**Міністерство освіти і науки України**

**Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя**

**Навчально-науковий інститут природничо-математичних, медико-біологічних наук та інформаційних технологій**

**Кафедра географії, туризму та спорту**

ОПП: Географія рекреації та туризму

Спеціальність: 106 Географія

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня магістр

**Туристично-краєзнавче дослідження розвитку релігійного туризму в Чернігівській області**

**Студента** Ходаша Станіслава Васильовича

Науковий керівник:

Філоненко Юрій Миколайович.

кандидат географічних наук, доцент

Рецензент:

Філоненко Ірина Миколаївна кандидат географічних наук, доцент кафедри географії,туризму та спорту НДУ імені Миколі Гоголя

Рецензент:

Когатько Юрій Леонідович

кандидат географічних наук,

старший науковий співробітник

Допущено до захисту

Завідувач кафедри географії, туризму

та спорту, доцент

\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_ Валентина ОСТАПЧУК

(підпис) (дата)

**Ніжин - 2023**

# АНОТАЦІЯ

До кваліфікаційної роботи на здобуття кваліфікації: магістр наук про Землю, туризмознавець, викладач географії.

Тема: Туристично-краєзнавче дослідження розвитку релігійного туризму в Чернігівській області.

Автор: Ходаш С.В.

Науковий керівник: доц. Філоненко Ю.М.

Теоретико-методичною основою дослідження є значна кількість опрацьованої літератури з релігійного туризму, а також джерела з мережі Інтернет. Дослідження спрямоване на аналіз розвитку релігійного туризму в Чернігівській області. В основі роботи лежить аналіз концепцій та типів релігійного туризму, враховуючи теоретичні та методичні підходи до туристично-краєзнавчого дослідження.

У процесі дослідження використовувались наступні методи: літературний; статистичний; порівняльно-географічний; узагальнення та систематизації; описовий.

Результати цього дослідження мають велике значення для менеджерів та підприємців, активних у сфері туризму Чернігівського району та області. Вони сприятимуть розробці більш ефективних стратегій в організації та аналізі релігійного туризму, підвищенню якості наданих послуг і збільшенню конкурентоспроможності підприємств.

Отримані результати дослідження можуть бути застосовані під час викладання курсів з географії релігії, написання наукових праць, а також при вивченні методик написання робіт з релігійного туризму.

Ключові слова: релігійний туризм, туристично-краєзнавчий аналіз, Чернігівський регіон, аналіз, дослідження, розвиток.

ABSTRACT

For the qualification work towards the degree of Master of Science in Earth Sciences, Tourism Studies, and Geography Instructor.

Topic: Tourist-geographical research on the development of religious tourism in the Chernihiv region.

Author: Khodash S.V.

Academic Supervisor: Assoc. Prof. Filonenko Y.M.

The theoretical and methodological basis of the research includes a significant amount of literature on religious tourism and sources from the Internet. The study is aimed at analyzing the development of religious tourism in the Chernihiv region, incorporating theoretical and methodological approaches to tourist-geographical research.

The following methods were employed during the research: literary analysis, statistical analysis, comparative geography, synthesis, systematization, and descriptive methods.

The findings of this study hold great significance for managers and entrepreneurs engaged in the tourism sector in the Chernihiv region. They contribute to the formulation of more effective strategies in the organization and analysis of religious tourism, improving the quality of services offered, and enhancing the competitiveness of enterprises.

The obtained research results can be applied in the teaching of courses on the geography of religion, scientific paper writing, and the study of methodologies for writing works on religious tourism.

Keywords: religious tourism, tourist-geographical analysis, Chernihiv region, analysis, research, development.

Зміст

[ВСТУП 8](#_Toc153458385)

[РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ТУРИСТИЧНО-КРАЄЗВАНЧОГО ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ 12](#_Toc153458386)

[1.1. Сутність поняття та види релігійного туризму 12](#_Toc153458387)

[1.2. Методичні підходи до туристично-краєзнавчого дослідження розвитку релігійного туризму. 18](#_Toc153458388)

[Висновки до першого розділу. 24](#_Toc153458389)

[РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ. 26](#_Toc153458390)

[2.1. Історичні передумови виникнення та розвитку релігійного туризму. 26](#_Toc153458391)

[2.2. Сучасний стан та тенденції розвитку релігійного туризму в світі та Україні. 31](#_Toc153458392)

[Висновки до другого розділу. 39](#_Toc153458393)

[РОЗДІЛ 3. СУЧАСНА СТРУКТУРА ТА СТАН РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРНІГІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ. 40](#_Toc153458394)

[3.1. Туристично-краєзнавчий потенціал Чернігівській області. 40](#_Toc153458395)

[3.2. Основні чинники розвитку релігійного туризму в Чернігівській області. 44](#_Toc153458396)

[3.3. Характеристика сучасного стану релігійного туризму в Чернігівській області 55](#_Toc153458397)

[3.4. Перспективи розвитку релігійного туризму в Чернігівській області . 59](#_Toc153458398)

[Висновки до третього розділу 65](#_Toc153458399)

[ВИСНОВКИ 66](#_Toc153458400)

[СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 69](#_Toc153458401)

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження**. Подорожі з духовними і релігійними цілями почалися задовго до становлення туризму як масової індустрії, що обумовлено завжди властивим людині прагненням наділяти ті чи інші об’єкти сакральним значенням і статусом, і прагненням їх відвідати з метою священнодійства (поклоніння, принесення жертви, інших ритуальних діянь).

На сьогоднішній день здійснюється відродження паломницьких традицій на території України. У той час як релігійний туризм давно є одним з перспективних напрямків туристської діяльності в багатьох країнах. Даний вид туризму пов’язаний з відвідуванням релігійних святинь і духовними потребами туристів. Він відіграє величезну роль у системі міжнародного та внутрішнього туризму окремих держав світу, є складовою часткою сучасної індустрії туризму. Мечеті, храми, собори, духовні і культові центри, святі джерела – ці та інші аналогічні туристичні об’єкти користуються все більшим попитом серед населення різних регіонів нашої країни.

Україна володіє багатою культурною спадщиною, має архітектурні шедеври та історичні центри. Одне з головних завдань сучасності – збереження культурної та історичної спадщини країни. До числа значущих завдань збереження культурного надбання відноситься відновлення релігійних коренів, релігійного початку української культури. Українська православна церква зуміла зберегти православне християнство. Цьому сприяло велике оновлення та відновлення храмів і монастирів. Українські монастирі і храми завжди були головними центрами духовного життя.

В Україні інтерес до туристичних маршрутів релігійної спрямованості у населення є, але маленький асортимент, недостатня інформація про місто та його туристичні об’єкти стримують повне використання туристичних ресурсів міста і його розвиток в цілому. Також можна припустити обмежене фінансове інвестування в розвиток і підтримка життя малих міст. Ще однією з причин, може служити нестача або навіть, відсутність кваліфікованих кадрів у сфері туризму.

Для розвитку релігійного туризму в Україні необхідно не тільки капіталовкладення, а також сукупність елементів, таких як розвиток інфраструктури міста; розвиток і поліпшення якості послуг; кваліфіковані фахівці, які будуть знати і вміти дотримуватися стандарти обслуговування; реклама туристичного продукту; грамотна цінова політика. Всі перераховані проблеми обумовлюють актуальність даного дослідження.

Різні аспекти розвитку релігійного туризму в Чернігівській області висвітлені у працях дослідників, таких як Т. Христовий, Г. Александрова, О. Любицева, С. Кузик, , Є. Харьковщенко, та інші. Проблематика рівня розвитку релігії в українському народі в рамках соціокультурного контексту розглядаються в наукових працях таких дослідників як І. Огієнка, І. Мірчука, Н. Костомарова, , М. Шлемкевича, O. Кульчицького. Дослідження сучасних умов релігії та релігійності в українському суспільстві характерні для таких наукових діячів: В. Пилипенком, А. Колодним, Л. Филиповичем, Я. Стоцьким, В. Єленським, Н. Чернишем, О. Вишняком та іншими.

**Мета дослідження** – окреслити проблеми та перспективи розвитку релігійного туризму в Чернігівській області.

Виходячи з мети роботи були поставлені наступні **завдання дослідження**:

1. Вивчити сутність поняття та види релігійного туризму.
2. Розкрити методичні підходи до туристично-краєзнавчого дослідження розвитку релігійного туризму.
3. З’ясувати історичні передумови виникнення та розвитку релігійного туризму.
4. Проаналізувати сучасний стан та тенденції розвитку релігійного туризму в світі та Україні.
5. Дослідити туристично-краєзнавчий потенціал Чернігівській області.
6. Описати основні чинники розвитку релігійного туризму в Чернігівській області.
7. Охарактеризувати сучасний стан релігійного туризму в Чернігівській області
8. Обґрунтувати перспективи розвитку релігійного туризму в Чернігівській області.

**Об’єкт дослідження** – релігійний туризм як вид туризму.

**Предмет дослідження** – проблеми та перспективи розвитку релігійного туризму в Чернігівській області.

**Методи дослідження.** Для досягнення мети дослідження, були використані такі методи: системно-аналітичний метод – для проведення теоретичного узагальнення наукових концепцій, досліджень зарубіжних і вітчизняних науковців, присвячених проблемам релігійного туризму; метод статистичного аналізу – для дослідження динаміки, структури й організації релігійного туризму в Україні; проблемно-орієнтований метод – для наукового обґрунтування напрямків розвитку релігійного туризму.

**Наукова новизна одержаних результатів.** Виявлено особливості релігійної ситуації в Україні в цілому, і зокрема в Чернігівській області, виділено етапи розвитку релігійного туризму саме в Чернігівській області, визначено проблеми сучасного стану релігійного туризму в Чернігівській області та запропоновано шляхи їх вирішення.

**Теоретичне та практичне значення отриманих результатів**. Результати даного дослідження можуть бути використані керівництвом туристських організацій для підвищення якості послуг, що надаються і створення затребуваних турів релігійної спрямованості у Чернігівській області.

**Апробація результатів дослідження**. Практичні результати дослідження відображені в матеріалах: всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю студентів, аспірантів і молодих учених (Чернігів) та Вісник студентського наукового товариства : збірник наукових праць студентів, магістрантів і аспірантів (м. Ніжин).

Публікації. За результатами проведеного дослідження підготовлено дві публікації:

1. Ходаш С.В. Спасо-Преображенский і Борисоглібський собори міста Чернігова, як важливі обʼєкти релігійного туризму // «Крок у науку: дослідження у галузі природничо- математичних дисциплін та методик їх навчання» Збірник тез доповідей. Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю студентів, аспірантів і молодих учених (Чернігів).Чернігів : НУЧК імені Т. Г. Шевченка

2. Ходаш С. В. Спасо-Преображенський і Борисоглібський собори міста Чернігова, як важливі обʼєкти релігійного туризму . Вісник студентського наукового товариства : збірник наукових праць студентів, магістрантів і аспірантів / за заг. ред. О. В. Мельничука. Ніжин: НДУ ім. М.

**Структура роботи.** Наукова робота складається з вступу, трьох розділів, які поділяються на підрозділи, висновків, також список використаних джерел. Обсяг роботи становить 71 сторінок. Список використаних джерел складається із 50 найменувань.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ТУРИСТИЧНО-КРАЄЗВАНЧОГО ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ

## 1.1. Сутність поняття та види релігійного туризму

Економіка України має специфічний характер. В сучасних умовах активно розвивається сфера послуг, де в значну роль займає туристська діяльність. Останніми роками туризм досить швидко почав розвиватися і став масовим явищем в рамках міжнародних арен, відіграючи важливу соціально-економічну роль. З процесом зростання економічних, наукових, політичних та культурних зв'язків між країнами і його населенням відбувається розвиток туризму.

Потенціал українського в’їзного туризму пояснюється:

1) наявністю у нашої країни численних туристичних ресурсів, які завдяки своїй унікальності, екзотичності, доступності надзвичайно затребувані серед потенційних іноземних туристів;

2) інтерес до України і подій, що відбуваються наразі. Все це спрощує просування національного туристичного продукту України на світовому туристичному ринку, забезпечуючи популярність національних туристичних центрів і об’єктів туристичного показу;

3) культура українських народів, завдяки світовій популярності їх найбільш яскравих представників, історичним тріумфам і, не в останню чергу, численним мігрантам, які проживають в даний час у багатьох країнах світу, популярна практично повсюдно;

4) формування конкурентоспроможного українського туристичного продукту цілком можливо завдяки порівняно високій кваліфікації робочої сили.

Україна володіє безліччю культурних, історичних цінностей і пам’яток, є можливості розвивати різні види внутрішнього і в’їзного туризму: науковий, релігійний, спортивний, екскурсійний тощо.

Зазвичай під поняттям релігійного туризму прийнято вважати різновиди активностей, пов'язаних із наданням послуг та задоволенням конкретних потреб туристів, данні потреби спрямовані на подорож до святих місць і релігійних центрів, що знаходяться поза звичайним для них оточенням. Релігійний туризм представляє собою індивідуальний аспект туристичної галузі.

Сучасний релігійний туризм – це потужна, розгалужена світова індустрія, що охоплює найрізноманітніші сфери діяльності людини, один з найбільш швидкозростаючих сегментів індустрії. Так, за оцінками ЮНВТО, більше 300 мільйонів туристів відвідують знакові об’єкти релігійного туризму щорічно, що становить майже 25% всіх туристських прибуттів, а дохід від релігійного туризму сьогодні становить $18000 млн. При цьому, туристичні релігійно обумовлені поїздки стали особливо поширеними і популяризованими в останні кілька десятиліть, займаючи значний сегмент міжнародного туризму, абсолютний і пропорційне зростання цієї частки туристського ринку є провідним трендом в сучасній туристській галузі.

ЮНВТО розглядає релігійний туризм як відвідування священних місць тієї чи іншої релігії, пов’язаних з виконанням певних релігійних обрядів (богослужіння, релігійних зборів і святкування подій). Той же змістовий контент, що і релігійний туризм, включає в себе паломницький туризм – подорож для відвідування священного місця в той час, коли там відбувається певна релігійна подія. Паломницький туризм вважається частиною релігійного туризму.

ЮНВТО ставить релігійний туризм на п’яте місце серед спонукальних мотивів до подорожей. Таке розуміння релігійного туризму дуже широко поширене, воно охоплює не тільки традиційні форми релігійного туризму і паломництво, а й нетривалі місіонерські поїздки, наукові експедиції, відвідування конференцій, присвячених тематиці релігійного туризму тощо. Все це породжує плутанину в підрахунках чисельності саме релігійних туристів, призводить до помилок в проектуванні туристського простору, невірному вибору цільової аудиторії і способів комунікації з туристами і паломниками.

З іншого боку, релігійний туризм, за оцінками багатьох вчених, давно вже вийшов за рамки звичного розуміння, і охоплює не тільки віруючих людей, але навіть більшою мірою тих, хто шукає сенс буття, намагається переосмислити своє покликання і місце в світі, і, відповідно, інакше сприймає сакральні місця і сам спосіб духовної поїздки.

У цьому ключі ми можемо сформулювати гіпотезу, що термін «Релігійний туризм» застарів, і сьогодні потрібно говорити про поняття «Духовний туризм».

Духовний туризм – поняття більш широке, що охоплює і традиційні релігійні поїздки (в тому числі і паломництво), але також враховує і всі інші важливі мотиви туристів, які в релігійних і псевдорелігійних (наприклад, містичних, світських паломницьких та ін.) подорожах шукають не єднання з вищою силою, з Богом, а намагаються переосмислити своє життя, відчути духовне просвітництво, зрозуміти своє місце у світі, переоцінити свої життєві установки і цілі.

На сьогоднішній день загальновизнаним є факт, що релігійний туризм – це поїздки виключно або частково з релігійними цілями [18]. Однак все частіше релігійний турист переслідує комплексні інтереси, в тому числі прагне до задоволення пізнавальних потреб, особистісного і духовного зростання, єднання з природою і т.п. [10, 24, 38]. Все це, в свою чергу, призводить до того, що самі туристські релігійні дестинації стають об’єктами мультиплікативного туристського інтересу [27]. Тут діє «Формула 3R» (Religion + Rest + Relax), яка описує комплексність туристських мотивів при відвідуванні релігійних об’єктів. Іншими словами, турист (в т.ч., наприклад, священнослужитель), що приїжджає в Рим і відвідує Ватикан, обов’язково спробує італійську пасту або піцу, і, можливо, скористається можливістю відпочити на узбережжі. Тобто, відвідування культової споруди він поєднає з відпочинком і задоволенням.

Комплексність туристських мотивів в релігійних поїздках – це також найважливіший тренд у розвитку сучасного релігійного туризму. Це ж, в свою чергу, обумовлює нішеву диференціацію релігійного туризму, а також розширення меж цього поняття на такі види туризму, як сакральний, містичний, некропольний, культурно-пізнавальний, екологічний та ін. Крім того, не можна не відзначити той факт, що незважаючи на загальну тенденцію секуляризації, відбувається і процес переосмислення туристських об’єктів і маршрутів релігійного характеру, кількість туристів, які подорожують з сакральними цілями, щороку зростає.

У зв’язку з цим актуальним завданням наукових досліджень в даній галузі є виявлення і моніторинг властивих їй трендів, що дозволить своєчасно враховувати мінливі потреби та інтереси як учасників туристських подорожей, як і об’єктів і регіонів, зацікавлених у розвитку в якості релігійних туристських дестинацій. Так, серед трендів релігійного туризму сьогодні найбільш чітко простежуються наступні:

* стрімке зростання і набуття характеристик окремої індустрії;
* нішева диференціація;
* секуляризація окремих підвидів, в тому числі зарахування до релігійного туризму так званого світського паломництва;
* розширення меж поняття релігійного туризму;
* зростання сегмента luxury-класу в організації релігійних турів;
* залучення все більшого числа об’єктів, які, часто, до релігійної сфери спочатку не належали;
* поява нових географічних ядер тяжіння релігійних туристів;
* проникнення технологій «економіки вражень», гейміфікація, розвиток мережі тематичних розважальних релігійних парків;
* триваючі суперечки з приводу можливості використання діючих культових об’єктів в туристських цілях.

Ринок релігійного туризму поступово трансформувався від менталітету «злидні / покаяння» в менталітет подорожі за першим класом обслуговування – бюджетні поїздки починають зникати [4].

У ряді країн світу практикується як розвиток звичайних релігійно-пізнавальних маршрутів, так і створення релігійно-пізнавальних центрів. Такі центри створюються повсюдно як на традиційних релігійних туристських напрямках, так і на нових, наприклад, в Республіці Корея [4].

Одним з незвичайних форматів репрезентації релігійної тематики стали тематичні релігійні парки. Це яскравий приклад тренда на гейміфікацію, голівудизацію даної сфери – залучення технологій «економіки вражень». Наприклад, біблійний парк «Події на Святій Землі» (Holy Land Experience) у Флориді в США, тематичний комплекс «Свята земля» в Буенос-Айресі, тематичний парк історії ісламської цивілізації в Малайзії тощо.

Набирають популярність і релігійні (в т.ч. паломницькі) круїзи. Найбільш затребуваними серед таких є круїзи по Карибському морю, до Аляски, по Середземному морю, а також по річках. Щороку з'являються декілька нових маршрутів, в багатьох з яких займається створенням велика кількість релігійних установ та представників різних конфесій. [26].

Базуючись на аналізі наукових прикладів, слід відзначити, що більшість дослідників, свідомо або несвідомо, розглядають паломництво та туризм як різні форми подорожей до священних і сакралізованих місць. Подібності та відмінності таких подорожей зведені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

**Східності та відмінності між релігійним паломником і релігійним туристом**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Параметр | Релігійний паломник | Релігійний турист |
| Мотив подорожі | поклоніння, спокута гріхів, прагнення стати ближче до вищої духовної сили | мотивація, що ґрунтується на різноманітних чинниках, таких як бажання спостерігати за надзвичайними явищами, зацікавленість в архітектурних спорудах, а також вираження релігійних почуттів і створення культурного простору. |
| Ступінь залучення до ритуалу | активне і безпосереднє включення, повне поглиблення | спостереження, інколи не прямя участь в процесі для задоволення особистої цікавості і отримання нового досвіду чи вражень. |
| Обмеження | у поведінці, прийомі їжі | як правило, відсутні, або обумовлені власною філософією (вегетаріанство і т. п.) |
| Сприйняття шляху до пункту призначення, пересування | розуміється як частина процесу чи, часто – необхідний компонент самовипробування (хадж, «шлях на Голгофу» і т. п.) | розуміється як важлива частина для того, спосіб потрапити в місце призначення, до об’єкта інтересу, який бажано зробити якомога швидшим і коротким |
| Очікування подорожуючого | пізнання та духовний розвиток | сполучення задоволення, вражень та розширення кругозору. |
| Рівень осмислення релігійних аспектів | глибоке розуміння, повна відданість релігійним поглядам, знання канонів та правил поведінки. | має обмежений чи слабкий рівень розуміння релігії, невідомий щодо правил поведінки, і часто потребує супроводу або гіда-екскурсовода. |
| Можливість відвідування об’єктів іншої релігійної конфесії | виключена, в рідкісних випадках, якщо раніше мала місце зміна об’єктів конфесійної приналежності, або спільних для кількох конфесій об’єктів | бажана, так як дозволяє урізноманітнити враження,відчути близість до іншої культури, пізнати ази релігійних норм іншої конфесії |
| Загальні риси | необхідність просторового переміщення до об’єкта (сакрального місця), відвідування сакральних місць і об’єктів, бажання долучитися до духовного простору, прагнення осягнути сенс буття, користування туристської інфраструктурою, необхідність організації поїздки | |

Таким чином, можна констатувати безперечність відмінностей між власне релігійним туризмом з культурно-пізнавальними цілями, і паломницьким туризмом з переважаючими релігійними, сакральними мотивами. Але крім цих двох форм релігійного туризму, на наш погляд, доцільно виділяти ще дві – науковий релігійний туризм і діловий релігійний туризм.

У науковому релігіотуризмі можуть брати участь представники наукового (рідше – релігійного) світу, при цьому цілком можлива їх самоідентифікація з іншою, ніж аспекти якої досліджуються, релігійною конфесією, або навіть віднесення себе учасниками таких турів до категорії атеїстів. Організаційними формами наукового релігійного туризму можуть бути експедиційний, дослідницький, подекуди – освітній релігійний туризм.

У діловому релігіотуризмі можуть брати участь представники духовенства тієї чи іншої конфесії, які здійснюють офіційні, гостьові, відрядні візити з метою здійснення офіційних заходів та вирішення конкретних завдань. Такі візити можуть здійснюватися як всередині власного релігійно-конфесійного простору, так і в інші простори з метою налагодження та підтримки міжконфесійного діалогу. Ця категорія близька по суті і організаційним формам поняттю «діловий туризм».

На сьогодні в Україні відбулося відновлення інтересу до релігії і церкви. Раніше велика кількість людей помічали релігійні святині тільки як цікаві з точки зору історії об’єкти і оцінювали їх з естетичної точки зору. Відповідно розвиток релігійного туризму має сприятливі перспективи.

## 1.2. Методичні підходи до туристично-краєзнавчого дослідження розвитку релігійного туризму.

Собори, культові музеї, мечеті, та духовні центри являють собою туристичні атракції, вони набувають все більшого попиту. Іншими словами, релігійний туризм стає великою частиною індустрії подорожей. Пам'ятки релігії, історії та культури являються мотивацією для відвідання різних регіонів чи міст. Багато з таких релігійних пам'яток використовуються як об'єкти туристичного показу чи для можливості перебування під захистом держави.

Зростання міжнародного інтересу до релігійного туризму має свій розвиток і рамках Україні. У нашій країні спостерігається розвиток та формування туристичних компаній, які спеціалізуються на організації паломницьких турів, а також на різних процесах пов’язаних з релігійними службами, які відбуваються в монастирях, церквах та інших релігійних установах. Протягом останнього десятиліття досить сильно зросла кількість туристів, які відвідують регілійні споруди в Україні та вирушають за кордон з метою релігійно-пізнавальних подорожей.

Туристи яких можна віднести до категорії релігійних, особливо паломники, вирушають у подорож, коли вони у них зв’являється потреба здійснити щось більше, ніж лише звичайні релігійні процеси у повсякденному житті. Люди вирушають в поїздки до святих місць з різними цілями, наприклад такими як вирішення особистих проблем, молитва, пошук відповідей на тематику духовних питаннь чи ознайомлення з культурною спадщиною країни.

Туристи, які відвідують екскурсії, зазвичай користуються послугами туристичної галузі: різні види місць для проживання та харчування, транспорту чи розважальних програм. В свою чергу паломники у багатьох випадках використовують подібні послуги, роблячи зупинки і харчуючись у святинях або монастирях. Існують випадки коли вони добираються до своїх місць призначення на транспорті, який надається організаціями. Паломники також можуть виконувати певну роботу, наприклад, служіння або допомогу в рамках храму; інколи це може бути обов’язковою умовою для них.

Мотивація є визначним фактором для туристичних подорожей і є допоміжним елементом у виборі подорожі та її складових. Наприклад процес обґрунтування вибору подорожі (часу, тривалості, напрямку, типу, витрат та активностей) є важливою характеристикою, яка впливає на поведінку туриста при плануванні, бронюванні та виконанні подорожі.

Мотивація особи значною мірою впливає на вчинки туриста у ролі покупця або споживача товарів і послуг. Розуміння мотивацій потенційного клієнта є дуже важливим при проектуванні, створенні та керуванні процесом реалізації туристичного продукту і процесу. Це дозволяє досягати відповідності між попитом і пропозицією, що призводить до підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок задоволення потреб туриста у конкретних туристичних продуктах.

Головними місцями приваблення релігійних туристів є культові споручи чи релігійні центри. Подорожі до таких місць можуть супроводжуватися культовими фестивалями, обрядами або святами, які відбуваються у певний період року. Оскільки в такій релігійній подорожі беруть участь різні категорії туристів, як віруючі, так і не-віруючі особи, цілі таких подорожей можна класифікувати наступним чином:

1. Участь у релігійних обрядах (в цих подіях можуть брати участь паломники з релігійними цілями і туристи та іноді навіть звичайні глядачі).
2. Саморозвиток та покращення духовного стану (мотивація властива як паломникам, так і звичайним туристам). Базується духовному зростанні.
3. Підвищення статусу в рамках релігійній громади (мотивація поїздки характерна лише для церковних осіб).
4. Поклоніння святим місцям, храмам, реліквіям, отримання духовного та фізичного зцілення (спрямовано на віруючих та паломників).
5. Освоєння духовного "нового", наповнення духовною енергією (відноситься як до віруючих, так і до світських туристів).
6. Чисто людська цікавість і мотиви: допитливість, отримання естетичного задоволення від архітектури, живопису, іконопису, церковного співу.

Для створення якісних умов розвитку релігійного туризму необхідно вирішити наступні завдання:

* створення механізму управління розвитком туристичної галузі.
* формування нормативно-правової бази релігійного туризму для покращення галузі та залучення інвестицій.
* активізація підприємницької діяльності в галузі релігійного туризму.
* підтримка розвитку матеріальної інфраструктури туристичної галузі за рахунок різних інвестицій для реконструкції, технічного утримання пам'яток культової архітектури як об'єктів релігійного туризму, а також створення нових об'єктів розміщення.

Для досягнення туристичних цілей потрібно створювати програмні конкретні заходи. Система має включати завдання, які дозволять розробити інструмент для створення нового туристичного продукту, які будуть відповідати потребам нашої країни та сучасним тенденціям у розвитку релігійного туризму. Система програмних заходів може бути розбита на декілька розділів з схожими заходами:

1. Управління розвитком релігійного туризму.
2. Створення конкурентоздатного туристичного продукту.
3. Пропаганда та інформаційна діяльність.
4. Підготовка спеціалістів і наукове забезпечення туристичної сфери.
5. Створення системи управління в рамках розвитку релігійного туризму має наступні напрямки:

* створення управлінської структури для координації всіх дій щодо розвитку релігійного туризму в Україні.
* вдосконалення нормативно-правової бази, яка допомагає регулювати та буде сприяти діяльності організацій, що підтримують розвиток релігійного туризму.
* визначення та розвиток об'єктів туристичного відпочинку, які мають фундаментальне значення для релігійного туризму. Управління сферою релігійного туризму повинне здійснюватися через створення управлінських структур і вдосконалення правових та організаційних умов.

1. Розробка ініціативних пропозицій щодо сприяння розвитку релігійного туризму і також залучення інвестицій у сферу туризму через впровадження податкових заходів включає такі аспекти:

* розробка та внесення змін щодо надання податкових пільг туристичним фірмам, головним напрямком яких є розвиток в’їзного та внутрішнього релігійного туризму.
* поширення системи податкових пільг для підприємців, що працюють у сфері релігійного туризму та реінвестиція власних коштів в розвиток туристичної інфраструктури (наприклад будівництво готелів, придбання транспорту, спеціального обладнання і т. ін.).
* залучення ініціатив щодо звільнення організацій від сплати податку на рекламу об’єктів релігійно-культурної значущості.

1. Створення та популяризація релігійного туристичного продукту. Дії в цьому розділі повинні бути спрямовані на такі завдання:

* створення об’єктів та процесів, які мають велику туристичну привабливість.
* забезпечення туристичною інфраструктурою місця розташування релігійних святинь.

Під час розробки заходів у цьому розділі необхідно враховувати такі проблеми та обмеження:

* отримання позитивного результату при економії бюджетних коштів.
* створення якісно нового та конкурентоспроможного туристичного продукту, що враховує потреби сучасних туристів.
* залучення творчого потенціалу населення у процесі розробки туристичної послуги чи продукту, з урахуванням конкурсного методу отримання необхідного результату.

1. Інформаційна діяльність та реклама. Заходи у цьому розділі мають на меті:

* створення якісного інформаційного середовища на території України, яке мало можливість сприяти відвідуванню туристами релігійних культурно-історичних об'єктів країни.
* залучення зарубіжних інвестицій та туристів в Україну.
* популяризація туристичних послуги і місць країни для духовного відродження громадян.

Одним із ключевих завдань у розвитку релігійного туризму є створення розвинутої системи рекламно-інформаційного супроводу для просування релігійного туристичного продукту на внутрішньому і міжнародному ринках.

5. Підготовка спеціалістів. Наукове забезпечення туристської діяльності. Підготовка фахівців і наукове забезпечення туристської діяльності включає наступні заходи:

* створення в Україні чітко працюючої, багатоступінчастої системи освіти в області туристської індустрії, що охоплює всі рівні – від професійної орієнтації школярів до вищого рівня кваліфікації. Система освіти повинна бути безперервною, тобто фактично протягом всієї професійної діяльності фахівці повинні постійно підвищувати свій професійний рівень. В іншому випадку не буде прогресу в управлінні, обслуговуванні, не буде впровадження нових технологій і т. д.;
* підготовка навчальних програм для всіх видів освітньої діяльності (підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації фахівців) відповідно до професійних стандартів;

У процесі туристично-краєзнавчих досліджень використовувалися різноманітні наукові та спеціалізовані методи:

Системно-аналітичний метод: застосовувався для теоретичного узагальнення наукових концепцій та аналізу досліджень з проблем релігійного туризму, включаючи роботи науковців з різних країн.

Метод статистичного аналізу: використовувався для оцінки динаміки, структури та організації релігійного туризму в Україні.

Проблемно-орієнтований метод: використовувався для обґрунтування напрямків розвитку релігійного туризму.

Опитування та анкетування: використовувалися для отримання детальної інформації про думки, досвід та інформацію стосовно розвитку регілійного туризму. Опитування проводилося як особисто, так і у формі онлайн-анкет.

Огляд літератури: аналіз наукових досліджень, статей і звітів дозволив висвітлити туристично-краєзнавчі аспекти розвитку релігійного туризму в Чернігівській області та зробити висновки на основі наявної інформації.

Порівняльний метод: був застосований для аналізу сучасного стану розвитку релігійного туризму в світі та Україні для виявлення спільних тенденцій та відмінностей.

Для професіональнів у галузі туризму надзвичайно важливо не лише володіти навичками практичної організації подорожей для туристів, але й мати знання та уявлення про сутність релігії, розуміти мотивацію, які підштовхують людей до паломництва або на екскурсію до святих місць. Ці знання дозволяють якісно розуміти потребии туристів під час процесу створення та просуванні туристичного продукти, тобто виокремити цільові сегменти ринку і т.д. Слід відмітити що важливим є розуміння географії релігійних центрів, оскільки саме вони є об'єктами привертання у даному напрямі туризму.

Вивчення регілійного туризму включає в себе застосування різноманітних методів дослідження, таких як системно-аналітичний метод, статистичного аналізу, проблемно-орієнтований, опитування та анкетування, порівняльний метод тощо та інші. Ці методи допомагають ретельно розглядати багатогранність та складність туристичної галузі. Результати проведених досліджень внесли значний вклад у розвиток практик відповідального туризму та стали основою

## Висновки до першого розділу.

1. В Україні існують збережені об'єкти релігійної, історичної та культурної спадщини. Це виступає важливим фактором і робить нашу країну привабливим напрямком для розвитку релігійного туризму. У населення існує інтерес до духовних цінностей, збільшується зацікавленість у відвідуванні пам'яток культури та житті регілійних об'єктів, включаючи монастирі, які стали значущими центрами духовного відродження. Релігія має тісне відношення з суспільними відносинами, вона відкриває нові можливості для туристичних подорожів.

2. Релігійний туризм виступає окремою і повноцінною категорією туризму, яка має свої власні види. Серед них форм і видів виділяються релігійний туризм, паломницький туризм та з екскурсійною спрямованістю.

3. Класифікуючи за видами релігійний туризм доцільно розподілити на наступні категорії: внутрішній, що охоплює подорожі в межах країни; місцевий, коли жителі конкретного регіону подорожують по цьому регіону; в’їзний, коли не мешканці країни, відвідують її; та виїзний, який передбачає подорожі жителів однієї країни в іншу.

4. Проблеми класифікації релігійного туризму мають слабкий рівень вивчення. У джерелах, пов'язаних з туристичним бізнесом, поняття "релігійний туризм" іноді замінюють на "паломництво", а екскурсії з релігійною тематикою часто не відрізняють від релігійних подорожей.

5. Релігійний і паломницький внутрішній туризм в Україні має важливу спрямованість на духовно-моральне і патріотичне виховання і в даний час цей вид туризму відчуває значне зростання.

## РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ.

## 2.1. Історичні передумови виникнення та розвитку релігійного туризму.

Розвиток як паломництва та релігійного туризму доцільно розділити на чотири етапи.

Перший етап, який відноситься до самих древніх періодів до XIII століття. Його можна охарактеризувати як початковий період розвитку паломництва. Для цього періоду характерна безпорядковість у проведенні подорожей. У III-IV столітті відбулась подорож паломників до Палестини, де у IV столітті був збудований храм Гробу Господнього, який і зараз залишається головною святинею та місцем паломництва для християн світу. В VI столітті для паломників з Галлії (Франції) був пророблений маршрут, який став своєрідним фундаментальним від Рони до Йордану. Найбільш сприятливі умови для паломників з Європи утворились в період правління халіфа Гаруна аль-Рашида в початок VIII-IX століть. Халіф навіть подарував Карлу Великому ключі від храму Гробу Господнього і від святого міста. Також за наказом Карла Великого в Єрусалимі був побудований особлива споруда для паломників, який включав бібліотеку, поля, 12 будівель та готелів, виноградники і сади, розташовані в долині Іосафата. Орден госпітальєрів (іоаннітів) став особливим місцем для паломників. Він починався розвиватися зі шпиталю при монастирі Діви Марії в Єрусалимі, де лікували та приймали прочан ще до арабського панування. Але під керівництвом Герарда було створено братство і оформлено його статут, який був схвалений римським первосвящеником у XII столітті. Із початку заснуванням головним завданням братства було допомагати хворим та захищати паломників від нападів тих кого називали невірними. Така діяльність мотивувала бойовий дух рицарів Ордену. Через певний час працівники госпіталю розширили мережу готелів не лише на святій землі, але і по всьому Близькому Сходу. Вони почали називати прочан "господарями", а самих себе - їх "слугами". Також часто вони фінансово допомагали прочанам. Але з часом політичні цілі стали пріоритетом для Ордену, і лише деякі рицарі продовжували допомагати паломникам [55].

У ХІІ ст. паломництво на Русі було важливим соціальним явищем також. Зокрема, про це свідчать билинні епоси «Про сорок калік з Калик», що міститься у відомому збірнику Кирші Данилова.

Другий етап в історії паломництва тривав з XIII століття (в той період коли релігійні ордени почали сприяти організації паломницьких поїздок) і він тривав до кінця XVIII століття. Його можна охарактеризувати утвердженням паломництва як важливого соціального та духовного явища в рамках міжнародного рівня. Однією з особливих рис цього періоду було формування структур та створення спеціальної інфраструктури для паломників, такої як будівництво госпіталів, доріг, готелів, а також впровадження соціальних послуг, таких як гідів, екскурсоводів, медична допомога, послуги провідників, і т. д. Навіть при існуванні різноманітних інфраструктурних послуг для паломників, подорожі мали стихійний характер.

Гарним історичним прикладом може бути Орден Мальтійців, який активно здійснював організацію паломництва з Європи до Святої землі. З низки угод, який уклав орден з султаном Османської імперії, існувала заборона нападу на мальтійські кораблі та можливість безперешкодного руху водами, контрольованими турецькимим та арабськими воєнними силами. Головним завданням цих кораблів було транспортування паломників, а також іноді вони також використовувались дипломатами, так як кораблі під мальтійським прапором не піддавалися нападам піратів. Крім того, Орден Мальтійців займався викупом полонених, особливо якщо вони були представниками знаті і допомагав їм повертатися на батьківщину.

Прочанам для можливості паломництва видавали паспорти, у яких церковна парафія, яка займалась відправленням паломників, рекомендувала духовній та світській владі, а і всім християнам надавати різного роду підтримку та приймати паломника як гостів, щоб впевнитись, що вони безпечно повернуться додому.

Етап 3 — з XIX століття до другої половини ХХ століття — це той історичний період, коли паломництво стає активним соціально-духовним явищем у міжнародному масштабі та починається повноцінний розвиток релігійного туризму. Після повернення з Палестини король Сербії та кілька російських князів зробили звернення до спадкоємця англійського королівства Т. Кука, який володів першою туристичною фірмою. Також до нього звернувся принц Уельський (пізніше король Едуард VII), щоб відправити до Гробу Господа своїх синів, Альберта та Георга (майбутнього Георга V).

Серед інших відомих людей можна виділити крок Прем’єр-Міністра Великобританії, Вільяма Гладстона. Він видав Куку спеціальне завдання: розробити екскурсійні маршрути по Індії для заможних жителів Британії і для багатих індусів. Це було зроблено із переконанням, що саме туризм може сприяти налагодженню дружби між колонією та метрополією. Очікування Гладстона справдилися і як результат в індійському офісі Кука було дуже багато клієнтів. У 1878 році генерал-губернатор Індії, граф Дафферін, звернувся до Кука із проханням організувати паломництво до Мекки для мусульманського населення регіону.

Також приблизно у цей період розпочинаються релігійні подорожі з науково-пізнавальною спрямованістю. Наприклад, М. Реріх здійснював подорожі на Тибет з метою вивчення та дослідження святинь буддизму та індуїзму [56, с. 192].

На 4 етапі, який починається з другої половини ХХ століття до наших днів, ми спостерігаємо масове паломництво та розвиток релігійного туризму різних категорій населення на міжнародному рівні [15].

Отже, історичним фактом є те, що навіть у несприятливі для туризму періоди паломництво не припинялося. Обсяги зменшувалися через підвищену небезпеку під час подорожей, розрив традиційних зв'язків та руйнування організаційних форм паломництва. Починаючи з ХІХ століття, було сформовано розгалужену систему обслуговування прочан, до якої все частіше долучалися і підприємницькі заклади, що стало початком зародження релігійного туризму як на міжнародному рівні, так і в Україні.

Серед відомих православних святинь, що розташовані на теренах України, варто згадати частки реліквій іконостасу Хреста Господнього в різних святиннях: Чернівці, Луцьк, Києво-Печерська лавра, Одеса. Також відома частина Ризи Господньої, яка зберігається у жіночому Покровському монастирі міста Києва, та ікона Спасителя у жіночому монастирі Афонської ікони Богородиці в селі Чоповичі Житомирської області. Крім того, варто відзначити відбиток стопи Пресвятої Богородиці, який призводить до джерела цілющої води в Почаївській лаврі, та різні частки пояса Пресвятої Богородиці, що зберігаються у Іллінському чоловічому монастирі міста Одеси та в жіночому монастирі села Чоповичі. Слід виділити чудотворні ікони Богородиці, що мають всесвітнє та міжнародне значення, такі як "Почаївська" (Почаївська лавра), "Успенська" та "Києво-братська" (Києво-Печерська лавра), "Зимненська" (Успенський монастир села Зимно Волинської області), "Призри на смирення" (Введенський чоловічий монастир міста Києва), "Споручниця Грішних" (місто Корець Рівненської області), "Волинська" (музей Національного мистецтва міста Києва), "Холмська" (місто Луцьк), "Скорботна" (Богоявленський жіночий монастир міста Кременець Тернопільської області), "Єлецька" (Єлецький Успенський жіночий монастир міста Чернігова), "Святогірська" (Святогірська лавра), "Касперівська" (місто Одеса), "Боянська плачуча" (село Бояни Чернівецької області), "Львівська сльозоточива" (місто Львів), "Густинська Ярмаркова" та "Скорботна Прилуцька" (місто Прилуки Чернігівської області), "Я є з вами" (Георгіївський жіночий монастир у селі Данівка Чернігівської області), "Життєподательниця" (місто Острог Рівненської області), "Рождества Богородиці" (Глинська пустинь), "Піщанська" (місто Ізюм), "Молченська" (місто Путивль) та інші важливі святині.

На території сучасної України знаходиться багато центрів і об’єктів які вважаються святими і наближеними до релігійного туризму. Наприклад, мощі великомучениці Варвари (Володимирський собор м. Києва), мощі понад ста святих Преподобних отців Києво-Печерських, святих преподобниць Софії та Анастасії Київських, Димитри Київської та Олімпіади Арзамаської, Єлени Флорівської, преподобного Феофіла Христа ради юродивого, святого Макарія Київського, преподобних Звіринецьких святих та інших Київських святих; ліва стопа апостола Андрія Первозваного, святих преподобниць Кукши Одеського і Гавриїла Афонського (м. Одеса); преподобних отців, що прославилися у горах Дінця (Святогірська лавра); святого Іова, Амфілохія та Мефодія Почаївських (Почаївська лавра); святого Феодосія, Філарета та преподобного Лаврентія Чернігівського; святого Луки Кримського сповідника та Гурія Таврійського (м. Сімферополь); святого Афанасія Лубенського, Мелетія та священномученика Олександра Харківського; святої преподобної Смарагди Ніжинської; святого преподобного Феофана Рихловського (м. Короп); святого Афанасія Полтавського; преподобного Алексія Карпаторуського та Іова Угольського (Закарпаття); преподобного Європії Херсонської; преподобної Пелагії Яблунівської (поблизу м. Прилуки); святої преподобної Глинської старці (Глинська пустинь, с. Соснівка Сумської області); преподобного Макарія Канівського (м. Черкаси) та інших святих.

Серед відомих центрів слід виділити, що Україна має такі туристично-релігійні центри: Києво-Печерську, Почаївську і Святогірську лаври, Зимненський Успенський монастир, Глинську пустиню та інші монастирі та храми, що є важливими релігійно-паломницькими місцями світового і міжнародного значення. Їх особливість полягає у наявності видатних святинь на їхній території. Відомість і привабливість цих центрів залежить від загальної кількості відвідувачів на рік та розмаїття паломників, зокрема іноземних, чия кількість постійно зростає, охоплюючи все більше територій.

## 2.2. Сучасний стан та тенденції розвитку релігійного туризму в світі та Україні.

Релігійний туризм сьогодні розвивається напрочуд швидкими темпами і відграє важливу роль у становленні міжнародної індустрії туризму. Однак оцінити міжнародний ринок релігійного туризму дуже важко, оскільки на сьогодні не існує напрацьованої методології збору статистичних даних саме у частині релігійного туризму. Тому дані, які будуть наведені нижче, мають більше оціночний характер.

Загалом, розвитку релігійного туризму у світі сприяють ряд факторів (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Фактори зростання значення релігійного туризму у світі** [67].

|  |  |
| --- | --- |
| Фактор | Його прояв |
| Пошук автентичності | Прагнення споживачів до більш автентичного досвіду, наприклад, занурення в духовні та культурні традиції, пов’язані з певними релігіями та місцями паломництва |
| Диверсифікована пропозиція продукту | Поява більш різноманітного туристичного продукту |
| Збільшення кількості туристичних агентів | Більше туристичних агентств, що пропонують релігійний туризм, паломництва і церковні тури |
| Дешеві рейси | Більш і дешевші внутрішньоєвропейські рейси та більш конкурентоспроможні ціни на довгострокові рейси, що полегшують подорож (особливо для європейців) |
| Особиста віра | Релігійні подорожі розглядаються як спосіб перевірки особистих переконань і духовності |
| Збереження культури | Визнання того, що релігія і духовність можуть сприяти збереженню культур і традицій |
| Збільшення короткотермінового відпочинку | Зміна структури праці і дозвілля з зростанням коротких і частих відпочинків |
| ЗМІ | Високий профіль ЗМІ надано багатьом великим місцям паломництва та релігійним святам у світі |
| Зростання джерел доходів | Необхідність отримувати доходи для збереження релігійної та архітектурної спадщини |
| Сталий розвиток | Глобальні тенденції у розвитку більш стійких туристичних продуктів |
| Розширення ринку | Загальне розширення світового туристичного ринку |
| Інтернет | Широке використання Інтернету, онлайн-бронювання і все більше використання інтелектуальних технологій і соціальних медіа |

Обсяг доходів від релігійного туризму в усьому світі становить приблизно 18 мільярдів доларів на рік. Згідно зі статистикою глобальних тенденцій, річна кількість осіб, які відвідують релігійні пам'ятки, складає понад 300-350 мільйонів у всьому світі, здійснюючи при цьому понад 3 мільярди подорожей. Наприклад, тільки в одну Польщі щороку на прощу вирушають близько 7 мільйонів поляків, що становить 17% від загальної кількості населення, з них 1 мільйон подорожує за кордон. Загалом, у Західній Європі річні прощі відвідують близько 35 мільйонів осіб. Основна маса релігійних туристів – це люди у віці від 30 до 50 років [28].

Серед основних сучасних світових тенденцій розвитку релігійного туризму варто відзначити втрачання позицій паломництва як його складової. Так, за усередненими даними ЮНВТО у 2013 році серед туристів переважали ті, хто просто цікавляться релігією (35%), другу позицію займали віруючі (24%) і лишень 17% серед туристів були глибоко віруючими (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Стратифікація за ознакою зацікавленості в здійсненні релігійного туризму (усереднені дані ВТО за 2022 рік), у відсотках [68].

Сегмент четвертий – ті, що не цікавляться релігією, – їдуть відпочивати, змінити буденну обстановку, помилуватися природою, архітектурою тощо. Туристи цієї категорії мають бажання отримати послуги найвищої якості. Загалом можна відзначити, що чим менший інтерес до конкретної релігії, тим вищі ставлять вимоги до комфорту та виявляють більше потреб, ніж ті, хто обирає релігійні тури.

І, нарешті, п’ятий сегмент – діти, школярі, студенти. Їх потреби визначаються меншим екскурсійним навантаженням із додаванням розважальних програм [16, с. 41-42].

Щодо географії релігійного туризму, то у світі науковцями прийнято виділяти 11 макрорегіонів (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

**Макрорегіони паломництва** [61, с. 218; 3, с. 147-148]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № з/п | Макрорегіон | Переважаюча релігія |
| 1 | Європа | Християнство |
| 2 | Північна Америка | Християнство, інші численні релігії |
| 3 | Латинська Америка | Християнство, місцеві традиційні релігії |
| 4 | Північна Африка | Іслам |
| 5 | Західна й Східна Африка | Іслам, окремі центри християнства й традиційні релігії |
| 6 | Західна Азія | Іслам, анклави християнства й іудаїзму |
| 7 | Південна Азія | Індуїзм і буддизм, центри християнства, джайнізму, сікхізму й ісламу |
| 8 | Південно-Східна Азія | Буддизм, іслам, християнство, анклави індуїзму |
| 9 | Східна Азія | Буддизм, конфуціанство, синтоїзм і ділянки ісламу й християнства |
| 10 | Центральна Азія | Буддизм, в основному ламаїзм |
| 11 | Середня Азія | Іслам |

Кожен макрорегіон має популярність через свої світові центрами паломництва, які приваблюють міжнародні потоки віруючих і часто поєднують релігійну спеціалізацію з функціями культурних, адміністративних, промислових і туристських центрів. Крім цього, у макрорегіонах існують об'єкти релігійного поклоніння національного та місцевого значення.

Християнство можна вважати як найбільшою світовою релігією як за чисельністю прихильників (2 375,6 млн або 33,0% від загальної чисельності населення світу в 2014 р.), так і за географічним поширенням (див. табл. 2.3). Орієнтуючись на прогнози науковців Теологічного семінарії Гордона-Конвелла, до 2025 року частка християн може зрости до 33,7% [66].

Таблиця 2.3

**Географія поширення християнства, станом на 2022 рік** [66]

|  |  |
| --- | --- |
| Регіон | Чисельність, млн осіб |
| Європа | 400-550 |
| Латинська Америка | 543 |
| Північна Америка | 231 |
| Азія | 350 |
| Африка | 475 |
| Австралія й Океанія | 24 |

Аналізуючи релігійні місця паломництва для християн, найпопулярніші з них розташовані в Європі: Париж і Лурд (Франція), Рим (Італія), Фатіма (Португалія), Монсеррат (Іспанія), Варшава (Польща), та інші. Багато з цих центрів християнської паломницької подорожі пов'язані з історіями про Діву Марію. Її вшанування поширене серед католиків. Дві третини з 6 тисяч святих місць в Європі припадають на вшанування Богородиці. Велика кількість паломників прибуває до місць, де, за легендою, з'явилася Діва Марія. Одне з таких див надійшло в XIX столітті у невеликому селі Лурд, що знаходиться на півдні Франції. Лурд сьогодні неймовірно популярним місцем і є другим за кількістю християн-паломників після Риму (4,6 мільйонів осіб на рік). Подібні святі місця існують у Іспанії, Португалії, Мексиці.

Фактичним центром християнського паломництва є Рим. Щорічно його відвідують 8 млн. християн-прочан. У цьому місті знаходяться всесвітньо відомі собори. Також у межах Риму перебуває держава-місто Ватикан – центр католицької церкви, резиденція Папи Римського. У Ватикані також зосереджені найцінніші скарби культури, зокрема, собор Святого Петра. Мільйони паломників подорожують сюди з усього світу. Такої кількості і різноманітності предметів і місць культового поклоніння, як у християнстві майже немає в жодній іншій релігії світу.

Отже, релігійний туризм у Італії становить близько 10% від усього туристичного ринку країни. Ця країна приваблює туристів і паломників завдяки: 700 єпархіальних музеїв, 30 тисячам базилік і храмів, 220 святилищ, монастирів та інших об'єктів, які належать католицькій церкві (це складає 70% культурної спадщини в Італії). Близько 40 мільйонів людей щорічно беруть участь у релігійних поїздках, загальна кількість ночей, проведених тут, становить близько 19 мільйонів, а дохід від цього сектору економіки перевищує 4 мільярди євро.

У ісламі існує велике значення в рамках такого процесу як паломництво. Кожен дорослий прибічник ісламу прагне здійснити обряд "святого хаджу". Тобто це спрямоване паломництво до Мекки (Саудівська Аравія), міста народження пророка Мухаммеда. Там розташована Кааба - великий куб, складений зі сіро-зелених гранітних блоків. У одному з кутів Кааби поміщений великий чорний камінь (він має метеоритне походження), який, за легендою, був розміщений там самим Мухаммедом. Основна мета паломництва мусульман до Мекки полягає в тому щоб 7 разів обійти Каабу проти годинникової стрілки, доторкнутися до чорного каменя і поцілувати його. Серед інших важливих релігійних місць для мусульман слід виділити місто Медина, також в Саудівській Аравії. Святині Мекки і Медини мають універсальне значення для ісламу.

Буддизм вважається однією з трьох світових релігій, поряд з християнством та ісламом. Однак, для ортодоксальних буддистів паломництво не має того самого значення, що для християн чи мусульман. Маючи свої святині, вони відправляються на окремі подорожі до них у пошуках духовного розвитку. До 1951 року, коли Тибет приєднався до Китаю, тисячі паломників здійснювали важкі та небезпечні походи до святого Лхаси, розташованого у Гімалаях на висоті 3650 метрів. Це місце знаходиться монастир і палац Далай-лами, він є духовним лідером буддистів. Ще одне священне місце для буддистів - місто Канді (Шрі-Ланка).

Центри регілійної привабливості для буддистських паломників - це вражаючі за своїми величезними розмірами статуї Будди. Унікальний храм Борободур (що означає "багато будд") на острові Ява (Індонезія) є найбільшим у світі буддійським монастирем і місцем, де зібрано найбільше статуй Будди. Виділяється також японське місто Нара, яке відоме своєю популярністю завдяки статуї Великого Будди, найбільшої в країні, що знаходиться у місцевому храмі. Місто Канді (Шрі-Ланка) славиться Храмом Зуба, обнесеним ровом біля штучного озера, де зберігається один із зубів Будди, що вважається найбільшим скарбом.

У Південній Азії індуїзм є широко поширеною релігією, яка виділяється своєю різноманітністю та численністю священних місць для поклоніння. Усі ці святині розташовані в Індії, їх кількість оцінюється десятками тисяч. Серед відомих місць можна вказати Шідамбаром, Рамесварам, Пушкара, Мадураї, , Тірупаті. Ці місця в основному віддані великим божествам індуїзму - Шиві, Крішні, Вішну. Також серед святих місць цієї релігії зустрічаються Патна, Варанасі, Амарнат, Аллахабад, Мадурая [3, с. 149].

Аналізуючи паломництво із пізнавальною спрямованістю, окрім Ізраїлю з його ранніми християнськими та мусульманськими пам'ятками, туристи такого типу також виявляють інтерес до Йорданії. Це місце славиться тим, що саме тут відбулося хрещення Христа у річці Йордан. Великі потоки подорожуючих із пізнавальними метами спрямовані до Греції, що є спадкоємицею Візантії, до Ватикану – серця католицької церкви. Крім цього, релігійні місця у Франції, Індії, Китаї, Японії та інших країнах також привертають увагу паломників. [3, с. 149].

Отже, характеристики світового ринку релігійного туризму включають наступні аспекти:

1. Організацію подорожей в релігійні місця ведуть асоціації, фонди та громадські об'єднання на різних рівнях - включаючи міжнародні організації, комерційні структури і урядові органи. Вони працюють разом із спеціалізованими туристичними компаніями і релігійними організаціями.
2. У плануванні цих подорожей використовуються різноманітні форми туризму: заходи, круїзи, співпадання з релігійними святами (наприклад, Різдво, Великдень, свята покровителів), пов'язані з історичними маршрутами - піші, верхові, велосипедні та інші. Релігійні подорожі об'єднуються з різними видами туризму, що сприяє їх трансформації в релігійно-культурні події.
3. Комерційна діяльність багатьох спеціалізованих компаній охоплює не лише їхні власні послуги, але й сервіси, які надаються релігійним організаціям і парафіям для організації подорожей віруючих.
4. Для просування релігійного туризму використовуються спеціалізовані виставки, фестивалі, конгреси, а також співпраця між різними конфесіями, туристичними підприємствами і органами влади. Розвивається партнерство між державними та приватними секторами, іноді законодавство підтримує релігійний туризм за допомогою відповідних законів та правових актів.

Отже, релігійний тризм відіграє важливе значення і визначає рух туристичних потоків на світовій арені. Набуваючи щороку все більших обертів, даний вид туризму визначає розвиток багатьох країн світу, а особливо центрів розвитку паломництва. Однак в останні роки все більшого поширення набувають релігійно-пізнавальні туристичні тури, витісняючи паломницькі подорожі. Враховуючи сучасні світові тенденції, нашій державі із можливостями для розвитку релігійного туризму не варто зволікати, адже, можливо, саме релігійний туризм може стати основою для виходу економіки України з кризового стану. Тож у наступному розділі буде розглянуто сучасний стан та перспективи розвитку релігійного туризму в нашій державі.

Україну щороку відвідують близько 60-70 тисяч іноземних паломників. Серед них приблизно 15% складають ізраїльтяни та російські паломники, це приблизно 8-10 тисяч осіб. За даними за 2015 рік, у Львові зареєстровано близько 700 тисяч релігійних туристів, у Києві - близько 600 тисяч, у Почаєві - менше 500 тисяч, у Зарваниці - до 500 тисяч, у Джублику - до 300 тисяч, а у Святогірську - близько 100 тисяч відвідувачів [59, с. 229].

Протягом останніх п'яти років нестабільна політична обстановка та військові дії в Україні стали основними перешкодами для розвитку релігійного туризму. Данні умови і причини можна вважати негативними, які суттєво зменшили потоки паломників як в межах країни, так і на міжнародному рівні. Наприклад, Святогірська лавра в Донецькій області, в додаток до своєї основної функції, прийняла тисячі біженців з зони конфлікту, забезпечуючи їм підтримку і допомогу. Також подібна ситуація в Криму, де в'їзд українських паломників обмежено, а політичне протистояння між Україною та Росією негативно вплинуло на релігійні туристичні потоки. Багато туристичних компаній, спеціалізованих на організації паломницьких подорожей до Криму, припинили свою діяльність. Іноземні та внутрішні паломники наразі утримуються від подорожей до окремих регіонів країни через загрози тероризму та диверсій.

## Висновки до другого розділу.

1. Історичний факт полягає в тому, що навіть у складних періодах паломництво розвивалось; воно лише зменшувало свій обсяг через підвищену небезпеку під час подорожі, розрив традиційних зв'язків та руйнування організаційних форм паломництва.

2. Починаючи з ХІХ століття, було сформовано розгалужену систему обслуговування прочан, до якої все частіше долучалися і підприємницькі заклади, що стало початком зародження релігійного туризму як на міжнародному рівні, так і в Україні.

3. Аналіз сучасного стану регіонального туризму в Україні унеможливлює той факт, що з цього виду туризму відсутні як статистика, так і аналітичні дослідження. Всі наявні дані є оціночними і не висвітлюють реальної картини. В цілому, релігійний туризму у нашій країні може посісти помітне місце.

## РОЗДІЛ 3. СУЧАСНА СТРУКТУРА ТА СТАН РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРНІГІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.

## 3.1. Туристично-краєзнавчий потенціал Чернігівській області.

Протягом століть Чернігів утверджував своє місце як ключовий духовний центр в Україні, що підтверджується його багата історія та широкий спектр храмів і церков. Тривале існування впродовж 1300 років робить його унікальним, а цінні собори з часів Київської Русі є відображенням його величі. Місто є місцем розташування третини пам'яток часів передмонгольської епохи, включаючи виняткові храми, які мають велике значення у всіх сферах: історичній, культурній та релігійній. Чернігів приваблює тих, хто прагне поклонитися цим духовним святинням.

Для більшості українців Чернігів є символом княжих часів, особливо - як місто Чернігова. Деякі згадають про гетьманську столицю Батурин, а інші можливо вже відвідали палацово-парковий комплекс у Качанівці чи дендропарк "Тростянець". Проте ця область, одна з найбільших за територією в Україні, залишається маловідомою навіть для місцевих мешканців. Тут можна знайти чарівні природні ландшафти, нечасті або забуті історичні місця та пам'ятки. Дерев'яна архітектура варта уваги й заслуговує на повагу, щоб збагнути і оцінити її значення [4, с. 55].

Дерев’яна Миколаївська церква в селі Городище – безперечно, одна з наймальовничіших на Чернігівщині, та й в Україні взагалі. Тут використано рідкісний конструктивний спосіб зв’язку трьох зрубів, що перешкоджав осіданню масивного середнього зрубу. Побудована вона в 1763 році. У 1888 році була дещо перероблена, але первісна композиція збереглася. Наслідує традиції дерев’яної архітектури Лівобережної України XVII-XVIII ст. Частково зберігся первісний розпис [1].



Рис. 3.1. Миколаївська церква, с. Городище Менського району Чернігівської області. (фото автора)

Комплекс Михайлівської церкви у селі Полонки сховався серед густих лісів на березі річки Удай. Перша згадка про село датована 1666 р. За офіційними джерелами, селище отримало назву від слова «ополонки». Найбільшою гордістю є споруджена на березі Удаю Свято-Михайлівська церква. Це унікальна історико-архітектурна пам’ятка XVIII ст., збудована у традиціях народної дерев’яної архітектури Лівобережної України: мурована, триверха, тридільна з прямокутною середньою дільницею, до якої приєднуються гранчасті вівтар та притвор. Це одна з найдовершеніших церков доби українського бароко. Недалеко від церкви над річкою знаходиться не менш цікава історична пам’ятка – печера ченця. Це різні за розміром три прямокутні приміщення, з’єднані переходами і прикрашені рельєфними зображеннями. Є підстави датувати появу печер початком XVII ст. Поблизу церкви є чудодійне джерело – ще одна святиня полонківчан.



Рис. 3.2. Михайлівська церква, с. Полонки Прилуцького району Чернігівської області. (фото автора)

Бароко стало першим стилем, що охопив всю Європу. Воно впливало як на католицькі, так і на протестантські країни у Західній Європі, а також на православні країни сходу. Українське бароко виділялося своєрідністю й оригінальністю в контексті культури. Досліджуючи конкретні приклади минулого Чернігова, можна відстежити, як саме відбувалося його формування та які чинники впливали на цей складний процес.

Народна основа розвитку культури стала найважливішими умовами типологічних єдностей художнього процесу у Чернігові. Така специфічна народність виявлялась і в безпосередніх впливах народної творчості на роботу професійного майстра, і в об’єктивних відображеннях головного інтересу народу. Народну художню традицію особливо визначено типом чернігівських будівель, їх об’ємно-просторовими композиціями і елементами архітектурного декору. Вони проявляються в планах та композиціях житлової споруди – це будинок Якова Лизогуба та Павла Полуботка, кам’яниця Константиновичів, келії в Троїцькому і Єлецькому монастирі. У таких важливих справах як відновлення пам’яток часів Київської Русі – Борисоглібський собор, Іллінська церква, Успенський собор та інші споруди – зодчі опирались на багатовікові традиції народних будівничих [5].

Під впливом дерев’яної архітектури вироблено тип тридільного трибанного, п’ятидібного та п’ятибального храмів. В Чернігові вона представлена усипальницею Лизогубів, яка знаходиться в Єлецькому монастирі та Катерининській церкві. Народна художня традиція багато в чому визначила своєрідність в чернігівській мурованій архітектурі того часу. Вплив народних традицій проявлявся у багатьох аспектах культури Чернігова. Його відображення можна відслідкувати в композиції іконостасу, у живописі, у хоровому співі, творчості місцевих письменників та музики С. Пекалицького.

Звернення до традицій вітчизняної античності, культурної спадщини Київської Русі, мало велике значення для суспільства та культури Чернігова. Давньоруське планування міста залишилося актуальним у другій половині XVII століття. Архітектурні пам'ятки та мистецтво Чернігова зберігали атмосферу і цінність культурної спадщини. Троїцький собор у Чернігові (1679-1695) продовжив традиції давньоруського монастирського храму. Катерининська церква (кінець XVII - 1715) зберегла динаміку композиції, започатковану в епоху Київської Русі, особливо у П’ятницькій церкві в Чернігові [3]. У другій половині XVII століття почали просуватися традиції давньоруського літопису, створюють нові редакції літературних творів.

## 3.2. Основні чинники розвитку релігійного туризму в Чернігівській області.

В першу чергу необхідно провести аналіз узагальненого індексу конкурентоспроможності країн у сфері подорожей та туризму, який видається один раз у два роки та здійснюється у співпраці з рядом провідних міжнародних організацій, що займаються туризмом та подорожами.

У 2022 році цей індекс включав в себе 140 країн світу.Перше місце у рейтингу декілька років поспіль займає Іспанія. До лідируючої десятки також увійшли Франція, Німеччина, Японія, США, Сполучене королівство, Австралія, Італія, Канада та Швейцарія. Змін порівняно з попереднім рейтингом у десятці лідерів практично не відбулося, хіба що США помінялися місцями зі Сполученим Королівством.

Найменше туристів приваблюють Ємен, Чад, Ліберія, Бурунді і Конго. За кількістю балів Україна зрівнялася з Ямайкою, Шрі-Ланкою, Вірменією, Казахстаном та Намібією [45]. Україна за індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму 2022 року отримала оцінку в 3,7 бали з семи можливих і опинилась на 78 місці. Тобто порівняно з попереднім рейтингом піднялася на 10 позицій вгору (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Зміна позицій України та деяких країн світу за індексом конкурентоспроможності країн у сфері подорожей та туризму у 2010-2022 рр. [45].**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Рік | Україна | Єгипет | Грузія | Польща | Туреччина |
| 2010 | 78 | 58 | 66 | 63 | 52 |
| 2011 | 77 | 66 | 72 | 56 | 54 |
| 2012 | 77 | 64 | 73 | 58 | 56 |
| 2018 | 85 | 75 | 73 | 49 | 50 |
| 2019 | 76 | 85 | 66 | 42 | 46 |
| 2020 | - | 83 | 71 | 47 | 44 |
| 2021 | 88 | 75 | 70 | 46 | 44 |
| 2022 | 78 | 65 | 68 | 42 | 43 |

У 2022 році Україна суттєво покращила ділове середовище (з 124 на 103 місце), безпеку (з 127 на 107 місце), міжнародну відкритість (з 78 на 55 місце) і загальну інфраструктуру (з 79 на 73 місце).

Експерти оцінюють внесок туристичної індустрії України приблизно у 1,3 млрд доларів США, що становить близько 1,4% від загального внутрішнього продукту країни. У цій галузі працює близько 214,4 тисяч людей, що складає 1,2% від загальної кількості працездатного населення. На відміну від цього, у Польщі туристичний сектор оцінюється майже в 8 млрд доларів США або 1,7% ВВП, і тут працює 275,4 тисяч людей, або 1,7% населення. У Туреччині ситуація інша – тут туристична галузь оцінюється у 35,9 млрд доларів США або 5% ВВП, і це становить майже 600 тисяч працівників, що складає 2,3% населення, зайнятого у цій сфері.

Україна має складне бізнес-середовище, що впливає на розвиток туризму, як показує її 103-те місце у цьому рейтингу. Низький рівень безпеки в країні додає ще одну перешкоду, займаючи 107-ме місце. Сфера туризму, на жаль, не є пріоритетом для українського уряду, чому свідчить 118-те місце за показником "пріоритетність розвитку туризму в урядовій стратегії" [45].

У рейтингу конкурентних переваг відображаються різні аспекти, серед яких оцінка людських ресурсів та ринку праці (займає 41 позицію) та стан охорони здоров’я та гігієни – 8 місце.

Звісно, у кожній з 14 головних складових Індексу є показники, які можуть бути вищими чи нижчими. Але загальний висновок з дослідження свідчить про те, що умови для повноцінного розвитку туризму в Україні не використовуються належним чином.

Для визначення оцінки стратегічної позиції за видами туристичної діяльності Чернігівській області побудуємо матрицю БКГ. Для побудови матриці використовуємо дані про частки ринку та темп приросту попиту по видам послуг, що представлені в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

**Частка ринку та темп приросту попиту за видами туризму в Чернігівській області**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Напрямок туризму | Частка ринку | Темп приросту попиту |
| 1 | рекреаційний | 3,5% | 1% |
| 2 | замковий | 2,0% | 1% |
| 3 | релігійний | 0,5% | 0,5% |
| 4 | гастрономічний | 0,2% | 5,4% |
| 5 | діловий | 6,1% | 2,2% |

Матриця БКГ для видів туризму в Чернігівській області представлена на рис. 3.3.

**Зірки Знаки питання**

Діловий туризм Релігійний

**Дійні корови Собаки**

Рекреаційний Гастрономічний

Замковий

Зростання попиту

Низьке Високе

Висока Низька

Відносна частка ринку

Рис. 3.3. Матриця Бостонської консалтингової групи

Галузь, що розвивається, утримує в топі "зірки" – вона приносить значні прибутки, але потребує великих фінансових вкладень для подальшого зміцнення. Ці сектори вимагають постійного удосконалення та збереження. Один із таких напрямків у туристичній галузі Чернігівської області – це розвиток ділового туризму.

У зрілій галузі "активні корови" утримують лідерство, забезпечуючи значно більший прибуток, ніж необхідно для підтримки їхньої частки на ринку. Туристичні напрямки Чернігівської області включають рекреаційний та замковий туризм. Для "активних корів" важливий аспект – це ефективний контроль за капіталовкладеннями.

"Сумнівні перспективи" представляють собою невелику долю на ринку в галузі, яка розвивається. Щоб збільшити свою частку або зберегти конкурентоспроможність, підприємства потребують значних інвестицій, але тільки якщо це перспективно для успішної конкуренції на ринку. До цієї категорії туристичних напрямків Чернігівської області відноситься релігійний туризм. "Спірні спадкоємці" потребують спеціального аналізу, щоб визначити, чи можуть вони стати "зірками" за умови додаткових капіталовкладень.

"Собаки" або "невдахи" представляють собою обмежений обсяг реалізації в галузі, яка перебуває у стані зрілості або поступової консолідації, і знаходиться на етапі спаду. На цьому етапі видно можливий вихід, який може бути або в виході з ринку, або в переході на вузькоспеціалізований сегмент. Гастрономічний туризм є прикладом такого напрямку. Зазначено, що уникнення "неудачників" є бажаним, якщо немає конкретних обґрунтованих причин для їхнього збереження.

Характеристикою матриці "McKіncey" - "General Electrіc" є можливість застосування її на різних етапах життєвого циклу попиту в умовах різної конкуренції. Рейтинги привабливості галузі варіюються від одиниці - низька привабливість (слабкі конкурентні позиції) до п'ять - висока привабливість галузі (дуже сильна конкурентна позиція). Для оцінки використовується трійка для середніх значень ключових параметрів.

Квадрант А (висока привабливість ринку – слабка конкурентоспроможність). Характерний стан для туристичних підприємств, які виходять на ринок з новим товаром. Застосовують стратегію селективного, тобто вибіркового зростання. Іншими словами – інвестування перспективного бізнесу, чи виходу з ринку, якщо новий товар не має майбутнього з точки зору конкурентоспроможності.

Сектор Б (висока привабливість ринку – сильна конкурентоспроможність) відображає найбільш вигідну позицію у сфері бізнесу. Оптимальна стратегія полягає у активному рості, тобто в інвестуванні та підвищенні ефективності бізнесу.

Сектор В (низька привабливість ринку – висока конкурентоспроможність) вказує на необхідність обрати стратегію мінімальних ризиків та збереження позицій без додаткових витрат.

Сектор Г (низька привабливість ринку – низька конкурентоспроможність) описує найменш вигідну ситуацію для бізнесу. Тут вибирається стратегія десинвестиційних заходів.

Важливою складовою даного етапу є оцінка привабливості галузі (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

**Оцінка привабливості галузі релігійного туризму в Чернігівській області**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерії | Вага | Оцінка | Зважена оцінка |
| Розмір ринку | 0,3 | 5 | 1,5 |
| Темпи зростання ринку | 0,05 | 3 | 0,15 |
| Конкурента ситуація | 0,15 | 3 | 0,45 |
| Рівень цін | 0,1 | 4 | 0,4 |
| Прибутковість | 0,3 | 5 | 1,5 |
| Технологічний рівень | 0,1 | 5 | 0,5 |
| Сумарна зважена оцінка | 1 |  | 4,5 |

Дані табл. 3.3 свідчать про те, що галузь релігійного туризму Чернігівській області достатньо перспективна, адже сумарна зважена оцінка становить 4,5, що є досить високим показником.

Проведемо оцінку сильності конкурентної позиції за подібною процедурою, як описано на попередньому етапі. Це дозволить отримати вагому оцінку або рейтинг конкурентної позиції релігійного туризму в Чернігівській області. (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

**Оцінка конкурентоспроможності релігійного туризму в Чернігівській області**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерії | Вага | Оцінка | Зважена оцінка |
| Частка ринку за сегментами | 0,2 | 5 | 1,0 |
| Конкурентоспроможність | 0,05 | 4 | 0,2 |
| Асортимент продукції | 0,2 | 4 | 0,8 |
| Ефективність системи маркетингу | 0,15 | 3 | 0,45 |
| Прихильність покупців | 0,25 | 5 | 1,25 |
| Капіталовкладення | 0,15 | 4 | 0,6 |
| Сумарна зважена оцінка | 1 |  | 4,3 |

Заносимо результати аналізу до матриці (рис. 3.4).

В

Селективне зростання

А

Деінвестування

С

Агресивне

зростання

D

Низька активність

Висока

Середня

Низька

Привабливість галузі

Низька

Середня

Висока

Конкурентоспроможність

Рис. 3.4. Матриця «McKіncey» – «General Electrіc».

Отже, галузь релігійного туризму в Чернігівській області є привабливою (за аналізом основних критеріїв) та оцінена значенням – 4,5 балів. Конкурентні позиції галузі релігійного туризму в Чернігівській області є досить сильними (оцінка – 4,3 балів).

Релігійний туризм в Чернігівській області потрапляє в зону С – агресивного зростання (висока привабливість – сильна конкурентоспроможність) – це є найвигіднішим положенням для нього, аналогічне «зіркам» в матриці Бостонської консультаційної групи. Потрібно обрати стратегію втримування, а саме зосередитись на активізації реклами, ціновій політиці, направити всі сили на зниження цін та розширення ринку.

Проведемо SWOT-аналіз конкурентних позицій Чернігівської області на ринку релігійного туризму для виявлення найсильніших та найслабших факторів його розвитку (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

**SWOT-аналіз конкурентних позицій Чернігівської області**

**на ринку релігійного туризму**

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильні сторони** | **Можливості** |
| 1. Історична та культурна спадщина міста Чернігова, що має велику давність та унікальність. 2. Вигідне геополітичне положення міста, що може сприяти розвитку туризму. 3. Високий транспортний потенціал через розташування на перетині транспортних магістралей. 4. Наявність розвиненої туристичної інфраструктури, зокрема готелів та ресторанів, що може забезпечити комфорт туристів. 5. Перспективи для розвитку різноманітних видів туризму в майбутньому. 6. Підвищення конкуренції між туристичними операторами, що може стимулювати подальший розвиток туристичного сектору. | 1. Пропагування України на інших континентах, у тому числі української кухні, для залучення уваги та інтересу до країни. 2. Сприяння розвитку внутрішнього туризму для підтримки внутрішнього економічного росту та сприяння місцевим подорожам. 3. Вдосконалення та розвиток людських ресурсів у сфері туризму для підвищення якості послуг та професійного розвитку персоналу. 4. Покращення рівня обслуговування туристів для створення комфортного та приємного досвіду від подорожей. 5. Оптимізація державної туристичної політики для створення сприятливих умов для розвитку туристичного сектору. 6. Використання економічних та правових інструментів для успішного функціонування туристичного бізнесу. 7. Залучення інвестицій для розвитку туристичної інфраструктури для поліпшення умов перебування та зручностей для туристів. 8. Покращення екологічної ситуації у місті для створення здорового та приємного середовища для туристів та місцевих мешканців. 9. Розроблення нових туристичних маршрутів та видів подорожей для розширення різноманітності туристичних пропозицій. 10. Застосування стратегій для зниження цін на тури для забезпечення доступності подорожей для більш широкого кола осіб. |
| **Слабкі сторони** | **Загрози** |
| 1. Нестійка якість туристичного обслуговування, що породжує нестабільність у рівні сервісу. 2. Застаріла туристична інфраструктура, що не відповідає міжнародним стандартам якості та потребам сучасних подорожуючих. 3. Недоліки у транспортній інфраструктурі міста, погана якість транспортних послуг, дорожня інфраструктура потребує удосконалення, що призводить до заторів та нестабільності в перевезеннях. 4. Відсутність загальнонаціональної туристичної інформаційної системи, що унеможливлює зручний доступ до повної інформації для туристів. 5. Відсутність чіткого туристичного образу України, що перешкоджає формуванню впізнаваного образу країни у туристичному світі. | 1. Негативні події, такі як анексія Криму та конфліктні ситуації в Україні, створюють нестабільність у політичному середовищі, що відлякує значну кількість потенційних туристів. Окремі країни включили Україну до червоної зони та не рекомендують своїм громадянам відвідувати її. 2. Техногенні катастрофи та проблеми забруднення повітря підірвали сприятливість середовища для туризму. 3. Існує ймовірність підвищення цін на тури внаслідок внутрішніх та зовнішніх факторів. 4. Розвиток сфери туризму в сусідніх країнах призводить до конкуренції та зменшення інтересу до відвідування України. |

Аналіз SWOT релігійного туризму у Чернігівській області показує внутрішні позитивні та негативні аспекти, а також зовнішні можливості та загрози, що впливають на його розвиток. Наприклад, сильні сторони цього виду туризму тут - це велика та вишукана історична та культурна спадщина, вигідне геополітичне положення, розвинений транспорт, наявність готелів і ресторанів, можливості для різноманітних форм подорожей, а не лише релігійних.

Але є й слабкі сторони: низька якість туристичних послуг, застаріла інфраструктура, яка не відповідає європейським стандартам, проблеми у транспорті тощо.

У той же час, можливості розвитку релігійного туризму полягають у підвищенні внутрішнього туризму, поліпшенні обслуговування туристів, збільшенні екологічної чистоти місцевості, створенні нових маршрутів та зниженні цін на подорожі до релігійних об'єктів.

Очевидно, що основною загрозою для розвитку релігійного туризму в Чернігівській області є нестабільна політична обстановка. Події, пов'язані з конфліктами, відлякують багатьох туристів. Деякі країни включили Україну до червоного списку та відмовляють своїм громадянам у візиті сюди. Крім того, техногенні катастрофи, забруднене повітря, можливе підвищення вартості турів та розвиток туризму в сусідніх країнах також можуть негативно впливати на ситуацію.

Далі буде проведено аналіз конкурентної позиції ринку релігійного туризму в Чернігівській області порівняно з іншими містами-конкурентами. Для цього здійснювалось опитування серед працівників туристичних компаній, що надають послуги з туризму, з метою оцінки діяльності цих фірм на ринках туризму Києва, Львова та Полтави. Оцінювання проводилося за допомогою бальної шкали (від 1 до 10 – максимальна оцінка).

Результати експертного опитування були занесені в табл. 3.6.

Таблиця 3.6

**Профіль діяльності міст-конкурентів**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | | Львів | | | | | | | | | | Полтава | | | | | | | | | | Київ | | | | | | | | | | |
| оцінка, в балах | | | | | | | | | | оцінка, в балах | | | | | | | | | | оцінка, в балах | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 1 | 2 | | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1. Частка ринку | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. Кількість турів | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. Темп росту | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4. Обсяги продажу | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5. Кількість фірм на ринку | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6. Розвиток інфраструктури | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7. Ширина асортименту | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8. Ціна туру | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9. Адаптивність каналів збуту | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10. Рівень задоволеності клієнтів | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11. Додаткові послуги | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 12. Система бронювання | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 13. Рекламні заходи | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 14. Якість обслуговування | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15. Транспортна доступність | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 16. Стимулювання збуту | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 17. Забезпеченість персоналом | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 18. Імідж міста | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Разом балів: | | 113 | | | | | | | | | | 78 | | | | | | | | | | 109 | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

За середнім значенням факторів конкурентоздатності міст будуємо «багатогранник конкурентоздатності» для кожного міста.

Визначимо показник рівня конкурентоздатності Чернігівської області щодо міст-конкурентів як відношення площ «багатогранника конкурентоздатності» даного міста до площі «багатогранника конкурентоздатності».

S Чернігів (6,9\*6,0) + (6,0\*6,8) + (6,8\*6,3) + (6,3\*6,9)=168,51

S Київ (7,7\*4,0) + (4,0\*5,3) + (5,3\*7,5) + (7,5\*7,7) =149,5

Проведемо оцінку показників = 168,51/149,5=1,13

S Київ (7,7\*4,0) + (4,0\*5,3) + (5,3\*7,5) + (7,5\*7,7) =149,5

S Полтава (6,7\*4,5) + (4,5\*5,5) + (5,5\*6,3) + (6,3\*6,7) 131,76

Проведемо оцінку показників = 149,5/131,76=1,13

В табл. 3.7 було зведено дані по факторам конкурентоздатності Чернігівської області та міст-конкурентів.

Таблиця 3.7

**Аналіз конкурентоздатності по балах**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Фактори конкурентоздатності  підприємства | | Бальна оцінка фірм | | | |
| Чернігів | | Київ | Полтава |
| 1 | | 2 | | 3 | 4 |
| 1. Продукт | | | | | |
| Якість | 7 | | 9 | | 8 |
| Престиж послуги | 5 | | 8 | | 6 |
| Дата | 9 | | 9 | | 9 |
| Термін дії | 9 | | 9 | | 8 |
| Унікальність | 5 | | 6 | | 6 |
| Результативність | 5 | | 6 | | 5 |
| Надійність | 8 | | 7 | | 6 |
| Сума балів | 48 | | 54 | | 47 |
| Середній бал | 6,9 | | 7,7 | | 6,7 |
| 2. Ціна | | | | | |
| Прейскурантна | 7 | | 4 | | 5 |
| Відсоток знижки із ціни | 7 | | 3 | | 4 |
| Строк платежу | 6 | | 5 | | 5 |
| Умови кредиту | 4 | | 4 | | 4 |
| Сума балів | 24 | | 16 | | 18 |
| Середній бал | 6,0 | | 4,0 | | 4,5 |
| 3. Канали збуту | | | | | |
| Ступінь охоплення ринку | 6 | | 2 | | 7 |
| Прямі канали | 8 | | 4 | | 5 |
| Непрямі канали | 8 | | 4 | | 5 |
| Наявність філій | 7 | | 7 | | 5 |
| Форми збуту: |  | |  | |  |
| турагенти | 7 | | 8 | | 6 |
| туроператори | 5 | | 7 | | 5 |
| Сума балів | 41 | | 32 | | 33 |
| Середній бал | 6,8 | | 5,3 | | 5,5 |
| 4. Просування продуктів на ринку | | | | | |
| Реклама | 5 | | 8 | | 7 |
| Індивідуальний продаж | 9 | | 7 | | 6 |
| Піар-акції | 7 | | 7 | | 6 |
| Згадування в ЗМІ | 4 | | 8 | | 6 |
| *Сума балів* | 25 | | 30 | | 25 |
| *Середній бал* | 6,3 | | 7,5 | | 6,3 |
| РАЗОМ СУМА БАЛІВ | 138 | | 132 | | 123 |

Таким чином, Чернігівська область в 1,13 рази має більший показник конкурентоспроможності, ніж Київ, а Київ в 1,13 разів має більш високий показник конкурентоспроможності, ніж Полтава.

Чернігівська область має найкращі показники за характеристиками ціною туристичного продукту, та каналами збуту – 6,0 та 6,8 відповідно. Натомість гірші показники Чернігова має за такими показниками як продукт та просування продукту на ринку – 6,9 та 6,3 відповідно. Тому з метою покращення цих складових конкурентоздатності м. Чернігів на ринку туризму, необхідно розробити відповідні заходи.

## 3.3. Характеристика сучасного стану релігійного туризму в Чернігівській області

В Чернігівській області найбільш чисельні православні конфесії, зокрема Українська православна церква Київського патріархату і Українська православна церква Московського патріархату. Релігійні громади обох конфесій розміщуються по території області нерівномірно. Українська православна церква Московського патріархату найбільш чисельна і вона має найбільший вплив на просторове розміщення релігійних громад в цілому, тому карта розміщення релігійних громад Української Православної церкви Московського патріархату майже ідентична з картою розміщення релігійних громад Чернігівської області.

Українська православна церква Київського патріархату представлена не в усіх районах Чернігівської області і більшість її громад знаходиться в межах Чернігова, Ніжина, Прилук і їх районах, а також в Козелецькому районі, який межує з Київською областю.

Кількість православних християнських релігійних громад більша від кількості неправославних християнських релігійних громад. Розміщення православних християнських релігійних громад також майже ідентичне з розміщенням релігійних громад Української православної церкви Московського патріархату, адже кількість громад останньої в 4 рази більша, ніж кількість релігійних громад Української православної церкви Київського патріархату.

Неправославні християнські релігійні громади також розміщуються більшою мірою в Чернігові, Ніжині, Прилуках і їх районах, а також в Козелецькому районі, що свідчить про те, що чим більша кількість населення, тим більша кількість неправославних релігійних громад.

Нехристиянських релігійних громад в Чернігівській області небагато і розміщуються вони у великих містах (Чернігів, Ніжин, Прилуки) або в невеликих містах, де в часи Російської імперії проживали представники даних конфесій.

Релігійні сакральні простори в Чернігівській області використовує у своїй діяльності невелика кількість туристичних компаній. При цьому задіяні переважно сакральні простори Чернігова, Ніжина і Новгород-Сіверського.

Чернігівська обласна асоціація сільського зеленого туризму проводить наступні тури:

«Сіверянські обереги»: Новгород-Сіверський (Спасо-Преображенський монастир і храми), Дробишево, Путивськ, Мезин, Радичів, а також Мурав’ї, Камінь, Пушкарі;

«Зеленими стежками»: Седнів (Геогргіївська церква), Чернігів (Боросо-Глібський собор, Катерининська церква, Спасо-Преображенський собор та ін.), Брусилів;

«Перлини Придесення»: Чернігів (Свято-Троїцький собор, Антонієві печери, Катерининська церква), Мена, Сосниця (Покровська церква), Новгород-Сіверський (Спасо-Преображенський монастир);

«Шляхами давнини»: Чернігів (Єлецький монастир, Антонієви печери), Густинський монастир, Ічня, Качанівка, Сокиринці, Тростянець;

«Княжий град»: екскурсія по Чернігову і його храмах.

Організаторами туристичних маршрутів, які включають релігійні сакральні простори є й державні установи. Головне управління культури, туризму і охорони навколишнього середовища Чернігівської облдержадміністрації організовує тури по релігійних сакральних просторах Чернігова. Відділ культури і туризму Коропської райдержадміністрації пропонує екскурсії до Рихлівського Свято-Миколаївського монастиря, а також тури «Древності Сіверщини» (відвідування Козельця, Чернігова, Седнева, Новгород-Сіверського, Коропа, Мезина, Батурина й Ніжина) і «Скарби північної столиці» (екскурсія по Чернігову). Основою цих турів є маршрути по релігійним сакральних об’єктах.

Організацією турів у Чернігівській області, які включають і відвідування релігійних сакральних просторів, займаються й столичні туристичні фірми. Такими фірмами є Інформаційний центр «Полісся», яка організовує одноденні виїзди до Чернігова, Новгород-Сіверського, Батурина, Козельця, Ніжина і Коропа, а також Київське туристичне агентство «Terra incognita», яке проводить тури: «Остерщина» (Собор Різдва Богородиці в Козельці, Данівський Георгіївський монастир, храми XVIII століття в Козелецькому районі), «Сіверщина» (церкви і монастирі Козельця, Чернігова, Новгород-Сіверського і Батурина).

Також Київське туристичне агентство «Terra incognita» пропонує окремий паломницький тур «Святині Чернігово-Сіверської землі».

Часом місця, де були важливі релігійні об’єкти, взагалі не задіюються в релігійній діяльності чи туризмі. Це притаманно для зруйнованих Максаківського і Макошинських монастирів в Менському районі. На місці деяких церков, які були зруйновані в роки радянської влади, зараз з’явилися магазини, клуби чи тваринницькі ферми.

Про розвиток туризму в Чернігові говорять протягом усіх років існування України. Є певні зміни, але, мабуть, вони не відбуваються настільки швидко, як могли б, особливо для такого давнього міста над річкою Десною, яке може приймати тисячі туристів з України та з-за кордону, включаючи паломників.

Система обліку туристів є неповною, і кожна організація має власні дані про гостей Чернігова. Наприклад, у відділі культури і туризму Чернігівської міської ради зазначають, що у 2021 році до Чернігова завітали майже півмільйона туристів. Ці вражаючі цифри базуються на інформації Національного архітектурно-історичного заповідника "Чернігів стародавній", який спирається на дані про екскурсійне обслуговування.Натомість, у Головному управлінні статистики в області в аналізі «Туристичні потоки 2004-2021» вказують, що у Чернігові через туроператорів і турагентів у 2004 році обслуговано тільки 12 тис. туристів, у 2019 році – 7 тис., у 2021 році – 16 тис. З них іноземців – 300 (у 2004 році), а найбільше – 3500-3700 (у 2010-2012 роках).

У попередніх туристичних програмах для міста Чернігова акцентувалася релігійна чи паломницька подорож. Однак у поточній програмі такі згадки відсутні. Зазначається, що головною метою Програми розвитку туризму та популяризації Чернігова є реалізація Стратегії розвитку туризму та популяризації міста протягом 2021-2025 років. Також визначено завдання створення конкурентоспроможного туристичного продукту, збільшення туристичних потоків та перетворення туризму на одну з найбільш прибуткових галузей економіки Чернігова. Це, в свою чергу, має призвести до значного внеску у соціально-економічний розвиток міста через збільшення доходів бюджету через податки та валютні надходження, залучення інвестицій, а також зростання кількості робочих місць та інших аспектів. Однак, висновки щодо успішності створення конкурентоздатного туристичного продукту чи збільшення туристичних потоків у реальності досі важко зробити, оскільки цей процес триває.

На рівні області було формально розроблено три маршрути для паломницького туризму, проте лише один із них асоціюється із Черніговом – маршрут "Чернігів – Седнів – Чернігів". Деталі про цей маршрут можна знайти на веб-сайті Департаменту культури і туризму, національностей та релігій Чернігівської обласної державної адміністрації.

## 3.4. Перспективи розвитку релігійного туризму в Чернігівській області .

Незважаючи на всі перепетії в політиці та економіці протягом останніх років, сфера туризму виявилася надзвичайно живою в Україні, без залучення значних державних субсидій стабільно розвиваючись. Спостерігається постійне збагачення туристичних пропозицій, народження нових туристичних напрямків та розширення географії подорожей тощо. Особливі можливості відкриваються для Чернігівської області у сфері релігійного туризму, оскільки Україна виступає духовним центром для численних світових релігій і віровчень. Це дає можливість як українцям вдома, так і іноземцям, які приходять сюди з різних країн, розвивати свою духовність, сприймати світ на більш високому духовному рівні. При цьому зростає як число внутрішніх паломників, так і іноземних прихильників, які дотримуються різних духовних учень і шкіл, відвідують семінари й тренінги, спрямовані на духовний розвиток і самопізнання людини [2].

Закономірно, що протягом останніх кількох років відзначається формування туристичних компаній, які спеціалізуються на організації релігійних та паломницьких турів. Також виникають служби для паломників, які організовані при монастирях, церквах та інших релігійних установах.

Таким чином, в Україні, країні з глибокими традиціями релігійного паломництва та поваги до вірувань, існує активна необхідність розвитку цієї сфери. Стан справ на сьогоднішній день залишає бажати кращого, здійснено лише 3% від обсягу можливостей [41, с. 139]. Є кілька проблем, що стоять перед українським урядом, науковцями та релігійними організаціями: проблема формування термінологічної бази (підготовка словників і довідників);

* термінологічна база (створення словників);
* теоретико-методичні основи релігійного туризму;
* оцінка стану сакрально-туристичних ресурсів;
* методика оцінки сакральних об’єктів;
* визначення сакрально-туристичної привабливості;
* сакрально-туристичне районування;
* попит на сакрально-туристичні послуги;
* розробка та реалізація сакрального продукту;
* підготовка фахівців для управління релігійним туризмом;
* програма розвитку релігійного туризму;
* туристична інфраструктура;
* громадський порядок в місцях паломництва;
* реклама та просування релігійного туризму;
* управління релігійним туризмом;
* обмежена кількість туроператорів для релігійних подорожей тощо. [46, с. 84-85].

Ігнорувати наведені проблеми не можна в силу великого значення релігійного туризму та економічного ефекту, який він несе. Так, завдяки розвитку релігійного туризму можна істотно поліпшити економічну ситуацію в окремих регіонах України, залучити інвестиції та капітал зарубіжних партнерів, розширити кількість робочих місць, консолідувати націю, налагодити тісні міжкультурні зв’язки з іншими країнами тощо.

Враховуючи неоціненний потенціал Чернігівської області у сфері розвитку релігійного туризму, за для вирішення проблем, окреслених вище, вбачається необхідним розроблення шляхів вдосконалення обслуговування туристів, які подорожують із релігійною метою. Так, серед першочергових заходів можна виділити:

1. Розвиток галузі туризму, пов'язаний з рівнем релігійного туризму, залежить від інфраструктури, зокрема шляхи сполучення, місця проживання, медичні заклади та торгові центри.
2. Покращення правового регулювання та обліку релігійного туризму. У 2017 році під час конференції в ЮНВТО у Фатімі було вирішено питання стосовно обліку. Світова туристична спільнота визначила збір даних про релігійних туристів та їхній досвід як пріоритет для оцінки цієї форми подорожування.
3. Спрощення оформлення документів для релігійних та паломницьких подорожей через кордон.
4. Відкритість об'єктів релігійного туризму для культурно-пізнавальних відвідувачів.
5. Нагальними є спільні зусилля влади різних рівнів і релігійних конфесій, яким належать об’єкти культурно-історичної спадщини, щодо підтримання їх у належному матеріальному стані. Особливо, якщо ці об’єкти мають статус пам’яток місцевого чи загальнонаціонального значення.
6. Реалізація спеціальних програм, фінансування яких має бути диверсифікованим та з обов’язковим залученням коштів місцевих громад. Тому співпраця релігійних конфесій та влади має мати системний та комплексний характер і стимулювати їх активність та ініціативність у плані розвитку релігійного туризму.
7. Враховуючи, що основна перспектива в збільшенні обсягів туристичних потоків релігійного туризму вбачається саме в розвитку релігійно-пізнавального його підвиду, то конче необхідним є створення належних умов для прийняття та обслуговування такого виду відвідувачів, які висувають достатньо високі вимоги до комфорту та сервісу. Тому виникає потреба у створенні при монастирях, обителях, скитах тощо спеціальних закладів розміщення, організації та впровадженні атрактивних заходів (наприклад, спеціальних тематичних вечорів, бієнале, вернісажів на спеціальну релігійну тематику, циклу послідовних фестивалів церковного мистецтва, музики тощо).
8. Нагальною є також потреба системної маркетингової кампанії стосовно промоціювання потенційних можливостей об’єктів релігійного туризму. Мова йде не лишень про спеціальні тематичні відеоролики, фільми, статті в друкованих та електронних засобах масової інформації. Важливим є створення та втілення системи дорожнього сповіщення з розробкою знаків спеціального інформативного характеру, які повідомляли б, які саме об’єкти релігійного чи культурно-пізнавального туризму знаходяться в конкретному населеному пункті.
9. Важливим та необхідним є використання новітніх інформаційних технологій у туристичній галузі в контексті їх застосування щодо об’єктів релігійного туризму. Для прикладу, технологію QR-кодів, які дозволяють отримати необхідну інформацію про конкретний об’єкт на пристрій стільникового телефону.
10. Не менш важливим заходом є проведення обліку, створення реєстру та картографування об’єктів релігійного туризму. При цьому, такі карти можуть використовувати і паломники, і туристи, які подорожують з пізнавальними цілями, так і єпархіальні управління.
11. Розробка нових, цільових маршрутів для вітчизняних та зарубіжних туристів з урахуванням конфесійних карт регіонів України.
12. Стимулювання розвитку підприємницьких структур у сфері релігійного туризму.
13. Залучення вітчизняних та закордонних інвестицій за для розвитку матеріальної бази туристичної галузі шляхом реконструкції та підтримки стану пам’яток архітектури як об’єктів релігійного туризму, будівництво нових місць розміщення.
14. Вдосконалення системи освіти та професійної підготовки кадрів для сфери релігійного туризму.
15. Гармонізація соціального та суспільного життя, відродження інтересу до рідної країни, вирішення питань збереження історико-культурної спадщини та захист довкілля.

Активна та різноманітна рекламна стратегія, крім участі у туристичних виставках, випуску обмежених буклетів, не реалізується містом. Пошук в системі Google, зокрема паломницького туризму, виводить релігійні сайти, але жоден із них не асоціюється з Черніговом. У храмах інших міст, наприклад, Одеси або Івано-Франківська, можна знайти анонси та запрошення до святих місць Чернігова. Протилежно, в Чернігові не всі відомі святині місцевих храмів, унікальні чудотворні ікони та мощі чернігівських святих. Зазвичай доводиться чути про "храм з етикеткою Чернігівського пива" біля старовинного Спаського собору, побудованого у 11 столітті.

Більшість паломницьких подорожей – одноденні, оскільки місто не має відповідних закладів для перебування та харчування паломників. Ініціативи вже були – у 2015 році відкрився перший хостел поблизу Троїцького собору. Ці заклади надають мінімальний комфорт та мають доступні ціни.

Суттєву роль у розвитку релігійного туризму відіграє стан пам'яток, їх презентабельність та збереження. Чернігівські храми активно використовуються, але благоустрій території поруч з ними потребує уваги місцевої влади.

Отже, тільки спільна та цілеспрямована праця органів влади на всіх рівнях, представників релігій, громадських організацій, наукових установ та всіх зацікавлених сторін принесе очікуваний результат і розкриє нові можливості для Чернігівської області:зростання кількості туристів з інших держав світу за рахунок підтримки держави й інформаційно-роз’яснювальної роботи за кордоном;

* збільшення туристів з-за кордону шляхом активної роботи на міжнародному рівні та інформаційних кампаній за межами країни;
* розширення релігійних центрів та їх обслуговування;
* набуття статусу світового релігійного центру збереженням культурно-сакральної спадщини та вільним доступом для іноземних паломників;
* внесення змін до законодавства про туризм для розвитку релігійного туризму та упорядкування діяльності його організаторів;
* створення реєстру ключових релігійних центрів України з описом пам’яток, маршрутів та необхідної інфраструктури;
* об'єднання зусиль туристичних підрозділів для покращення організації релігійних турів;
* зростання прибутків від релігійного туризму завдяки розвитку інфраструктури та сервісних послуг;
* зміцнення співпраці між вітчизняними туристичними фірмами та релігійними організаціями з міжнародними партнерами у галузі релігійного туризму.

Отже, маючи такі переспективи можливості, Україна має об’єктивні можливості стати центром туристів, які подорожують з релігійною метою.

## Висновки до третього розділу

1. Протягом століть Чернігів фігурує як один із значущих духовних центрів України, що підтверджується його багата історія та численні свідки – церкви та храми.
2. В наш час релігійний туризм стає важливою частиною туристичної індустрії. Храми, культові музеї та духовні центри – об'єкти, що набувають популярності з року в рік.
3. На ринку туристичних послуг виникають компанії, які спеціалізуються на організації релігійних та паломницьких подорожей. На жаль, у Чернігові цей сегмент розвивається повільно та існує не завдяки, а скоріше незважаючи на недостатню підтримку влади, що свідчить про те, що успішний розвиток цієї галузі залежить від єднання зусиль влади, громадськості, місцевих підприємств та, у даному випадку, релігійних організацій.

## ВИСНОВКИ

Відповідно до поставленої мети у даній роботі було окреслено проблеми та перспективи розвитку релігійного туризму в Чернігівській області. За результатами проведеного дослідження зроблені наступні висновки.

1. З’ясовано, що релігійний туризм в Україні почав формуватися, ще в часи, коли з’явилися перші православні храми і монастирі. На відміну від паломництва, він має пізнавальну наукову спрямованість. Турист, який здійснює дану поїздку, використовує всю туристську інфраструктуру – здійснює організовані екскурсійні поїздки, селиться в готелях та інших колективних засобах розміщення. Об’єкт релігійного показу відвідуються також під час комбінованих турів, в яких є лише частиною екскурсійної програми.

2. Визначено, що для фахівців галузі туризму надзвичайно важливо не тільки мати навички практичної організації подорожей, а й розуміти, що таке релігія, які мотиви підштовхують людей вирушити в паломництво чи на екскурсію по святим місцям. Ці знання сприятимуть кращому розумінню потреб туристів при створенні і просуванні турпродукту, виділенні цільових сегментів ринку і т. д. Також потрібно мати інформацію про географію релігійних центрів, оскільки саме вони є об’єктами привертання в даному виді туризму.

3. Досліджено, що навіть у складних періодах паломництво не переривалося; воно лише зменшувалося за своїми обсягами через підвищену небезпеку під час подорожі, певний розрив традиційних зв’язків та руйнування організаційних форм паломництва. Починаючи з XIX століття, сформувалася розгалужена система обслуговування прочан, до якої все частіше долучалися підприємницькі заклади, що стало початком розвитку релігійного туризму як на міжнародному, так і внутрішньому рівнях в Україні.

4. Аналіз сучасного стану регіонального туризму в Україні ускладнює відсутність статистичних та аналітичних даних щодо цього виду туризму. Всі наявні дані є оціночними і не відображають реальної картини. Загалом, релігійний туризм може займати важливе місце в туристичній сфері нашої країни.

5. Чернігів протягом століть зберігає свою репутацію одного з важливих духовних центрів України, що підтверджується його довгою історією та різноманітними свідченнями - наявністю храмів і церков.

6. Аналізуючи основні чинники розвитку релігійного туризму в Чернігівській області, виявлено, що його успішними аспектами є велика унікальна історична спадщина, благоприятне географічне розташування, розвинена транспортна мережа, наявність туристичних установ (готелів, ресторанів) та можливість розвитку різноманітних видів туризму, а не лише релігійного. Однак слабкими пунктами релігійного туризму в цій області є низька якість туристичних послуг, несумісність туристичної інфраструктури з європейськими стандартами якості, погана транспортна інфраструктура і так далі. Основні можливості Чернігівської області включають просування України в інших регіонах та континентах, розвиток внутрішнього туризму, покращення обслуговування туристів, збільшення екологічної чистоти міста, створення нових турпрограм, зниження вартості релігійних турів. Найбільшою загрозою розвитку релігійного туризму тут є політична нестабільність, а також можливі техногенні аварії, забруднення повітря та підвищення вартості турів поруч з розвитком сусідніх країн.

7. Релігійний туризм в Чернігівській області в останні роки набуває нових форм релігійно-пізнавального напрямку, такі як, занурення в життя релігійної громади, релігійні круїзи, які, на жаль, не розвинені у Чернігівській області і в Україні загалом.

8. Для створення сприятливих умов розвитку релігійного туризму необхідно вирішувати такі завдання: впровадження ефективного управління туристичною галуззю; розробка нормативно-правової бази релігійного туризму для стимулювання галузі та приваблення інвестицій; сприяння розвитку підприємництва у сфері релігійного туризму; активізація розвитку матеріальної бази туристичної галузі шляхом залучення українських та іноземних інвестицій для реконструкції та підтримки технічного стану архітектурних пам'яток як об'єктів релігійного туризму та створення нових місць проживання; формування умов для розвитку туристичних зон в різних регіонах України шляхом укладання угод в галузі туризму; спільне налагодження соціального та суспільного життя, відновлення інтересу до власної країни, вирішення питань збереження історико-культурної спадщини та охорони навколишнього середовища; створення системи інформаційного супроводу для туристів, реалізація комплексної комп’ютерної та інформаційної системи; проведення активних рекламно-інформаційних заходів для формування туристичного іміджу України та розвитку зацікавленості у релігійних та культурних цінностях різних конфесій; удосконалення системи освіти та професійної підготовки фахівців для релігійного туризму.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безверхнюк Т. М., Бабов К. Д., Бабова І. К. Сталий розвиток туризму: пріоритети для України. *Актуальні проблеми державного управління.* 2019. Вип. 1 (77). С. 23-29.
2. Безверхнюк Т. М. Стан готовності України до створення обсерваторії сталого розвитку курортних дестинацій. *Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України. Спецвипуск*. 2020. С. 113-117.
3. Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України: навч. посіб. Київ: Альтерпрес, 2009. 400 с.
4. Божко Л. Д. Паломництво як соціальна практика мобільності та складова сучасного туризму. *Культура України.* 2014. Вип. 46. С. 171-178.
5. Божук Т. І. Класифікація релігійного туризму. *Географія та туризм.*2018. Вип. 4. С. 81-86.
6. Божук Т. І. Методичні аспекти оцінювання релігійних об’єктів для туристичного використання. *Наукові записки Тернопільського педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Серія географія.* 2019. Вип. 2 (26). С. 90-95.
7. Божук Т. І. Поняття, функції та завдання релігійного туризму. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2020. Вип. 38. С. 37-44.
8. Божук Т. І. Рекреаційно-туристична дестинація для потреб історико-культурного (релігійного) пізнання. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2013. Вип. 43. Ч. 1. С. 150-156.
9. Бордун О. Ю. Теоретичні та прикладні засади дослідження релігійних та паломницьких потоків України. *Географія та туризм.* 2012. Вип. 23. С.73-81.
10. Бордун О. Ю. Релігійний туризм України: тенденції організації в «Ювілейний Рік Божого Милосердя». 2018. URL: <https://www.researchgate.net/publication/328935696_RELIGIJNIJ_TURIZM_UKRAINI_TENDENCII_ORGANIZACII_V_UVILEJNIJ_RIK_BOZOGO_MILOSERDA>
11. Бордун О. Ю. Тенденції релігійного туризму України в рік Божого Милосердя. Zagadnienia religijne і narodowosciowe we wspolczesnych badaniach polskich, slowackich і ukrainskich na terenie Euroregionu Karpackiego: Aspekt historyczny, prawny, socjologiczny, filozoficzny i etyczny. 2017. S. 497-511.
12. Височан О. С. Співвідношення понять «подорожуючий», «відвідувач» і «турист»: міжнародний обліково-статистичний підхід. *Бізнесінформ*. 2013. № 3. С. 200-206.
13. Великочий В. Розвиток релігійного туризму в Галичині: сучасний стан і перспективи. *Карпати: людина, етнос, цивілізація*. 2019. Вип. 3. С. 40-46.
14. Водзінський Є. Є. Структура та історико-культурна цінність ландшафтно-археологічного комплексу Чернігова. Друга Чернігівська обласна наукова конференція з історичного краєзнавства (грудень 1988): тези доповідей. Чернігів-Ніжин, 2013. Вип. ІІ. С. 130-131.
15. Городиський Ю. Я. Геопросторова організація паломництва у Львівській області: дис. … канд. географ. наук 11.00.02 – економічна та соціальна географія. Львів, 2018. 336 с.
16. Городиський Ю. Я. Класифікація паломницьких маршрутів у релігійно-туристичному дослідженні. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Л. Українки. Серія географічні науки.* 2015. № 15 (316). С. 31-35.
17. Доманова Г. Королівські привілеї, царські грамоти та гетьманські універсали Чернігівського магістрату. Місцеве самоврядування та статутне право в Україні: збірка матеріалів. Чернігів, 2013. С. 53-61.
18. Дутчак С. В. Туристсько-рекреаційні ресурси ландшафтів. Чернівці: Родовід, 2014. 196 с.
19. Звіт про мережу церков і релігійних організацій в Україні станом на 1 січня 2021 року Міністерство культури України. Київ, 2022. 45 с.
20. Ковальчук А. С., Рутинський М. И., Манько А. М., Завадовський Т. Б., Каднічанський Д. А. Географія релігійного туризму в Україні. Львів: ТзОВ «Друк Захід», 2016. 454 с.
21. Ковальчук А. С. Географія релігії в Україні: монографія. Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 308 с.
22. Ковальчук А. Формування понятійно-термінологічного апарату релігійного туризму і паломництва. *Вісник Львів. ун-ту. Сер. міжнар. відносини.* 2012. Вип. 29, ч. 2. С. 86-92.
23. Ковальчук А., Каднічанський Д., Рутинський М., Завадовський Т., Манько А. Релігійний туризм в Україні: навч. посібник. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. 420 с.
24. Ковальчук А., Рутинський М., Манько А. Завадовський Т., Каднічанський Д. Географія релігійного туризму в Україні: навч. посібник. Львів: ТОВ Дизайн-Студія «Папуга», 2016. 474 с.
25. Ковальчук А., Манько А. Язичництво в Україні як потенціал для розвитку релігійного туризму. *Вісник Львівського університету. Серія географічна.* 2018. Випуск 52. С. 132-142.
26. Легеза В. М. Поняття та особливості розвитку релігійного туризму. Наукова думка сучасності і майбутнього: шоста міжнародна практично-пiзнавальна iнтернет-конференцiя. 2019. URL: <http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/35-shosta-mizhnarodna-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya>
27. Литвин І. В. Релігійний туризм в Україні (90-і рр. ХХ ст. – сьогодення). [*Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 6: Історичні науки*](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9672786:%D0%A1.6). 2014. Вип. 12. С. 280-287.
28. Любіцева О. О. Напрямки розвитку релігійного туризму в Україні. Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (10-11 жовтня 2001 р., м. Київ). Київ: Знання України, 2002. С. 61-65.
29. Маїло Я. В. Проблеми розвитку релігійного туризму в Україні. Студентська наука в новому тисячолітті: сучасні проблеми громадського харчування, готельного господарства та туризму: матеріали Всеукр. студентської наук. конф. (19-21 квітня 2000 р., м. Київ). Київ: Київський держ. торговельно-економічний ун-т, 2000. С. 119-121.
30. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. М. П. Мальська, М. П. Антонюк. Київ: Вид-во «Знання», 2008. 661 с.
31. Панченко С. А. Релігійний туризм в Україні: стан, потенціал, перспективи. Монографія. Київ: Автограф, 2019. С. 22-24.
32. Панченко С. А. До питання збереження об’єктів пізнавального туризму в Україні. Новітні концепції туризму та сучасна туристична практика: матеріали VIІ Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 17 берез. 2015 р. Київ, 2015. С. 94-97.
33. Паньків Н. Є. Тенденції розвитку релігійного туризму в Карпатському регіоні України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 2, Том 1. С. 77-89.
34. Патійчук В. А. Функціональні особливості організації релігійно-паломницьких турів. *Вісник Східноєвропейського національного університету ім. Л. Українки. Серія географічні науки.* 2015. № 15 (316). С. 24-31.
35. Петрушенко Ю. М. Чинники розвитку міжнародного туризму. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 3. С. 203-208.
36. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу: навч. посіб. Ніжин: Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2010. 336 с.
37. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-р>
38. Устименко Л. М. Історія туризму: навч. посіб. Київ, 2008. 354 с.
39. Устименко Л. М. Релігійний туризм як історико-суспільне явище. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку : Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. 2013. Вип. 19. Т. ІІ. С. 187-192.
40. Ціхановська В. М., Ковальчук С. Я. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів. Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. 2015. Вип. 7. С. 86-89.
41. Цьохла С. Ю. Економічні основи курортної індустрії й перспективи розвитку. *Ученые записки ТНУ им. В. И. Вернадского. Серия: Экономика.* 2018. Т. 21 (60). № 1. С. 286-294.
42. Чередниченко А. О. Розвиток релігійного туризму як шлях до відновлення туристичної галузі в умовах соціально-економічної кризи. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 58. С. 226-232.
43. Швидько Г. К. Цінне джерело з історії Чернігівщини (переписна книга 1666 р.). Перша Чернігівська обласна наукова конференція з історичного краєзнавства: тези доповідей. Чернігів, 2013. С. 54-55.
44. Швидько Г. К. Перший загальний перепис дворів населених пунктів Чернігівського полку 1721 р. Друга Чернігівська обласна наукова конференція з історичного краєзнавства (грудень 1988): тези доповідей. Чернігів-Ніжин, 2013. Вип. ІІ. С. 61-62.
45. Шевченко А. Прогнозування розвитку рекреації в Україні: соціально-економічний еквілібріум. Київ: Університетська книга, 2017. 336 с.
46. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2005. 596 с.
47. Шикеринець В. Релігійний туризм як один із напрямків розвитку туристичної галузі Івано-Франківської області. *Ефективність державного управління : зб. наук. пр.* 2012. Вип. 30. С. 241-246.
48. Юрченко С. Ю. Релігійний туризм у християнстві на сучасному етапі. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2017. Вип. 6. С. 216-220.
49. Юрченко С. О. Міжнародний туризм: навчальний посібник. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2016. 328 с.
50. Які перспективи має релігійний туризм у Чернігові? URL: <https://www.gorod.cn.ua/news/gorod-i-region/93479-jaki-perspektivi-mae-religiinii-turizm-u-chernigovi.html>