними, як у світі. На тлі бурхливого розвитку світового туризму питання про роль України на світовому ринку туристичних послуг. Слід зазначити, що об'єктивно він має всі передумови для інтенсивного розвитку вітчизняного та іноземного туризму: особливості географічного становища та полегшення, сприятливий клімат, безліч природних, історичних, культурних та туристичних рекреаційних потенціалів. На тлі світового туризму, який здобуває владу фантастично швидким темпом, Україна виглядає досить скромною. Сьогодні українські громадяни є своєрідними інвесторами зарубіжних країн. На думку експертів, туризм, лише у вигляді податків може приносити до державної скарбниці до 4 мільярдів доларів.

Надзвичайно несприятливі внутрішні умови для розвитку з відносно слабкими міжнародними позиціями української економіки змушені активно шукати нестандартні шляхи виходу з кризи, засоби формування справді міжнародної конкурентної національної економіки.

Звичайно, причини слід шукати у важкій соціально-економічній ситуації в державі, в нездорових механізмах стимулювання туристичної галузі, відсутності ефективної стратегії розвитку для цієї області як національного, так і регіонального рівня. Але проблема набагато ширша. Проблема, ймовірно, стосується не лише туристичного регіону України, але в цілому способам залучення країн з перехідною економікою (яка також належить до України) до

потужних інтеграційних процесів та конкурентоспроможності таких економік на світовому ринку.

Відсутність інформації про Україну є однією з головних причин низьких темпів розвитку туризму. Участь фахівців та представників туристичних агентств на відомих світових туристичних виставках може покращити ситуацію. Минулого року уряд вперше фінансував презентацію України на ярмарку туристичних послуг ІТВ в Берліні. До 2010 року програма розвитку туризму працюватиме в Україні. Він передбачає збільшення частини цієї області в структурі ВВП з 1,5 до 14 відсотків та інвестицій у понад 11 мільярдів гривніасів. Держава виділить лише сорок мільйонів. Решту грошей виплачуватимуть приватні компанії.

Програма спрямована на розширення та покращення якості туристичної інфраструктури України, спрощення процедури перетину кордону та зменшення оподаткування туристичних компаній.

Ситуація, яка розвинулася в туристичному секторі, нещодавно вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ для посилення виробництва туристичного продукту, забезпечуючи необхідну якість.

Основні зовнішні фактори, що стримують розвиток туризму в Україні, є несприятливими умовами для підприємництва в цілому та зокрема туризму, недосконалості та навіть певної агресивності регуляторної галузі (включаючи правила та умови перетину кордонів іноземцями .) І, як наслідок, відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму як внутрішнього (через тривалу економічну кризу) та іноземного (через несприятливий інвестиційний клімат). Негативність економічного клімату спричинила той факт, що з майже 3000 українських туристичних підприємств, які мають реальні ліцензії на надання туристичних послуг, насправді лише близько третьої діяльності на ринку.

Як уже зазначалося, саме ці зовнішні та внутрішні фактори можуть бути основою, виходячи з того, на основі яких будуть розроблені пропозиції щодо виходу регіону з кризового положення та служать показниками подальших напрямків його розвитку.

Сьогодні у світі спостерігається збільшення ролі релігійного туризму. Проблему його дослідження вирішили низку іноземних дослідників: Бернекер П., Бернер, Булл А., Бертон Р., Фрітаг Крістіан, Фрейер У., Холлоуей Дж. К.С., Робінсон Ч., Матесон А., Мілл Р. .ch., Pearce D., Piatier A., Rutter H., Vellas F., що обґрунтувало суть і культурний потенціал релігійного туризму; Росіяни та українська, Олександрова А.Ю. Chudnovsky V.G., Terentyeva O., Skorchenko Yu.A., Babkin A.V., Birzhakov MB, Zorin I.V., Kvartalnov V.A., Sokolova MV, Ustimenko L.M., Afanaseev I.YU., Christ Організація та економіка релігійного туризму.

До основних причин, що перешкоджають розвитку релігійного туризму, належать:

- Відсутність комплексної програми розвитку релігійного туризму;
- нерозвиненість туристичної інфраструктури;
- недостатня кількість готельних місць та невідповідність їх структури попиту;
- відсутність належного громадського порядку у місцях здійснення паломництва;
- відсутність рекламно-інформаційної продукції, пропаганди та просування релігійного туризму;
- відсутність системи управління релігійним туризмом.

За словами духовенства, однією з головних проблем усіх сучасних монастирів - і не тільки в Україні є збереження церковного життя у відкритті для туристів. Крім того, багато туристів далеко не церковність, крім того, проблема похвали також виникає у випадку, коли монастир перетворює свою відкритість у інструмент для збору грошей.

Для того, щоб уникнути мирських спокус та збереження традиційного церковного життя, монастирі іноді обмежують ступінь доступності для мирян. Отже, монастир Вірменської апостольської церкви "Сурб Хач" відхилив пропозицію Кримської адміністрації призначити йому статус Департаменту етнографічного музею, зберігаючи статус духовної та церковної установи.

Заради збереження самоти, не всі дозволили вступити на територію буддійського монастиря Шейцен Лінг [16].

Існує проблема боротьби за будівель монастирів між вірами. Російська православна церква вважає, що колишні православні монастирі, «захоплені» уніатами з 17 століття, а потім відбудовувались у католицькому стилі, як це сталося, наприклад, з монастирем у селі регіону Земні Волін, слід передати їй. Тема претензій - це в основному монастирі регіону Львів - Св. Унфрієцького (XIII століття), Уневського (XV століття), Креховського (XVII століття), у Пліснській (XII століття), у Лаврові (XV століття).

Українська православна церква московського патріархату бореться за парафіяни та церковну власність з Українською православною київського патріархату, поступово перемагаючи в цій суперечці. Повнота "московських" храмів в Україні значно вища, ніж "київських", кількість жителів монастирів Української православної церкви київського патріархату також невеликий.

Києво-Печерська та Святогоська лавра, Почаїв, Зарваниця, Мгарський монастир – карта України поцяткована святими місцями та паломницькими маршрутами, а поїздки на прощу стає все більш популярним [31].

Щорічно святі місця відвідують сотні тисяч паломників із України та зарубіжжя. При парафіях та храмах України діє близько 115 паломницьких служб, які організують екскурсії для десятків тисяч паломників. За їхніми даними, кількість клієнтів щороку зростає на 10-15%. Люди їдуть до святих місць як з релігійних мотивів, і з туристичного інтересу.

На попиті, що збільшився, на паломництво заробляє не тільки церква, а й світські турагентства. Але якщо раніше паломництво традиційно асоціювалося з пішими походами, нині церква послабила вимоги до способів пересування, і кожен виходить зі свого стану здоров'я та фінансових можливостей, мандруючи пішки, автобусом, авто чи поїздом.

Наталія Содіна, екскурсовод паломницької служби Софія Київська при Українській православній церкві Московського патріархату, розповіла, що одразу після розвалу Союзу паломники були менш вимогливими до умов

поїздок [31].

«Доводилося спати на матраці, на підлозі в монастирі. Наразі не всі витримують такі випробування», - каже вона. Сучасний паломник потребує набагато більшого комфорту: двомісного номера в лаврі або світському готелі.

Далі наведемо коротку характеристику деяких релігійних центрів України.

Крехівський Василіанський монастир св. Миколи – відомий та авторитетний релігійний центр України перетворився за останні роки на значний осередок релігійного та пізнавального туризму [6].

Монастир розташований за 12 км від м. Жовкви та за 3 км від с. Крехова серед покритих буково-сосновими лісами пагорбів Розточя, у підніжжі гори Побійної. Він є комплексом, до якого входять церква св. Миколи, дзвіниця, корпуси келій, господарські будівлі та давні оборонні мури, з вежами [31].

Згідно з народними легендами, монастир заснували ченці Києво-Печерської Лаври Йоїл та Сильвестр. Вони оселилися у верхів'ях скелі, яка згодом отримала назву «Скеля Іоїла», келіях, і на її вершині збудували каплицю Покрови та поруч каплицю Петра та Павла [6].

Свято-Троїцький Корецький монастир. Стародавня обитель, яка веде свою історію з XI ст., розташована на березі річки Коряга. Двічі монастир руйнували: спочатку монголо-татари у XIII ст., а у XV – кримські татари. У середині XVIII ст. обитель майже 50 років перебувала під владою католиків. Але щоразу після занепаду за допомогою корецьких князів та місцевих жителів чорниці відновлювали життя монастиря. Сучасний архітектурний комплекс монастиря сформований у XVII-XVIII ст.

Софійський собор – всесвітньо відома пам'ятка історії, архітектури та монументального мистецтва першої половини XI ст. Собор збудований у період розквіту Київської Русі за князівства Ярослава Мудрого. Назва собору походить від грецького слова «софія» – мудрість. Побудований як головний метрополітний храм Русі, Софійський собор був у давнину громадсько-політичним та культурним центром Київської держави. У соборі відбувалися

урочистості з нагоди сходження на престол київських князів, прийом іноземних послів; біля собору збиралися київські віча, тут велось літописання та була створена Ярославом Мудрим перша вітчизняна бібліотека [6].

Свято-Успенська Святогірська Лавра - розташована на правому березі Сіверського Дінця, на схилах мальовничих крейдових гір, що нависли над водою, які здавна називали Святими. Документально Святі Гори відомі з 1526 р. У писемних джерелах монастир у скелі згадується вперше під 1624 р. Існує дві версії щодо заснування монастиря. Відповідно до однієї, монастир заснували ченці Печерської лаври, які пішли з Києва, розореного монголами в середині XIII ст., а за другою версією - афонські ченці, які йшли на Русь Сіверським Дінцем, це місце нагадало їм рідну Святу гору Афон.

Святогірський, Свято-Успенський та Зимненський монастирі належать до найдавніших святинь України-Русі. Стародавні волинські переклади свідчать, що у 1001 р. на високому березі річки Луга, київський князь Володимир Святославич збудував два храми та терем. Це місце на західному кордоні Русі стало зимовою резиденцією князя Володимира [6].

Монастир Покров Божої Матері – це давня споруда Харкова.

Храм збудований у 1689 р. (висота 45 м, двоярусний, у нижньому ярусі – зимова Хрестовоздвиженська церква, висота 6 м, а у верхньому – літня Покровська).

Храм повторює розміри та форми давніх дерев'яних церков тутешнього краю – Слобожанщини, є типовою українською церквою, але кам'яною, з елементами російської архітектури у зовнішній обробці. На заході храму побудована водночас з ним кам'яна чотириярусна дзвіниця, яка має вигляд оборонної вежі та входила до системи укріплень Харківської фортеці. Обитель при храмі заснована у 1726 р. Тоді ж сюди з Білгорода перевели діючу там із 1721 р. Слов'яно-греко-латинську школу та перетворили її на Харківський колегіум, який був видатним центром освіти Слобідської України до початку XIX ст. Звідси вийшли багато визначних духовних і світських діячів свого часу. У 1786 р. до монастиря перенесли шановану на Харківщині чудотворну

Озерянську ікону Божої Матері, яка спочатку була в Озерянській пустелі, а потім у Курязькій обителі.

Число католиків в Україні оцінюється в 4-5 мільйонів людей. За даними сайту catholic-hierarchy.org, у 2005 році кількість католиків країни становила 4 мільйони 766 тисяч людей, тобто 7,3% населення. З них близько 4,4 мільйона складають грекокатолики, 500-800 тисяч католики латинського обряду.

Існує також невелика вірмено-католицька громада, хоча до Другої світової війни кількість вірмено-католиків у Львові була значною. Характерною особливістю українського католицизму є переважання віруючих греко-католиків над католиками латинського обряду. Україна є єдиною країною Європи, де католики східного обряду переважають над римокатоликами. Українські грекокатолики належать до Української грекокатолицької церкви (4,35 млн. за даними Annuario Pontificio 2010) та Русинської грекокатолицької церкви (Мукачівська єпархія), 380 тисяч осіб [6].

Українська грекокатолицька церква – найбільша помісна католицька церква східного обряду, має статус верховного архієпископства. Число зареєстрованих греко-католицьких громад на 2011 рік – 3 800, римокатолицьких – 1 100.

Католицизм як західного, так і східного обряду більш поширений на заході країни, хоча мережа католицьких парафій охоплює всю територію України. Українські грекокатолики складають більшість населення у Галичині (Львівська, Тернопільська, Івано-Франківська) та Закарпаття. Більшість римокатолицького населення країни історично склали люди з етнічним польським корінням, проте в останні десятиліття національний склад римокатолицьких громад став більш різноманітним.

Таким чином, Україна є перспективною, безпечною та привабливою країною для розвитку міжнародного релігійно-паломницького туризму. Останнім часом тут відзначається підвищений інтерес до релігійного туризму та паломництва. Внаслідок бурхливого зростання в останнє десятиліття релігійних організацій в Україні почала формуватися нормативно-правова

база розвитку релігійного туризму. [33].

3.2 Шляхи вдосконалення релігійного туризму в Україні

У багатьох країнах туризм відіграє значну роль у формуванні Валового внутрішнього продукту (ВВП), активізації зовнішньоторговельного балансу, створенні додаткових робочих місць та забезпечення зайнятості населення. Туризм впливає такі ключові галузі економіки, як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та інші, тобто. виступає своєрідним стабілізатором соціально-економічного розвитку. На розвиток туризму впливають різні фактори: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні та політико-правові.

На розвиток туризму у світі впливають науково-технічний прогрес, підвищення якості життя населення, збільшення тривалості вільного часу, відпусток, економічна та політична стабільність та низка інших факторів.

Туризм - один з небагатьох видів вітчизняного бізнесу, що стійко розвиваються. Інтерес підприємців до туризму пояснюється низкою факторів. По-перше, для того, щоб почати займатися туристським бізнесом, не потрібно великих інвестицій. По-друге, на туристському ринку цілком успішно взаємодіють великі, середні та малі (з невеликою кількістю персоналу) фірми. При цьому туристський бізнес дозволяє швидко обертати капітал, а також (у сфері міжнародного туризму) отримувати великі прибутки за рахунок валютних операцій.

Розвиток туризму в Україні сприяє створенню сприятливого організаційно-правового та економічного середовища для розвитку цієї галузі, формування конкурентоспроможного на світовому ринку вітчизняного туристичного продукту на підставі ефективного використання природного та історико-культурного потенціалу України, забезпечення її соціально-економічних інтересів країн та екологічної безпеки.

За даними Всесвітньої туристичної організації, протягом останніх 16 років дохід від міжнародного туризму щороку зростає на 9%. Кількість міжнародних туристів щороку зростає на 4%.

Розвиток туристичної та курортної сфер України в останні роки також характеризується позитивною динамікою: збільшується обсяг в'їзного (іноземного) та внутрішнього туризму, збільшується ефективність господарської діяльності підприємств та продуктивність праці. Кількість іноземних туристів збільшувалося. Так, 2005 року Україну відвідали 17,6 млн.; у 2006 році 18,9 млн.; 2007 року Україну відвідали 23,1 млн., а 2008 року - 25,4 млн. туристів.

Загалом по Україні минулий туристичний сезон має позитивну динаміку. Загальна кількість туристів, обслужених туроператорами та турагентствами, збільшилась на 17%, обсяг послуг зріс на 10%, а платежі до бюджету – на 14%.

Очевидно, що на тлі такої активності на туристичному ринку Україна має реалізувати свій туристичний потенціал, якщо, звичайно, забезпечить туристів безпечними та високоякісними готельними послугами.

Експерти Всесвітнього економічного форуму у Давосі у 2008 році оприлюднили рейтинг конкурентоспроможності 130 країн світу у сфері туризму. Україні відвели 77-е місце між Оманом та Сербією. Експерти відзначають, що у нашої країни добре йде справа з санітарними умовами, порівняно непогано – із загальною привабливістю для туризму та подорожей, і зовсім біда – з транспортною та туристичною інфраструктурою, а також політикою влади у галузі туризму.

Необхідно відзначити, що у багатьох регіонах відкриваються нові готелі, будинки відпочинку, санаторії та пансіонати, реконструюються діючі, на якісно новий рівень виходить сервіс, розвивається інфраструктура. На сьогоднішній день у туристичній та курортній сферах налічується близько 8,5 тисяч підприємств.

Сучасний туризм, як частина економічного комплексу країни,

характеризується такими властивостями та функціями:

- має власну промисловість виробництва та надання послуг туристам;
- Створює туристичні послуги, формує тури та здійснює їх реалізацію;
- Формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;
- Виступає мультиплікатором зростання національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення. розвитку місцевої інфраструктури та підвищення рівня життя населення;
- є сферою, де дешево створюються робочі місця та забезпечується високий рівень ефективності та швидка окупність інвестицій;
- виступає ефективним засобом охорони навколишнього середовища та культурної спадщини людства, що становить основу ресурсного забезпечення туризму;
- сумісний практично з усіма сферами, галузями та видами діяльності людини;

Розвиток національного туризму неможливий з урахуванням лише ринкових механізмів, оскільки туризм як економічне явище, а й глибоко соціальне, духовне і культурологічне. Тому потрібний комплексний підхід розвитку туризму в Україні.

ЄВРО-2012 кілька років тому було національною ідеєю, яку втілювали у життя перші особи держави та задіяних регіонів.

Особливо варто виділити завдання формування національної професійної програми якості туризму. Її завдання полягає в тому, щоб виділити на ринку по-справжньому якісні проекти, за які нам не буде соромно перед гостями, тим більше, що нашу країну відвідують туристи з високорозвинених країн (таких як Англія, США, Італія, Німеччина та Франція).

ЄВРО-2012 став серйозним іспитом для країни. Створення повноцінної професійної туристичної індустрії – найважливіша частина цього завдання. Вирішувати такі завдання належить і бізнесу, і державі – на кожну зі сторін буде покладено досить важливі завдання.

Особливого значення мала оцінка якості обслуговування туристів, яка була побудована на основі таких вимог: комфортність перевезень та інших послуг; багатий асортимент рівня якості послуг протягом усєї подорожі.

У той же час, подальший розвиток туризму гальмується:

-відсутністю цілісної системи державного управління туризмом у регіонах;

-Недосконалістю нормативно-правової бази;

-недостатністю методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави;

-повільними темпами зростання обсягів інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму;

-невідповідністю переважної більшості туристичних підприємств міжнародним стандартам;

-обмеженість інноваційних проектів та наукових досліджень з питань розвитку перспективних видів туризму;

-недостатньою забезпеченістю туристичної галузі висококваліфікованими фахівцями.

Можна зробити низку важливих висновків щодо потенціалу зростання ринку туризму. Нові технології в туризмі та суміжних галузях економіки сприятимуть різкому ривку у розвитку сфери подорожей. Недарма ХХІ століття оголошено віком сфери обслуговування. Політична, соціальна та фінансова інтеграція багатьох країн створить оптимальні умови для розвитку та вдосконалення готельної, транспортної, торгової інфраструктури та інших ресурсів туристського ринку, а також забезпечення безпеки туристів під час подорожей, охорони та дбайливого використання з метою туризму навколишнього середовища не тільки у розвинених, а й у країнах. Є підстави стверджувати, що має величезний потенціал.

Загалом в Україні налічується близько 130 паломницьких відділів, служб, агентств і фірм. Географія пропонованих ними маршрутів охоплює всю

територію України та всі країни Європи та Близького Сходу. В середньому один такий сервіс пропонує близько 50 поїздок на рік. Визначити кількість внутрішніх релігійних туристів неможливо. Якщо припустити, що всі активні віруючі здійснюють туристичні поїздки виключно з релігійними цілями, то їх частка в загальному потоці туристів коливається від 8,5% до 20%. Тоді на релігійний туризм припадає від 160 до 360 тис. організованих поїздок та екскурсій, з них 120-300 тис. закордонних, і лише 25-60 тис. внутрішніх. Виявляється, в Україні частка релігійного туризму в загальному туристичному потоці навряд чи перевищить 8-10%, але, швидше за все, нижча. Тобто рівень розвитку релігійного туризму в Україні щонайменше вдвічі нижчий за середньосвітовий. Кількість іноземних паломників в Україні в середньому становить 60-70 тисяч, релігійно-освітніх іноземних туристів приблизно стільки ж. З них дві третини – ізраїльтяни, російські паломники – не більше 15% (8-10 тис. паломників). За місцевими спостереженнями у 2015 р. кількість релігійних туристів у Львові становила близько 700 тис. осіб, у Києві – близько 600 тис. осіб, у Почаєві – не більше 500 тис., у Зарванці – до 500 тис., у Джубліку – до 300 тис., у Святогірську – близько 100 тис. [8].

На сучасному ринку релігійного туризму мало підприємств, які працюють з таким специфічним туристичним продуктом і знають усі його тонкощі. Для успішної організації туризму в духовних осередках необхідна співпраця між туристичними підприємствами та керівниками церков.

З точки зору туристичних центрів релігійний туризм близький до так званого наукового туризму релігійної тематики. Таких поїздок небагато, але вони розширюють географію туристичних поїздок. Вчених цікавить релігійна спадщина – рукописи, різноманітні релігійні предмети, археологічні розкопки, архітектурні форми, минуле релігій та багато іншого.

Нині в індустрії релігійного туризму можна виділити чотири складові: релігійні об'єкти, розміщення, харчування та транспорт.

Туристи під час паломництва або екскурсії використовують різні транспортні засоби, щоб дістатися до місця(ів) прибуття. Це повітряний,

залізничний, автомобільний (автобусний) водний транспорт. У паломництві практикується ходьба певними маршрутами, від однієї точки до іншої.

Аналізуючи перспективи розвитку релігійного туризму в Україні, можна дійти такого висновку.

Сьогодні у світі дедалі більше розвиваються різні види пізнавального, зокрема релігійного, туризму. Маршрути подорожей віруючих різних конфесій включали такі країни як Ізраїль, Греція, Єгипет, Йорданія, Туреччина, Італія, Індія, Саудівська Аравія, Китайський Тибет та інші місця релігійного значення. Проте нинішній рівень підготовки таких маршрутів вітчизняними турфірмами, їх забезпечення, дотримання організації та прийняття положень різних релігій поки що не відповідає необхідним вимогам. Більшість українських фірм не мають підтримки та благословення церкви. Вартість поїздок за кордон перевищує можливості більшості громадян.

Крім зазначених невирішених питань виїзного релігійного туризму, недостатньо розроблено механізм залучення іноземних туристів до українських святинь, які мають значний релігійний та культурний інтерес.

Враховуючи кризу у сфері туризму, доцільно розвивати цей сегмент, але комплексно, програмно та за підтримки Мінінфраструктури, Мінкультури, Міносвіти та інших міністерств та відомств, банківської установи, вітчизняні та іноземні інвестори. Особливу увагу передбачається приділити організації в'їзного релігійного туризму. Це дозволить інвестувати в економіку України.

Найважливішим елементом цієї програми, безумовно, має стати її рекламно-інформаційне забезпечення: пропаганда через пресу, радіо та телебачення, видання книг про церкви, духовні пам'ятки України, відеоролики. Доцільно проведення низки безкоштовних рекламно-інформаційних поїздок, участь діячів різних конфесій, журналістів, представників турагентств, кількох відомих та авторитетних людей.

Визначити реальну кількість релігійних туристів та екскурсантів в Україні неможливо, оскільки немає статистики та аналітичних досліджень

щодо цього виду туризму. У державному статистичному бюлетені з туризму враховуються лише організовані туристи та екскурсанти, які оформили путівки у турагентствах України. Туристи-аматори та екскурсійні бюро не включені.

Україна володіє величезною культурною та природною спадщиною, зокрема релігійним туризмом. Багато релігійних пам'яток використовувалися в туризмі і раніше, розроблені популярні туристичні маршрути, але вони не зовсім відповідають міжнародним стандартам. В останні роки спостерігається зростання інтересу туристів саме до цього сегменту туристичного ринку. Тому необхідно ефективно використовувати можливості.

Україна має великий потенціал для розвитку релігійного туризму. Однак багато хто визнає, що цей потенціал залишається невикористаним. Серед обставин може бути нерозвинена інфраструктура; відсутність інформації про наявні ресурси та маршрути; слабкі зв'язки з туристичними компаніями та релігійними організаціями; відсутність кваліфікованих кадрів у цій сфері.

Лише спільно паломницькі служби та туристичні організації за підтримки державних установ зможуть відродити, зберегти та впорядкувати культурні об'єкти, пам'ятки, місця паломництва, обладнати їх та створити навколо них належний стан, культурне середовище та комфорт.

3.3 Новий релігійний тур в Україні

Розглядаючи паломницький туризм в Україні, слід зазначити, що країна має велику кількість пропозицій на туристичному ринку, оскільки в країні багато сакральних місць, що становлять інтерес для туризму [42]. Розробляються нові маршрути з урахуванням сакральних об'єктів задоволення потреб паломників.

Паломницькі тури відвідуються в загальноосвітніх цілях, оскільки під час поїздки турист знайомиться з культурою, історією, традиціями не лише об'єктів споглядання, а й усіх паломницьких центрів, адже вони були не лише

духовними центрами, а й основними центрами освіти та збереження історико-історичної спадщини. . культурна спадщина. Паломництво розвиватимуть не лише туристичні підприємства, а й самі священики та ченці.

Варто звернути увагу на класифікацію паломницьких турів, представлену Тетяною Божукою. Дослідник класифікував паломницькі тури за спрямованістю, масштабом охоплення, тривалістю, метою, засобами пересування, організацією, сезонністю, формою участі, формою маршруту [14].

Для формування конкурентоспроможного паломницького туру слід спиратися на ці критерії, адже можна знайти свого споживача.

На сучасному ринку релігійного туризму мало підприємств, які працюють з таким специфічним туристичним продуктом і знають усі його тонкощі. Для успішної організації туризму в духовних осередках необхідна співпраця між туристичними підприємствами та керівниками церков.

З точки зору туристичних центрів релігійний туризм близький до так званого наукового туризму релігійної тематики. Таких поїздок небагато, але вони розширюють географію туристичних поїздок. Вчених цікавить релігійна спадщина – рукописи, різноманітні релігійні предмети, археологічні розкопки, архітектурні форми, минуле релігій та багато іншого.

Нині в індустрії релігійного туризму можна виділити чотири складові: релігійні об'єкти, розміщення, харчування та транспорт.

Туристи під час паломництва або екскурсії використовують різні транспортні засоби, щоб дістатися до місця(ів) прибуття. Це повітряний, залізничний, автомобільний (автобусний) водний транспорт. У паломництві практикується ходьба певними маршрутами, від однієї точки до іншої.

Вищезазначене вимагає значних зусиль для розвитку туристичного продукту, тобто створення та організація подорожей є надзвичайно складним процесом. Створення туристичного продукту зазвичай починається з висунення ідеї та прийняття рішень щодо розробки туристичного пакету (туристичний пакет - комплекс послуг з розміщення, перевезення, харчування

релігійних туристів, гідів, перекладачів та ін.). Прийнявши рішення про створення туру (туристичного пакету), вони переходять до узагальнення кількох етапів розробки турпродукту:

- вивчення попиту на туристичному ринку та визначення основних компонентів туру;
- розрахунок вартості туру (цінова політика);
- продаж (реалізацію) туру, тобто просування його на ринок.

На початку відбувається створення концепції туру, вивчення основних тенденцій як паломницького туризму, так і екскурсійного туризму релігійної тематики. Вивчення якісних і кількісних характеристик туру: вид транспорту, наявність коштів на проживання, пункти харчування, екскурсійні об'єкти, культові споруди та ін. туристичні послуги та їх виробники та постачальники розслідуються. Вивчаються релігійні центри, куди приїжджатимуть туристи. Важливе значення має їх транспортна доступність, ступінь розвитку інфраструктури, якість послуг тощо. При практичній організації паломницьких поїздок вивчаються особливості проведення культових заходів, а саме можливість прийому в храмах, монастирях і т.д. При створенні туру важливо врахувати всі нюанси. Наприклад, деякі чоловічі православні монастирі приймають лише чоловіків-паломників тощо. У деяких індуїстських храмах в Індії (або її частинах) допускаються лише індуси, а духовні вчителі можуть бути відсутні в певну пору року. Не мусульманам заборонено в'їжджати в Мекку.

Коли вивчення попиту та пропозиції на ринку завершено, складається словесна модель (робочий проект) туру. Туроператор вибирає підрядників, встановлює з ними контакт і починає переговори. Потім туристичний продукт просувається на туристичний ринок. Створення системи заходів, спрямованих на попит і стимулювання збуту туристичних послуг (збільшення продажів).

Аналізуючи пропозиції на туристичному ринку України релігійного спрямування, було встановлено, що подорожі, легші, відпочинок розвиваються лише до найвідоміших святинь, а інші залишаються

непоміченими. Також було відзначено, що турфірми та паломницькі центри не розвивають туристичні поїздки до найвідоміших святинь, тому автором дипломної роботи розроблено новий груповий автобусний тур «Вірування Тернопільщини» для туристів різного віку з релігійно-оздоровчою метою, до якого входять відомі об'єкти споглядання України. Тур розроблений автором випав на Тернопільську область.

Тернопільщина: край, який полонить назавжди. Маю на увазі не лише її розкішну природу, туристичні принади, духовні святині, а передусім людей: енергійних, працелюбних, інколи запальних, інколи наївних, але таких, котрі наполегливо йдуть до своєї мети.

Розташована на Подільській височині, південна межа області проходить по річці Дністер, східна – по Збручу. Займає східну частину Галичини, частину південної Волині та частину Західного Поділля.

На території області знаходиться найдовша у світі карстова печера Оптимістична довжиною 260 кілометрів, а також одне із «Семи чудес природи України» – Дністровський каньйон. Також Тернопільщина відома Почаївською Лаврою, чудотворною іконою Божої Матері в Зарваниці та духовним центром Зарваниці. За кількістю замків (34) Тернопільська область посідає перше місце в Україні[4]

До складу області входять 3 райони: Кременецький, Тернопільський, Чертковський райони.

Тернопільська область – найбільш україномовний регіон країни; у 2001 р. 98,8% населення визнали рідною українську мову[7].

Основними туристичними об'єктами зараз є Національні природні парки «Дністровський каньйон» та «Кременецькі гори», Крем'янець-Почаївський історико-культурний заповідник та Національний заповідник «Замки Тернополя», міста Тернопіль, Чортків, Бережани, Бучач, Борщів. , курорти Гусятин і Микулинці, с . Зарваниця Тербовлянського району.

Згідно з реєстром Державного агентства України з туризму та курортів в області у 2012 році діяло 123 туристичні підприємства: 23 туроператори та

100 туристичних агентств. У 2009-2012 рр. підприємства туристичної діяльності надали послуги близько двох мільйонам осіб, у тому числі 600 тис. осіб з внутрішнього туризму та 200 тис. іноземних туристів. Екскурсійні послуги надано 700 тис. осіб. Кількість працівників, зайнятих у сфері туризму та суміжних галузях у Тернопільській області, становить десятки тисяч осіб[28]. З 2006 р. у Тернополі виходить газета «Туризм і рекреація»[29].

Основними туристичними об'єктами нині є Національні природні парки «Дністровський каньйон» та «Кременецькі гори», Почаївський історико-культурний заповідник та Національний заповідник «Замки Тернопільської області», міста Тернопіль, Чортків, Бережани, Бучач, Борщів, Теребовля, курорти Гусятин та Микулинці, с. Зарваниця Теребовлянського району.

Згідно з реєстром Державного агентства України з туризму та курортів в області у 2012 році діяло 123 туристичні підприємства: 23 туроператори та 100 туристичних агентств. У 2009-2012 рр. підприємства туристичної діяльності надали послуги близько двох мільйонам осіб, у тому числі 600 тис. осіб з внутрішнього туризму та 200 тис. іноземних туристів. Екскурсійні послуги надано 700 тис. осіб. Кількість працівників, зайнятих у сфері туризму та суміжних галузях у Тернопільській області, становить десятки тисяч осіб[28].

Релігійні центри, які будуть відвідані туристами: м. Кременець, м. Почаїв, м. Тернопіль, с. Зарваниця, м. Бучач, с. Язловець.

Кількість днів, проведених під час подорожі – 2 дні, 2 ночі.

Протяжність маршруту – 1153 кілометрів.

Початок туристичного маршруту з Києва, о 5 ранку, біля метро Житомирська. Далі ми поїдемо до Кременець – Почаїв – Тернопіль – Зарваниця – Бучач – Язловець. І повертаємося до Києва. (Додаток Г)

Місто Кременець: одне з найкрасивіших малих міст України. Почаївська лавра, Покрови Пресвятої Богородиці в «цегляному» стилі (1902-1905) біля вокзалу, Пресвятої Трійці (1896-1897) на військовому цвинтарі, Апостолів Петра і Павла на вул. Переліски, Різдва Пресвятої Богородиці в

Туницькому провулку, церква на монастирському цвинтарі тощо. Взагалі, цей регіон дуже релігійний, тут багато «святих місць», куди масово їдять паломники з усієї України.

Місто Почаїв: відвідання Джерела Святої Анни в Онишківцях, Скита Святого Духа, Скит-монастир Праведної Анни.

Місто Тернопіль: місто в Україні, політико-адміністративний, економіко-діловий, релігійний та культурний центр Тернопільської області. Понад 860 зразків сакральних об'єктів, скульптури Матері Божої, Ісуса Христа, різних святих, хрести – на честь скасування панщини.

Село Зарваниця: село в Україні, на заході Тернопільського району, Тернопільської області, розміщене на лівому березі річки Стрипа. Марійський духовний центр (присвячений Пресвятій Богородиці); Ікона Божої Матері Зарваницької; Собором Зарваницької Матері Божої.

Місто Бучач: лежить на терасі глибокого каньйону р. Стрипи, на території Опілля, західної частини Подільської височини. Костел Успіння Пресв. Богородиці; Монастир та церква василіан; Церква св. Миколи.

Село Язловець: село в Україні, Тернопільська область, Чортківський район, Бучацька міська громада. Монастир Сестер-Непорочниця.

Послуги, які входять до туристичного пакету: транспортне обслуговування, проживання (Готель "Golden Ring"), харчування (кафе Калина м. Кременець; Музей-ресторан "Старий млин"), екскурсійне обслуговування, страхування (ТОВ «Скарбниця»).

Вартість туру: 1195 грн з людини.

ВИСНОВКИ

На сучасному етапі в Україні сформовано видовий сегмент ринку релігійного туризму, який набуває все більшого розвитку. У зв'язку зі збільшенням кількості пропозицій щодо організації паломницьких поїздок завдання фахівців туристичного бізнесу полягає в тому, щоб грамотно організувати роботу на основі маркетингових досліджень та чіткої роботи менеджерів. Щоб у подальшому релігійний туризм став повноцінним видом туристичної промисловості, необхідний комплекс правових, економічних пріоритетів і організаційних заходів, сприяють його розвитку.

Для розвитку релігійного туризму України туристичні компанії спираючись на попит, створюють нові та нові тури в релігійні святині як України так і всього світу.

Храми, монастирі та інші релігійні об'єкти становлять 27% усіх зазначених у каталогах пам'яток України. Якщо припустити, що кількість релігійних туристів та екскурсантів буде пропорційною кількості цих релігійних об'єктів по областях та регіонах України, виходить, що три чверті (75%) потоку релігійного туризму будуть направлені в Західну та Центральну Україну, близько 14% – у східні області та менше 10% – на південь країни.

Визначити фактичну кількість релігійних туристів та екскурсантів в Україні неможливо, оскільки немає статистичних чи аналітичних досліджень щодо цього виду туризму. Державний статистичний бюлетень з туризму враховує лише організованих туристів та екскурсантів, які оформили путівки в українських туристичних фірмах. Туристи-аматори та турфірми в облік не включаються.

Лише опосередковано і дуже приблизно можна визначити кількість вітчизняних релігійних туристів. Якщо припустити, що всі активні віруючі здійснюють туристичні поїздки лише з релігійними цілями, то їх частка в загальному туристичному потоці становитиме від 8,5% до 20%. Тоді на релігійний туризм припадає від 160 до 360 тис. організованих поїздок та

екскурсій, з них 120-300 тис. закордонних, і лише 25-60 тис. внутрішніх. Виявляється, в Україні частка релігійного туризму в загальному туристичному потоці навряд чи перевищить 8-10%, але, швидше за все, нижча. Тобто рівень розвитку релігійного туризму в Україні щонайменше вдвічі нижчий за середньосвітовий.

Сучасний релігійний туризм унікальний своєю здатністю знайомити людей з різними релігіями і культурами, налагоджувати діалог і дружні стосунки з представниками інших культур з різних регіонів і країн. Релігійний туризм формує толерантність і всебічне розуміння життя, зокрема духовного. Вона також має конкурентоспроможний соціокультурний потенціал і задовольняє соціокультурні потреби людей. Паломницька форма туризму має потужні ідеологічні можливості для розвитку міжконфесійних та міжкультурних комунікацій, а також для збереження культурного різноманіття країни та світу. Функціонування явища релігійного туризму та його духовний зміст впливає на туристичну діяльність та культурний рівень суспільства, орієнтуючись на значні трансформації сучасної соціокультурної сфери, внаслідок чого туристичний досвід стає соціально важливим.

Туризм в Україні сьогодні є ще слабо розвиненою галуззю економіки, релігійний туризм знаходиться на стадії становлення. Йому бракує чіткої концепції, змісту чи джерел інформації. Тому, на мою думку, варто запустити веб-сайт, який акумулює інформацію про існуючі форми релігійного туризму та паломництва, про маршрути та сакральні місця, які пропонують турагентства, туроператори та паломницькі центри. Це дасть людям актуальну та вичерпну інформацію, моніторинг та аналіз ринку туристичних послуг.

Україна має величезну культурну та природну спадщину. Були розроблені популярні туристичні маршрути, багато релігійних пам'яток бачили туристи в минулому, але вони не зовсім відповідали світовим стандартам. В останні роки спостерігається зростання інтересу туристів до ринку релігійного туризму. Тому Україні необхідно ефективно використовувати можливості, що відкриваються.

Маючи потужний потенціал для розвитку релігійного туризму, Україна ще не використала його повною мірою та ефективно. Серед причин:

- нерозвинена інфраструктура; відсутність інформації про наявні ресурси та маршрути;
- слабкі зв'язки між туристичними агентствами та релігійними організаціями;
- відсутність кваліфікованих кадрів у цій сфері.

Але діяльність паломницьких служб та туристичних організацій за підтримки державних установ може спільно відроджувати, зберігати та впорядковувати об'єкти духовної культури, історичні пам'ятки, місця паломництва, обладнати та розвивати їх та створювати належне багатство, культурне середовище та комфорт навколо їх.

Криза світової туристичної індустрії через пандемію COVID-19 завдала значної шкоди всьому туристичному сектору економіки України.

Але це відкриває унікальне вікно можливостей для України стати всесвітньо відомим релігійним напрямком. WTTC звернула увагу на це, закликаючи лідерів державного та приватного секторів працювати разом, щоб прокласти шлях до економічного відновлення, необхідного для туристичної індустрії та створення мільйонів робочих місць. 8 жовтня 2020 року опубліковано міжнародний план відновлення туристичної галузі. Міністри туризму G20 закликали до міжнародної координації між урядами для відновлення ефективної діяльності та міжнародних подорожей. Це має стати складовою стратегічної політики України у сфері туризму, перетворивши її на привабливий релігійний напрямок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Топорницька М. Я. Територіальна організація та перспективи розвитку етнофестивального туризму в Україні / М. Я. Топорницька // Географія та туризм : наук. зб. / відп. ред. Я.Б.Олійник. – К.: Альтерпрес, 2012. – Вип. 17. – С.117–123.
2. Ковальчук А. С. Географія релігійного туризму в Україні/ А. С. Ковальчук, М. С. Рутинський, А. М. Манько, Т. Б. Завадовський, Д. А. Каднічанський. – Львів:ТзОВ “Друк Захід”, 2016. – 454 с.
3. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://unwto.org/>
4. Релігійний туризм: термінологічний словник-довідник / автор упорядник Т. Божук. Львів: Український бестселер, 2010. – 252 с.
5. Городиський Ю. Я. Класифікація християнської релігії (для потреб суспільно-географічних досліджень) / Ю. Я. Городинський // Географія та туризм, 2016. – С. 168–176.
6. Релігійний туризм як історико-суспільне явище. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/Uk_msshr_2013_19\(2\)____42.pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/Uk_msshr_2013_19(2)____42.pdf)
7. Ковальчук А. С. Формування понятійно-термінологічного апарату релігійного туризму і релігії / А.С. Ковальчук // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини, 2012. Вип. 29. Ч. 2. С. 86–92.
8. Лубський В. Релігієзнавство / В. Лубський. – Київ: Вілбор, 1997. – 380 с.
9. Христов Т. Т. Релігійний туризм / Т. Т. Христов. – М.: Academia, 2003. – 286с.
10. Бабкин А.В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. – Ростов-на-Дону :Феникс, 2008. – 252 с.
11. Мыць Л. Паломничество к святыням как перспективный тур

продукт / Л.Мыць // Украинский туризм, 2008. – С. 86–89.

12. Устименко Л. М. Історія туризму / Л. М. Устименко, І. Ю. Афанасьєв. – К.:Альтерпрес, 2005. – 320 с.

13. Релігійний туризм: термінологічний словник-довідник / автор упорядник Т. Божук. Львів: Український бестселер, 2010. – С. 32

14. Ковальчук А. С. Організатори релігії та релігійного туризму / А. С. Ковальчук, А. М. Манько // Вісник Львівського університету, 2013. – №42. – С. 57.

15. Дністрянський М. С. Кордони України: територіально-адміністративний устрій / М. С. Дністрянський. – Львів: Світ, 1992. – 144 с.

16. Любіцева О. Географія релігій в Україні / О. Любіцева, К. Мезенцев, С.Павлов. – Київ, 1998. – 504 с.

17. Пазенок В. С. Філософія туризму / В. С. Пазенок. – К.: Кондор, 2004. – 268 с.

18. Божук Т. І. Розвиток релігійного туризму: різновиди, функції, пріоритети / Т. І. Божук // Краєзнавство. Географія. Туризм, 2011. – №16. – С. 3–6.

19. Бейдик О. О. Стратегічні напрями розвитку національного туризму / О. О.Бейдик // Географія та туризм : наук. зб. / Відп. ред. Я.Б.Олійник. – К.: Альтерпрес, 2009. – Вип. 1. – С. 35–41.

20. Божук Т. І. Релігійний туризм і паломництво: спільні і відмінні риси / Т. І. Божук // Науковий вісник Чернівецького національного університету ім. Ю.Федьковича. Серія географія, 2009. – Вип. 480–481. – С. 112–115.

21. Патійчук В. Функціональні особливості організації релігійно

22. паломницьких турів / В. Патійчук // Наук. вісн. Східноєвроп. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Серія : Географічні науки. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – № 15 (316). – С.23–31.

23. Сайчук В.С. Методичні аспекти суспільно-географічного дослідження релігійного туризму / В. С. Сайчук // Економічна та соціальна географія. – 2014. – Вип.2(70). – С.59-65.

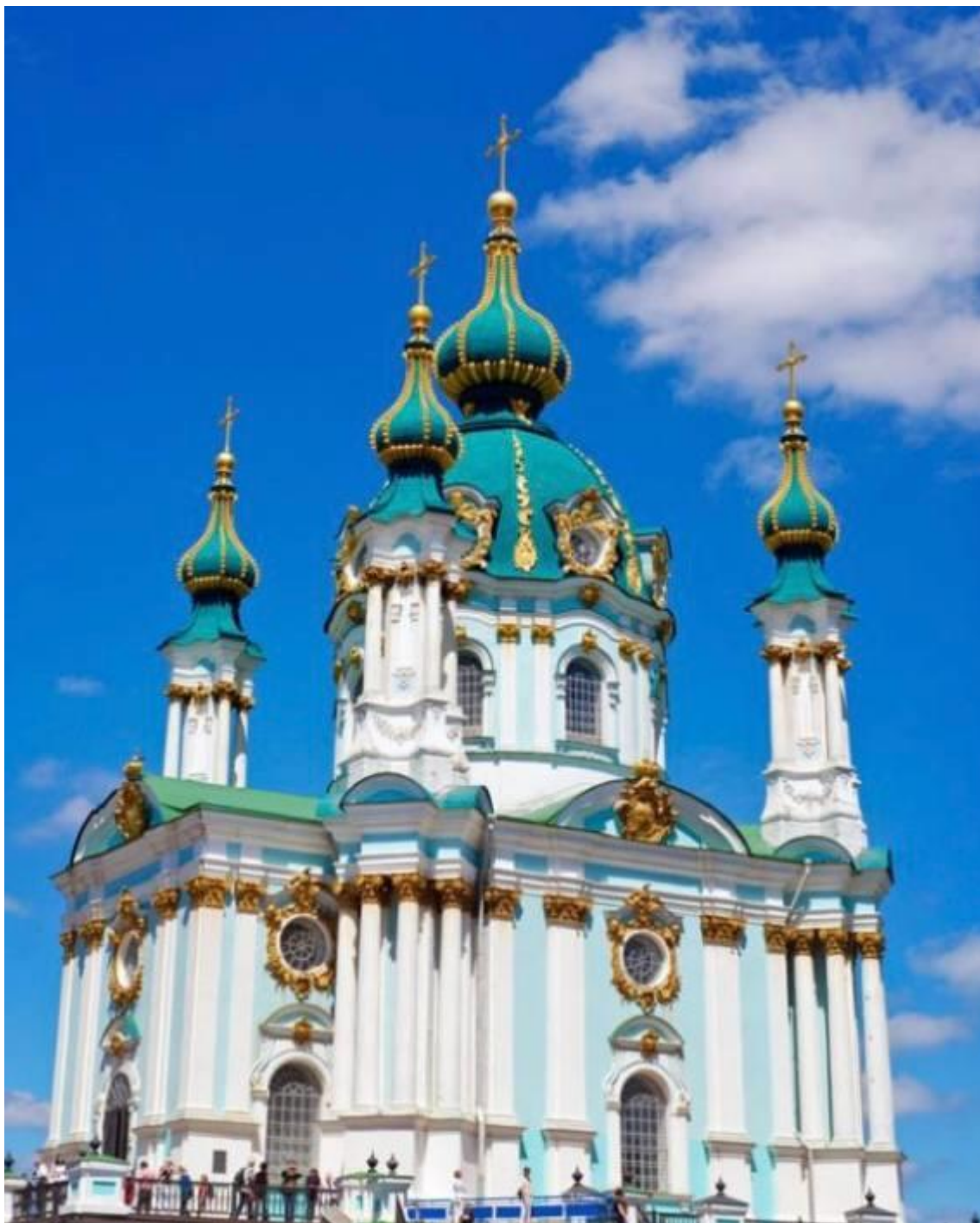
24. Sopher D. E. Geography of Religions / D. E. Sopher // Englewood Cliffs, – NJ.:Prentice-Hall, 1967. – 345 p.
25. Дмитриевский А.В. Религиоведение для менеджеров туристического бизнеса: практические аспекты: учебное пособие / А.В. Дмитриевский. Донецк: Донецкий инт туристического бизнеса,2004.306с.
26. Любіцева О.О. Напрямки розвитку релігійного туризму в Україні / О.О. Любіцева, С.П. Романчук // Туризм у ХХІ столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 10-11 жовтня 2001 р.). К.: Знання України, 2002. С.61-65.
27. Маїло Я.В. Проблеми розвитку релігійного туризму в Україні / Я.В. Маїло // Студентська наука в новому тисячолітті: сучасні проблеми громадського харчування, готельного господарства та туризму: матеріали Всеукр. студентської наук. конф. (м. Київ, 19-21 квітня 2000 р.). К.: Київський держ. торговельно-економічний ун-т, 2000. С.119-121.
28. Христов Т.Т Религиозный туризм: учебное пособие. / Т.Т. Христов. М.: Академия,2005-288с.
29. Биржаков М.Б. Паломнический и религиозный туризм / М.Б. Биржаков. СПб.: ОЛБИС,1997.732с.С.117-122.
30. Сенин В.С. Организация международного туризма: учебник / В.С. Сенин. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финанси и статистика, 2003. 400 с.
31. Муравьев А.Н. Путешествие по святым местам: учебное пособие / А.Н.Муравьев - М.: Книга 1990. 350 с.
32. Павлов С.В. Географія релігій: навчальний посібник / С.В. Павлов, К.В. Мезенцев, О.О. Любіцева. К.: АртЕК, 1998. 504 с.
33. Романчук С.П. Паломництво українців до Святої Землі. Історико-географічний нарис / С.П. Романчук // Географія та основи економіки в школі. 2000. №1. С.11-14.
34. П.Л.Яроцький, “Філософські аспекти паломницького (релігійного) туризму в Україні”. В Філософія туризму. Ред. В.Пазенок (Київ: Кондор, 2004): 251-258.

35. А. Колодний, “Релігійна мережа України: конфесіональний і регіональний вимір”. Українське релігієзнавство. №46. (2008): 23-47.

36. О.О. Любінцева, І.М. Стригун, “Сакральний потенціал Києва і напрямки інтенсифікації його використання”. Географія і туризм. Вип. 32 (2015): 92. [O.O. Liubintseva, and I.M. Strygun, “Sacral potential of Kyiv and directions of intensification of its use”. Geography and Tourism, Issue. 32 (2015.): 92.

ДОДАТКИ

Додаток А







Маршрут подорожі

