

**МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ КРИТЕРІЇВ  
СЕГМЕНТАЦІЇ РИНКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ**

**Іванова Лілія Омелянівна**

к.е.н., доцент

Львівський державний університет фізичної  
культури імені І. Боберського, м. Львів, Україна,

**Вовчанська Ольга Михайлівна**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів, Україна

**Анотація.** У статті охарактеризовано сучасний стан розвитку світового ринку релігійного туризму, досліджено його поточну і перспективну кон'юнктуру. Проаналізовано сегментацію ринку релігійного туризму за найважливішими критеріями. Здійснено маркетингове аналізування сучасних тенденцій функціонування світового ринку релігійного туризму.

**Ключові слова:** ринок туристичних послуг, релігійний туризм, паломництво, світовий ринок релігійного туризму, сегментація, маркетингові дослідження.

Однією з найдавніших форм туризму є релігійний, який також називають духовним туризмом. Натепер релігійний туризм є складовою частиною потужної індустрії світового туризму. Релігійний туризм, який іще називають туризмом віруючих – це такий вид туризму, коли люди подорожують індивідуально або групами з паломницькою, місіонерською чи дозвіллевою метою. Витоки релігійного туризму починаються з часів формування основних світових релігій: християнства, мусульманства, іудаїзму і буддизму. Собори, мечеті, культові музеї і духовні центри - це туристичні об'єкти, попит на які продовжує зростати. Пам'ятники релігії, історії і культури виступають істотним мотивуванням відвідин того або іншого регіону чи міста. У Франції майже 60%

пам'ятників, що знаходяться під охороною держави, водночас є і туристичними релігійними об'єктами. Католицькі святині розташовані на Святій Землі (Ізраїль), а також в Італії, Ватикані, Франції, Португалії, і інших країнах Західної Європи. Святі місця для відвідин іудаїзму зосереджені в Ізраїлі, Румунії, Чехії, Німеччині, Іспанії, а також в Україні. Для послідовників ісламу – сунітів священними містами вважаються Мекка і Медина в Саудівській Аравії. Місцем паломництва шиїтів першочергово є міста Ен-Наджарф і Кербелі в Іраку. Основні святині буддистів розташовані в Індії, Китаї, на Тибеті [1, с. 55]. Як бачимо, релігійний туризм – це вид туризму, виключно або сильно мотивований релігійними причинами. Люди відвідують релігійні заходи, щоб підтвердити, поглибити або замислитися над своєю вірою. Вони прагнуть підключитися особисто до святого місця, краще розуміти та цінувати релігію, почувати себе вільними від турбот, знайти спокій і сенс у житті.

Релігійний туризм суттєво сприяє розвитку та розширенню громад. Коли туристи зустрічаються та виявляють інтерес до унікальних цінностей місцевих громад, то їх члени відчувають себе відповідальними. Релігійний туризм допомагає громадам пишатися собою, своєю історією, традиціями та оточенням.

Важливими аспектами релігійного туризму зазвичай є: цікава програма, житло, набутий релігійний досвід, спілкування з іншими релігійними туристами, зустрічі з місцевим населенням.

Як можна констатувати з результатів вторинних маркетингових досліджень, релігійний туризм поділяється на два основні види: паломницький туризм (духовно-паломницький туризм); релігійний туризм екскурсійно-пізнавальної спрямованості [2, с. 89]. Таким чином, термін «релігійний туризм» відображає, насамперед, релігійно-пізнавальні аспекти або тільки пізнавальні, а «паломницький туризм» пов'язаний з подорожжю винятково з релігійною метою.

Релігійний туризм зазвичай потрібен для: пошуку сенсу життя; замолювання гріха; набуття благодаті; молитви за рідних; демонстрації відданості вірі;

виразу подяки; прагнення до зцілення від недугів душевних і фізичних. Індустрія релігійного туризму включає в себе: 1) об'єкти розміщення (чернечі келії, готелі-гуртожитки, кемпінги); 2) підприємства харчування; 3) транспортні фірми і організації; 4) релігійні об'єкти. Метою паломництва є виконання релігійного обов'язку віруючими, отримання особливої благодаті, а також участь у культових діях, що мають благодатний священний характер. Релігійні туристи – це віддані мандрівники, які не прагнуть заощадити на релігійних переживаннях, і внаслідок цього сегмент релігійного туризму менше чутливий до економічних піднесенень і спадів, ніж загальний ринок туристичних послуг. Релігійні туристи надають перевагу подорожам у складі груп, а не як окремі особи. Навпаки, люди, які хочуть здійснити паломництво, вважають за краще подорожувати самотійно. Окремі дослідники виділяють такі види релігійного туризму як відвідування релігійних туристичних пам'яток; паломництва; відвідування монастирів та перебування в них, реколекції та табори, засновані на вірі; релігійні конвенції та мітинги [3, с. 41].

Основною особливістю релігійного туризму є контингент споживачів, до яких належать вірні певної конфесії, які вирушають у подорож заради реалізації своєї духовної мети, а також – люди (не обов'язково віряни певної конфесії), основною мотивацією яких є цікавість до релігійних об'єктів та культу, поглиблення їх вивчення і дослідження. Через це окремі науковці такі подорожі називають практичним релігієзнавством. Водночас потрібно приймати до уваги, що мотивація релігійного туриста в процесі подорожі може змінюватися, він може почати наслідувати певні норми поведінки вірянина, що, до речі, може відбуватися без усвідомлення цього самим туристом. Тому, незважаючи на наявні відмінності, між зазначеними двома видами подорожей не доцільно встановлювати жорсткі межі. Релігійний туризм як структурна складова ринку туристичних послуг, різновид культурно-пізнавального туризму, має з паломництвом спільні об'єкти, місця та, як правило, один час здійснення подорожі. Проте слід прийняти до уваги, що контингент подорожуючих, їх мотивація до подорожі, мета, а відповідно і вимоги щодо комфортності, якості

обслуговування, форм організації, змісту екскурсій суттєво відрізняються. Важливим аспектом розвитку релігійного туризму є те, що сучасні паломники активно використовують практично всі досягнення цивілізації [4].

Велику увагу теоретиків і практиків світового ринку релігійного туризму привертають проблеми, які раніше не досліджувались, зокрема сучасні критерії його сегментації.

За віковою ознакою ринок релігійного туризму доцільно сегментувати за такими категоріями [5]:

1) молодь (від 18 до 29 років). Ця вікова категорія охоплює близько третини релігійних туристів. Вони, як правило, є прихильниками бюджетного туризму і, передусім для ночівлі, обирають просте житло. Хоспіси на основі віри або молодіжні гуртожитки є популярними серед цієї категорії, і товариство (зустріч з іншими молодими релігійними мандрівниками) також важливе для них. Багато молодих мандрівників приєднується до туристичних груп, ініційованих їх церквою або іншим релігійним центром, їх дуже цікавить релігійна культура, вони, як правило, дуже відкриті до комунікацій.

2) особи віком від 30 до 55 років. Для цієї вікової категорії саме мета подорожі – це привід подорожувати. Вони шукають цікаву духовну програму і хочуть гнучкості та достовірної інформації про дестинації та заплановані заходи, позаяк їм подобається відвідувати і брати участь у релігійних обрядах. Окрім цього, такі релігійні туристи надають перевагу зустрічам з місцевими жителями та спілкуванню з іншими мандрівниками, які перебувають у схожій подорожі. Показово, що із усіх вікових груп саме люди віком 30-55 років найбільше схильні здійснювати паломництво. Насамперед це пов'язано з тим, що значна частина релігійних туристів зазначеної вікової категорії переживає так звану кризу середнього віку і для них релігійні заходи – це передусім духовне оновлення, тобто духовність таких туристів є набагато важливішою аніж традиційна релігія.

3) туристи старшого віку (55 років і більше). Люди цієї вікової категорії складають приблизно половину всіх релігійних туристів, причому жінок серед

них більше, ніж чоловіків. Ця категорія релігійних туристів віддає перевагу житлу високого класу та бронює власні подорожі через туроператора. Порівняно з двома попередніми віковими категоріями, туристи старшого віку витрачають найбільше грошей на релігійні подорожі. Вони посилено цікавляться релігійною культурою і, як правило, належать до традиційних і консервативних соціальних груп суспільства. Релігійні туристи старшого віку насамперед обирають найпопулярніші релігійні туристичні напрямки, зокрема Ізраїль або Мекку. Зазвичай ці туристи подорожують з одним або двома компаньйонами, яких вони добре знають, і надають перевагу організованим груповим турам. Вони, як правило, обирають повний туристичний пакет, і прагнуть віднайти спеціалізованого надавача індивідуальних релігійних послуг, щоб здійснити свою мрію, і навіть готові додатково платити за це премію.

Широке застосування має сегментація ринку релігійного туризму за видом релігії: католицизм, іслам, буддизм, конфуціанство, індуїзм.

Сегментація ринку релігійного туризму за географічною ознакою передбачає виділення таких регіонів: 1) Північна Америка (США); 2) Європа (Німеччина, Франція, Великобританія); 3) Азіатсько-Тихоокеанський (Китай, Японія, Індія); 4) Латинська Америка (Бразилія); 5) Близький Схід та Африка.

За геопросторовою ознакою релігійно-паломницький туризм сегментують на локальний, регіональний і світовий. Для локального рівня релігійно-паломницького туризму зазвичай поширені одноденні поїздки, для регіонального – короткострокові, для світового – тривалі й довгострокові. Найбільшою мірою прочани зацікавлені у відвідуванні монастирів, храмів, а також визнаних святих місць (джерел, рік, печер, гір та ін.) і значно менше надають значення як якості обслуговування на об'єктах розміщення, так і якості харчування [6].

Експерти і фахівці Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) виділяють релігійний туризм як один з найперспективніших видів туристичних подорожей XXI століття. У зв'язку з відсутністю або суперечливістю, або різномірністю статистики з приводу кількості туристів, які подорожують з релігійною метою в

різних країнах, натепер використовується експертна оцінка обсягів релігійного туризму. Обсяг світового ринку релігійного туризму сьогодні складає \$18 млрд. щорічно, що становить два відсотки від усіх надходжень в туризмі. Щорічна кількість релігійних туристів і паломників оцінюється в 300-330 млн. осіб [7].

Така ситуація пов'язана зі зростаючими потребами сучасних людей в глибшому ознайомленні зі світовими релігіями і культурами, пов'язаними з ними, з різноманітністю знань щодо особливостей релігійного життя окремих країн і регіонів, а також з бажанням повнішого інтелектуального збагачення за допомогою таких подорожей. Незважаючи на те, що натепер продовжується активне і стійке зростання інтересу туристів до відвідування релігійних об'єктів, заключення експертів щодо причинно-наслідкового зв'язку цього явища є доволі різними. Так одні дослідники вважають, що основна причина зростання релігійного туризму, який навіть не підвладний впливу економічної кризи, полягає в тому, що велика частина релігійних туристів є досить заможною і не заощаджує на «вічних цінностях». Натомість експерти і фахівці СОТ причину стійкості релігійного туризму вбачають в тому, що він здебільшого асоціюється у людей не як уособлення розкішного життя, а як скромна подорож з невеликим набором обов'язкових і недорогих послуг, а також для досягнення пізнавальної та культурної мети.

Ще однією причиною широкого поширення релігійного туризму, на наш погляд, є те, що люди поступово все ж починають розуміти важливість і незворотність продуктивного діалогу цивілізацій, як спільного простору багатогранної духовності. Зважаючи на це, одним з основних засобів вдосконалення суспільства продовжує залишатися процес пізнання, який по-справжньому допомагає людині сформуванню особисте ставлення до універсальних цінностей культури і на їх основі формувати власну думку. Традиційні цінності різних культур - це благо, яке на сучасному етапі соціально-економічного розвитку суспільства дозволяє людям усвідомити пріоритет духовних і моральних цілей над матеріальною мотивацією. Сучасний релігійний туризм не оминає всіх основних моделей масового туризму,

включно з комерціалізацією і економічними критеріями оцінки ефективності. Це означає, що для зазначеного виду туризму характерні такі складові як планування, безпека, перевезення, розміщення, харчування, культурні заходи, додаткові послуги, торгівля, супровід та багато іншого. Релігійний туризм в XXI ст. в тій чи іншій формі присутній в багатьох сегментах туристичного бізнесу, і навіть в тих, які з ним безпосередньо не пов'язані. Цілями релігійного туризму в теперішній час є пізнання традиційних культур, історії релігій, національних релігійних традицій, ритуалів, обрядів, церемоній, участь у них як глядачів, знайомство з унікальними пам'ятками архітектури, в тому числі з традиційними прийомами будівництва культових будівель, з шедеврами іконопису, скульптури, мозаїки та декоративного оформлення. Нерідко при виборі напрямку релігійних поїздок сучасними туристами мотивом служить отримана інформація про історичні шляхи древніх і сучасних паломників.

Найпривабливішими дестинаціями для паломництва продовжують залишатися Єрусалим, Палестина, Саудівська Аравія, Рим, Люрд. Дохід Ізраїлю від міжнародного туризму перевищує \$5 млрд. щорічно. За прогнозами, до 2025 р. сума витрат туристів в Ізраїлі збільшиться до \$30 млрд, а обсяг інвестицій в цей сектор зросте на 57% до \$4 млрд. дол. Майже 80% туристів, що прибули в Ізраїлі, їдуть до Єрусалиму. Столицю країни – Тель-Авів щорічно відвідує 3,5 млн. осіб, і з середини 2000 р. їх кількість невпинно збільшується. Саудівській Аравії туристичний сектор приносить понад \$11 млрд. щорічно, а це майже 2% ВВП країни, причому третина прибутку якраз формується за рахунок релігійного туризму. Мекку у 2014 р. відвідало 14 млн. мусульман, і, за оцінками експертів, загальна кількість релігійних туристів у цій дестинації до 2025 р. збільшиться до 17 млн., і перевищить 20 млн. ще через п'ять років [8].

Рим щорічно приймає 7-10 млн. туристів, і багато з них приїжджає у Вічне місто заради релігійних пам'яток, наприклад, Пантеону або Латеранської базиліки. Музеї Ватикану у 2015 р. відвідало 6,2 млн. осіб. Люрд – невелике місто у Франції, де проживає тільки 17 тис. мешканців, водночас це найбільший релігійний центр в країні, який щорічно відвідує щонайменше п'ять мільйонів

паломників. Головна визначна пам'ятка – грот Массабіель (Grotto of Massabielle), який є частиною санктуарію (храмового комплексу навколо грота). Пілігрими приїжджають в Люрд, щоб скупатися в місцевих водах, позаяк вважається, що вони мають цілющі властивості.

Один з головних центрів паломництва в Індії – це Варанас, який відвідує 5,2 млн. осіб щорічно. На північний схід від центру міста розташований Сарнатг – місце, де Будда прочитав першу проповідь про «чотири благородні істини», яка лежить в основі вчення про буддизм. У Сарнатг щорічно приїжджає майже 1,2 млн. туристів [8].

Таким чином, прагнення людей, що належать до різних народів, відвідувати святі місця і підносити молитви Богу про мир і благополуччя близьких, а також долучитися до культурної спадщини інших країн повною мірою реалізується шляхом релігійного туризму і паломництва. Подорожі з релігійною метою сприяють діалогу і взаємодії між народами, пом'якшують напруженість в суспільстві, яка виникає на релігійному чи соціальному ґрунті. Релігійний туризм і паломництво приносять не тільки економічну вигоду місцевому населенню, державним структурам, приватним підприємствам і релігійним організаціям – вони духовно підтримують людей, формують клімат взаєморозуміння між учасниками поїздок і місцевим населенням щодо спільного подолання проблем, які постають перед людством.

Розвиток релігійного туризму дозволяє вирішити цілий ряд завдань, в числі яких реалізація духовно-культурного потенціалу країни, підвищення її міжнародного культурного статусу, розвиток внутрішнього духовно-просвітницького потенціалу історії та культури. Своєю чергою паломницькі служби можуть сприяти відродженню, збереженню і благоустрою об'єктів культури, пам'яток, місць паломництва, облаштування і створення навколо них адекватної культури довкілля.

Маркетингові дослідження засвідчують, що сьогодні на ринку релігійного туризму функціонує небагато підприємств, які детально володіють настільки специфічним туристичним продуктом і усвідомлюють всі його тонкощі. Для



успішної організації туризму в духовних релігійних центрах доцільною є співпраця туристичних підприємств з діячами церкви, а також широке впровадження інструментарію некомерційного маркетингу.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Любіцева О. О. Паломництво і релігійний туризм. Монографія / О. О. Любіцева, О. В. Романчук. – К. : Істина, 2011. - 328 с.
2. Сапелкіна З. П. Релігійний туризм : навч. посіб. / З. П. Сапелкіна. – К. : Наукова думка, 2009. – 439 с.
3. Бабкин А. В. Специальные виды туризма : учеб. пос. / А. В. Бабкин. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 251 с.
4. Поняття та особливості розвитку релігійного туризму. URL: <http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/35-shosta-mizhnarodna-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/70-ponyattya-ta-osoblivosti-rozvitku-religijnogo-turizmu> (дата звернення: 20.12.2019)
5. What are the opportunities for religious tourism from Europe? URL: <https://www.cbi.eu/node/2598/pdf/> (дата звернення: 20.12.2019)
6. Юрченко С. О., Юрченко О. Є. Релігійний туризм у християнстві на сучасному етапі. URL: <http://international-relations-tourism.karazin.ua/themes/irtb/resources/b5fcfad756de666ca08e3f4aaa469078.pdf> (дата звернення: 20.12.2019)
7. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) official website. URL : <http://unwto.org> (дата звернення: 20.12.2019)
8. Религиозный туризм: рынки недвижимости в святых местах. URL: <https://tranio.ru/articles/religiozny-turizm-rynki-nedvizhimosti-v-svyatykh-mestakh/>