

ID користувача:
100011275

Кількість сторінок: 35 Кількість слів: 6951 Кількість символів: 53853 Розмір файлу: 61.80 KB ID файлу: 1014770083

Найбільша схожість: 18.5% з Інтернет-джерелом (<https://ua-referat.com/%D0%A0%D0%B5%D0%BB%D1%96%D0%B3%D...>)

Сторінка 37

Сторінка 38

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

Немає вилучених джерел

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

1

Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»

Інститут філології та масових комунікацій

Кафедра туризму, документних та міжкультурних комунікацій

Допущено

до захисту

Зав. кафедрою

О.А. Степанова

«__» _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему

«ПАЛОМНИЦТВО І ТУРИЗМ В РЕЛІГІЙНИХ ЦІЛЯХ»

за напрямом підготовки 242 «Туризм»

та освітньо-кваліфікаційним рівнем «Бакалавр»

Підготував:

студент 4 курсу групи ТУ-19-1

Василів Роман

Науковий керівник:

Панченко С.А.

Київ 2023 р.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПАЛОМНИЦТВА ТА РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ: ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТЬ, ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТА ТИПОЛОГІЯ

1.1 Теоретичний огляд паломництва та туризму в релігійних цілях, історичний огляд, сучасні тренди та проблеми.

1.2 Релігійні виміри паломництва та туризму, роль релігії у формуванні паломництва та туризму.

1.3 Туристичний потенціал релігійних місць. Розгляд популярних релігійних туристичних напрямків, оцінка економічного впливу паломництва та туризму на розвиток регіонів.

ВИСНОВКИ ДО I РОЗДІЛУ**РОЗДІЛ II АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ПАЛОМНИЦТВА В КОНТЕКСТІ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ.**

2.1 Міжкультурні взаємодії в паломництві та туризмі.

2.2 Релігійна туристична діяльність на прикладі Польщі

РОЗДІЛ III. Паломницькі туристичні маршрути та їхня релігійна значимість.

3.1 Роль паломницьких маршрутів у релігійному туризмі

3.2. Культові маршрути Європи: Паломництва до привабливих католицьких та національних пам'яток

ВИСНОВКИ ДО III РОЗДІЛУ.**ВИСНОВКИ****Список використаних джерел.**

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ПАЛОМНИЦТВА В КОНТЕКСТІ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ.

2.1 Міжкультурні взаємодії в паломництві та туризмі.

У цьому розділі магістерської роботи ми досліджуємо паломницький туризм на прикладі Польщі як приклад релігійного туризму. Релігійний туризм стає все більш популярним в сучасному світі, і Польща є однією з ключових країн, які пропонують цю форму туризму. У цьому розділі ми проаналізуємо розвиток паломницького туризму в Польщі, описуємо основні паломницькі маршрути та відвідуємо місця культового значення. Ми також досліджуємо роль релігійного туризму у розвитку туризму загалом та його вплив на соціально-економічний розвиток регіонів. Для цього ми використовуємо різні джерела інформації, включаючи офіційні статистичні дані, наукові статті та інтерв'ю з експертами. Наш аналіз дозволить нам зрозуміти, як релігійний туризм впливає на культурний, соціальний та економічний розвиток Польщі та його регіонів, а також розкрити потенційні перспективи для подальшого розвитку цієї форми туризму в країні.

Система управління туристичною діяльністю у Польщі сформувалася у пострадянський час, головні її принципи та інститути склалися наприкінці XX – першому десятилітті XXI століття.

У період 1991–1999 центральним органом, відповідальним за діяльність у галузі туризму, було Управління фізичної культури та туризму (UKFiT). Підрозділи муніципальних органів місцевого самоврядування у період були жодним чином включені у створення системи розвитку туризму. Управління одночасно займалося як завданнями стратегічного планування, і безпосереднім управлінням і контролю над діяльністю у сфері туризму. Діапазон його дій знаходився далеко за межами проблем, пов'язаних із туризмом (спорт,

реабілітація, фізична культура), тому прийнята структура управління туризмом не могла бути ефективною.

Глиbokі зміни у центральних органах управління туризмом відбулися 1999 року, коли цю сферу діяльності взяв вiн Департамент туризму, що діє при Міністерстві транспорту та морського господарства. Після чергової реорганізації уряду початку січня 2000 року Департамент туризму перейшов під компетенцію міністерства, відповідального за економіку (Міністерство економіки та праці, нині – Міністерство економіки)²¹. У 2005 р. було утворено Міністерство спорту, до структури якого у липні 2007 р. було включено Департамент туризму зі зміною назви всієї інстанції, яка дотепер діє як Міністерство спорту та туризму.

До завдань Департаменту туризму входять питання вибору політики у сфері туризму, формування та оптимізації механізмів, що регулюють туристичний ринок. В основі управління розвитком туризму лежить прагнення не стільки управляти, скільки координувати діяльність різних суб'єктів економіки та соціальної сфери, що працюють у цій галузі. Напрямки діяльності Департаменту відповідно до ухвалених нормативних актів визначаються таким чином:

- реалізація завдань, пов'язаних з розвитком та просуванням туризму;
- ведення справ щодо поліпшення безпеки туристів;
- розробка, впровадження та моніторинг програм, пов'язаних з економікою туризму;
- розгляд питань, пов'язаних зі створенням механізмів регулювання ринку туризму, особливо у сфері підвищення якості, розвитку підприємництва;
- Оцінка функціонування системи захисту прав споживачів туристичних послуг;

- ведення справ, пов'язаних із освоєнням ресурсів, що є в країні, для розвитку туризму;
- ведення справ за дорученням міністра з питань туризму про визнання придбаних у державах-членах ЄС кваліфікацій “екскурсовод”, “керівник туристичної групи” або право на здійснення подібної діяльності;
- ведення справ за дорученням міністра з питань туризму, визначеним законом про туристичні послуги;
- підготовка питань міжнародного співробітництва в галузі туризму, участь у процесі створення європейського права, що має значення для туризму, ведення справ, що впливають із членства Польщі в ЄС;
- здійснення за дорученням міністра з питань туризму нагляду за діяльністю Польської туристичної організації;
- планування та реалізація завдань, пов'язаних із проведенням статистичних досліджень у галузі туризму;
- ведення справ, пов'язаних із членством Польщі у міжнародних туристичних організаціях (зокрема, Всесвітньої організації туризму, Балтійської туристичної комісії, Бюро, Комітеті з туризму ОЕСР, групі з питань туризму Центрально-Європейської Ініціативи);
- ініціювання та підтримка процесу підготовки кадрів для туризму в державній системі освіти, реалізації завдань у галузі навчання та підвищення кваліфікації соціальних та професійних кадрів туризму для їх адаптації до змінних умов туристичного ринку праці;
- ведення справ щодо створення національних кваліфікаційних нормативів у галузі туризму;

- планування та реалізація завдань у галузі науково-дослідних робіт, пов'язаних з туризмом, та поширення їх результатів, співпраця з центрами НДДКР та установами, що готують персонал для туризму.

Департамент туризму не має структурних підрозділів у регіонах, спираючись у своїй діяльності на органи самоврядування, громадські об'єднання та організації.

2.2. Релігійна туристична діяльність на прикладі Польщі

Одну з провідних ролей з управління та координування релігійної туристичної діяльності у Польщі відіграють місцеві органи самоврядування – воєводські, повітові та гміни.

Саме вони обирають пріоритети у розвитку туризму у своєму регіоні, оперують фінансовими коштами, що виділяються з державного бюджету на цю сферу, і самі визначають частку місцевого бюджету, призначену на вирішення завдань у галузі розвитку туризму. Координація діяльності органів самоврядування у сфері туризму здійснюється шляхом розробки програм та проектів, стратегій та інших подібних документів довгострокової та короткострокової дії. У них, як правило, узгоджуються як прагнення та потреби окремих адміністративно-територіальних одиниць, так і всієї країни в цілому.

Головним воєводським органом самоврядування є воєводський сейм, який обирає маршалка. Маршалок та підвідомче йому управління виконує функції виконавчої на рівні воєводства. У структурі управління кожному воєводстві є підрозділ (департамент, відділ чи інший орган), що займається питаннями туризму. Залежно від специфіки воєводства, його потенціалу чи проблем, потребують вирішення, питання туризму можуть поєднуватися коїться з іншими соціальними сферами, зокрема, економікою, культурою, спортом. Завданнями місцевого муніципального самоврядування у новій системі

управління туризмом, сформованої у перше десятиліття **XXI** століття, є підтримка діяльності місцевих туристичних організацій, ініціювання, оцінка та підтримка планів розвитку та модернізації туристичної інфраструктури, створення місцевих туристичних продуктів, удосконалення кадрів для потреб сфери туризму, а також проведення маркетингових досліджень та аналізу в галузі туризму.

У Підляському воєводстві координацію діяльності у сфері туризму здійснює Департамент зі спорту та туризму, що входить до маршалківського управління. У його компетенції знаходяться питання, що стосуються розвитку туризму не лише на рівні всього воєводства, але також і допомога у вирішенні конкретних проблем або підтримка інновацій у цій сфері на локальному рівні, включаючи окремі повіти та гміни. О. Панасюк та Д. Шостак виділяють такі напрямки роботи регіональних органів з управління туристичною діяльністю:

- розвиток туристичної та паратуристичної інфраструктури;
- формування нових форм туризму та туристичних продуктів;
- Просування туристичних послуг, реклама;
- Створення та розвиток системи туристичної інформації;
- Охорона туристичного потенціалу регіону;
- активізація локальних громад;
- Забезпечення співпраці суб'єктів локального самоврядування з суб'єктами туристичного бізнесу;
- співробітництво суб'єктів локального самоврядування на рівні воєводства та повіту;
- Співпраця у рамках єврорегіонів. Гміна – головна одиниця місцевого самоврядування. Вона займає центральне становище серед інших одиниць

самоврядування, і саме з гмінами пов'язане виконання всіх основних громадських завдань, покладених на територіальне самоврядування, зокрема розвиток туризму та формування туристичного продукту. Гміна має статус юридичної особи, має у своєму розпорядженні власні фінанси і право розпоряджатися муніципальною власністю, що знаходиться на її території. Саме гміна, її мешканці через обране ними правління визначають напрям, темпи, форми та способи туристичної діяльності у цій місцевості.

Повітові органи виконують роль координаторів, здійснюють зв'язок між окремими гмінами, організують взаємодію гмін для вирішення проблем та завдань, важливих для всього повіту.

На території Підляського воєводства знаходиться на 2019р. 118 гмін, у тому числі права гмін мають три міста, які володіють також статусом окремого повіту – Білосток, Ломжа та Суwalkи. У воєводстві 17 повітів, у тому числі три міські та 14 земських. Не в кожній гміні чи повіті Підляського воєводства туризм перебуває серед пріоритетних напрямів соціально-економічної сфери. Найактивніше він розвивається там, де є значний історико-культурний чи природний потенціал, де є ресурси, специфічні умови, дозволяють розвивати цю галузь. Найбільш активно працюють у туризмі гміни та повіти, територія яких знаходиться у басейні Августівського каналу та прилеглих до нього резерватів природи (Августівський повіт, гміна Августів); чиї землі розташовані в Біловезькій пущі та її околицях (Хайнувський повіт, гміна Біловежа). Туризм є важливою галуззю економіки в гмінах, біля яких перебувають прикордонні переходи (гміна Кузниця). Однак відсутність багатого природного чи історико-культурного потенціалу не закриває локальним суспільством шлях для розвитку туризму: у такому разі ставка робиться на оригінальний туристичний продукт на підставі, зокрема, особливостей регіональної кухні (Монецький повіт), унікальної місцевої традиції, створеного цікавого туристичного маршруту та ін.

Основні напрями розвитку туризму в країні визначаються стратегічною програмою, що розробляється

Департаментом з туризму міністерства спорту та туризму; їх конкретизація та адаптація до умов конкретного воєводства здійснюється у перспективних планах, стратегіях та інших документах, що приймаються у кожному воєводстві. Ці стратегічні програми та плани співвідносяться з бюджетом воєводства. Надалі гміни, плануючи власну діяльність у галузі розвитку туризму, орієнтуються на пріоритети, визначені цією стратегією та квотами, зазначеними у бюджеті.

Стратегічні плани розвитку туризму враховують як власне потреби цієї галузі, а й у інших галузях економіки, у сфері, тісно пов'язані з туризмом. Метою таких стратегічних програм є забезпечення збалансованого розвитку соціальної, економічної та культурної складових життя суспільства, збереження природного багатства та здоров'я населення. Так, у національній Програмі розвитку туризму на 2015–2020рр. як ключове завдання було визначено посилення розвитку інновацій та конкурентоспроможності туристичної галузі шляхом підтримки перспективних туристичних підприємств, організацій та установ. Пріоритетами у реалізації цього завдання було визначено:

- забезпечення високого рівня менеджменту та послуг шляхом адаптації для потреб туристики та галузей, з нею пов'язаних, нових інтернет-технологій, у тому числі інтернет-маркетингу;
- включення до системи підтримки туристичного сектору інноваційних методик та технологій;
- розвиток систем сертифікації якості продуктів як одного з елементів маркетингу та реклами туристичних послуг;
- створення мережі кластерів у туризмі;

- забезпечення підтримки туризму в аспекті формування єдиних туристичних регіонів на основі їхнього туристичного потенціалу, інфраструктури для розвитку туризму в Польщі загалом;
- використання регіональної специфіки та потенціалу для формування туристичної спеціалізації, яку слід розглядати як елемент конкурентоспроможної та сучасної економіки;
- розвиток інноваційного потенціалу, кваліфікації та компетентності кадрів в управлінні туристичною діяльністю як галуззю, що спирається на підприємницьку ініціативу та інноваційні продукти та послуги.

У Підляському воєводстві протягом десятиліття діяли спеціальні програми розвитку туризму. В даний час перспективи цієї галузі не виділені в окрему програму, а представлені у Стратегії, яка визначає головні пріоритети у розвитку всіх сторін життя воєводства, розробленого у 2013 р. і потім доповненого. Відповідно до цієї стратегії, незважаючи на привабливість географічного положення, багаті природні ресурси та мультикультуралізм, туризм не виділяється як стратегічно важлива галузь економіки, хоча ряд пріоритетів вона позначає. Відповідно до цього документа, “найбільший потенціал у регіоні мають такі форми туризму:

- туристичний відпочинок у цінних природних зонах та над озерами, у тому числі агротуризм. Це підтверджує рейтинг туристичної привабливості окремих територій воєводства, в якому найвищу оцінку окрім 3 повітових міст отримали території з високою природною привабливістю (Августівський повіт, Білостоцький повіт та Хайнувський повіт);
- Активний велосипедний, байдарковий туризм;
- оздоровчий, культурний та паломницький туризм”.

У Стратегії як пріоритетний напрямок визначено т. зв. "зелений туризм", що розвивається на природоцінних територіях воєводства. При цьому наголошується на необхідності того, “щоб туристичний сектор розвивався стійко, з поважним ставленням до природних цінностей регіону”.

Значна частина Підляського воєводства прилягає до кордону, що спричиняє важливість розвитку транскордонного туризму. Цей напрямок визнаний пріоритетним для Підляшшя у загальнонаціональній стратегії розвитку. У Стратегії зазначається, що “регіональна політика також підтримуватиме дії, спрямовані на подолання інфраструктурних перешкод та розвиток економічного та туристичного обміну у східному напрямку”.

Крім того, передбачається тісна взаємодія із сусідніми регіонами Польщі, насамперед із Мазовецьким воєводством, щодо створення спільних туристичних продуктів.

здійснення цілей, з визначенням джерел та розміру фінансування є базою, на якій взаємодіють і на яку спираються різні актори туристичної галузі.

Громадські організації та товариства у туризмі

Децентралізація управління туристичною діяльністю, передача ініціативи в цій галузі громадському самоврядуванню та суб'єктам турбізнесу зробило необхідним створення об'єднань та асоціацій у галузі туризму, які б могли, акумулюючи зусилля, вирішувати завдання у цій галузі на рівні не лише регіону, а й країни.

Проект закону про національну туристичну організацію в Польщі було розроблено у 1998 році. У тому ж році він був спрямований на перше читання у Сеймі. Після невеликих виправлень 25 червня 1999 він був прийнятий. Закон набрав чинності 1 січня 2000³⁰. Польська туристична організація (ПТО) була створена за аналогією з подібними об'єднаннями, які на той час вже активно

діяли в багатьох європейських країнах, зокрема Італії, Чехії, Угорщини, Словаччини та ін. На думку Мирослава Марчака, який досліджував функціонування ПТО протягом першого десятиліття її існування, основним завданням цієї організації є просування європейському ринку національного туристичного продукту. Це визначено у законі та статуті організації.

Зокрема, у документах, які ініціювали виникнення ПТО, наголошувалося, що дана організація створюється з метою більш інтенсивного просування Польщі, як туристичної дестинації, у країні та за кордоном. Польська туристична організація має створювати умови для співробітництва органів державного управління, місцевого самоврядування та організацій, що об'єднують підприємців у сфері туризму, у тому числі економічного самоврядування та професійної освіти, а також громадських об'єднань, що працюють у цій галузі.

Цілі та завдання, визначені в законі, Польська туристична організація реалізує за допомогою таких дій:

- підготовка та публікація рекламних матеріалів, організація стендів та павільйонів Польщі на туристичних ярмарках, виставок, шоу, конгресів та семінарів, а також поширення знань про Польщу як країну, привабливу для туризму, зокрема за допомогою польських Центрів туристичної інформації;
- проведення статистичного аналізу та маркетингових експертиз, прогностичні дослідження у сфері туризму;
- ініціювання та підтримка організаційних заходів, вжитих компетентними органами державного управління та державними установами, органами місцевого самоврядування та організаціями, що об'єднують підприємців у галузі туризму, з метою розвитку та модернізації туристичної інфраструктури в аспекті

підвищення якості туристичних послуг, розвитку туристичних продуктів та їх просування;

- забезпечення функціонування та розвитку польської системи туристичної інформації в країні та світі, а також підтримка роботи зі створення та розвитку системи бронювання туристичних послуг;

- оцінка стратегічних планів, які розробляє Міністерство спорту та туризму, органи місцевого самоврядування та організації, що об'єднують підприємців у галузі туризму, з точки зору національних інтересів;

- ініціювання та оцінка планів та довгострокових програм просування, розвитку та модернізації туристичної інфраструктури, особливо в аспекті підвищення якості туристичних послуг та розвитку продуктів туризму;

- взаємодія з регіональними та локальними туристичними організаціями.

Польська туристична організація є державною установою, яка має певну фінансову незалежність. У момент створення її власність було передано майно Державного туристичного агентства, включаючи ту його частину, яка перебувала за кордоном.

Відповідно до ст. 14 статуту організації, її доходи формують такі джерела:

- 1) субсидії бюджету;
- 2) безоплатна іноземна допомога;
- 3) доходи від підприємницької діяльності;
- 4) виплати органів місцевого самоврядування;
- 5) прибутки від продажу частини власного майна;
- 6) доходи від надання платного використання частини власного майна;

- 7) виплати організацій, що об'єднують підприємців, які здійснюють комерційну діяльність у галузі туризму, відпочинку, спорту та рекреації;
- 8) виплати окремих підприємців, які здійснюють комерційну діяльність у галузі туризму, спорту та відпочинку;
- 9) пожертвування;
- 10) інші.

Бюджетні надходження є обов'язковою та стабільною частиною доходу; виплати приватних фірм та самоврядувань є добровільними та залежать від потреб даних суб'єктів туристичного ринку у просуванні своїх продуктів.

ПТО діє головним чином закордонних туристичних ринках, маючи інформаційні представництва у 14 країнах. Разом з тим, певну роль вона грає і в розвитку регіонів, просуваючи локальні туристичні продукти на зарубіжних ринках.

Регіональні туристичні організації (РТО), і, зокрема, Підляська регіональна туристична організація, пов'язані з ПТО, проте мають дещо іншу структуру, цілі та способи дії.

Регіональні туристичні організації створюються з метою забезпечення професійного просування та розвитку туристичного регіону. Вони виникають у результаті суверенного рішення всіх суб'єктів, які зацікавлені у розвитку та просуванні туризму у регіоні; поєднуючи різні форми організації, досвід та інтереси, забезпечують більш ефективний та скоординований маркетинг, дозволяють краще використовувати кошти, що є у кожного з членів РТО. При незмінених витратах фінансових коштів кожного з членів організації внаслідок їхнього злиття відбувається синергетичний ефект. Регіональні туристичні організації є структурними підрозділами Польської туристичної організації, а пріоритетним інструментом органів місцевого самоврядування.

Нині РТО діють у всіх воєводствах Польщі. Кожен із них має власний статут, положення якого враховують специфіку регіону. На відміну від локальних туристичних організацій, про які піде нижче, РТО охоплюють значні території, враховують потреби всього воєводства, представляють цей регіон загальнонаціональному рівні. Головні завдання РТО – інформаційна, рекламна, маркетингова підтримка туризму у регіоні, ініціювання інновацій у цій галузі, забезпечення комунікації та взаємодії між діловими колами, адміністрацією, органами самоврядування та громадськими організаціями у справі розвитку релігійного туризму у регіоні.

Польське законодавство розглядає РТО як громадські об'єднання та асоціації, до структури яких можуть входити не лише поодинокі члени, а й інші товариства та організації.

За даними Войцеха Федика³⁶, регіональні туристичні організації, що об'єднують в даний час близько 1400 членів, мають фінансові кошти на рівні 46 мільйонів злотих і штатом близько 130 співробітників, керовані 144 членами правління, в ході 15-річної еволюції стали важливим елементом системи туризму в Польщі, навіть набули звання регіонального лідера та інструменту регіональної туристичної політики.

Підляська регіональна туристична організація (ПРТО) була створена у 1995 р. відповідно до “Закону про громадські об'єднання” від 7 квітня 1989 року та на підставі Закону від 25 червня 1999 року про Підляську регіональну туристичну організацію. Реєстрація товариства відбулася 22 жовтня 2002 року, а запис у Державному реєстрі відбувся 20 лютого 2003 р.

Спочатку засновниками та членами ПРТО були 15 організацій та туристичних фірм, нині у її складі 59 членів. Значну частину членів організації становлять самоврядування тих місцевостей, де є перспективною галуззю економіки: маршалківське управління Підляського воєводства, управління міст

Гонёнз, Михалово, Сувалки, Райгрод; староства Августовського повіту; гмін Біловежа, Хорошча, Техановець, Наревка, Мельник. Серед фондів та організацій, що входять до ПРТО, є як регіональні, у тому числі Підляський фонд регіонального розвитку, Фортифікаційне товариство з м. Осовець, так і відділення загальнонаціональних фондів та асоціацій (регіональні відділення Польського туристично-краєзнавчого товариства з Білостока та Біловежі, Білостоцький відділ) Туристичної палати, фонд "Зелені легені Польщі" та ін.). У регіональному суспільстві і один іноземний член – Єврорегіон “Німан”. У 2018 р., крім вищезгаданих, членами ПРТО були п'ять локальних туристичних організацій, дві установи культури, 28 представників бізнесу, у тому числі туристичні фірми, екскурсійні бюро, готелі, агрогосподарства, транспортні агенції та ін. Багаторічним членом Підляської туристичної організації є Білостокський технологічний університет³⁸. Відповідно до статуту товариства до нього можуть входити також організації, представники ділових кіл, фонди та установи, які фінансово підтримують діяльність ПРТО. Серед таких членів у 2018 р. були товариство “Локальна група дії “Ворота на Схід””, товариство “Магія Підляся” та інші.

Структура Підляської туристичної організації є стандартною для подібних організацій у Польщі. Головним керуючим органом у ній є загальні збори членів, розпорядчі функції виконує рада, що обирається на загальних зборах, до якої входить голова, два його заступники, скарбник і секретар. У структурі ПРТО є ревізійна комісія, а також низка комісій та груп, які займаються підготовкою проектів, статистикою, маркетингом.

Виконавчим органом товариства є бюро, до завдань якого входить організація виконання рішень загальних зборів, ведення поточних справ організації, ініціювання проектів та програм у галузі туризму, співпраця з іншими організаціями та установами з питань туризму, підготовка рекламної

продукції, організація рекламних акцій та кампаній та ін. Бюро має постійну резиденцію в Білостоці.

З 2004 року до 2014 року у своїй штаб-квартирі у Білостоці Підляська РТО організовувала роботу Регіонального центру туристичної інформації. 8 липня 2014 року центр було перенесено до будівлі Підляської опери та філармонії.

Завдання, які виконує центр, це, перш за все, обслуговування туристичного руху – надання інформації безпосередньо, електронною поштою, поштою російською, англійською та німецькою мовами, телефоном або за допомогою Call Center, завдяки якому надається інформація туристам з різних куточків світу через Skype. Інформаційний центр розповсюджує інформаційні та рекламні матеріали, тут є магазин із регіональними сувенірами, інформаційними матеріалами, картами та туристичними путівниками.

До обов'язків центру входить співпраця з установами культури воєводства, розповсюдження інформації про культурні події, репертуар театрів та філармонії, виставки та ін. фінансової та інформаційної підтримки кількох інтернет-сторінок та сайтів, має власну сторінку у соціальній мережі Facebook.

За майже два десятиліття своєї діяльності ПРТО сформувало пакет маркетингових дій, до якого входять як методи та форми, які вже стали традиційними, так і нові, інноваційні техніки та технології. До традиційних методів просування регіонального туристичного продукту, що використовуються Підляською РТО, можна віднести видавничу діяльність, рекламу в ЗМІ, організацію туристичних ярмарків та участь у подібних торгах в інших регіонах.

Періодичним виданням, що випускається ПРТО поквартально в електронному вигляді, є “Biuletyn informacyjny Podlaskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej”. Це видання має досить широке розсилання, до абонентів включені як члени організації, але й особи, фірми та установи, із якими Підляська РТО

має спільні проекти, сферу інтересів чи інші контакти та зв'язку. У “Бюлетені” розміщується інформація про поточну роботу, заплановані конкурси, проекти, видання, зустрічі та інші заходи.

Значну частину друкованої продукції становлять путівники, туристичні карти, проспекти. Протягом кількох років видається серія “Podlaskie” – туристичні проспекти, присвячені найрозвиненішим у воєводстві видам та формам туризму. Ще одним серійним виданням є “Informator turystyczny województwa podlaskiego”, що містить інформацію про найбільш популярні туристичні продукти, центри туристичної інформації, туристичну інфраструктуру воєводства та ін.

Важливою складовою діяльності ПРТО щодо просування регіонального туристичного продукту є участь у туристичних ярмарках. З середини 1990-х років у Білостоку почали проводитись туристичні ярмарки, у 2006–2015 роках. Їхню організацію взяла на себе ПРТО. Торги у роки часто мали тематичний характер: кожному з ярмарків акцент робився однією формою туризму чи туристичний продукт, який відрізняє Підляське воєводство. ПРТО протягом кількох років брала участь у туристичному ярмарку в Любліні, основною тематикою якого було просування туризму у східних регіонах Польщі.

До сфери діяльності ПРТО входить організація конференцій, майстер-класів, семінарів, присвячених актуальним проблемам туризму в регіоні. Тематика цих зустрічей різноманітна: питання транскордонного співробітництва; інтернет у просуванні туристичного продукту; знання культуру регіону як основа організації пізнавального туризму та інші. Серед них варто відзначити семінари, присвячені зеленому туризму, організовані спільно із регіональним відділенням Національної мережі сільських територій. Ці семінари проходили у листопаді 2016 р. у трьох центрах, де екологічний туризм має потенціал для розвитку: Наревці, Тикотині та Августові.

На ПРТО, згідно з його статутом, покладено завдання збору та обробки статистичних даних щодо туризму в Підляському воєводстві. Ця робота ведеться через центри туристичної інформації, розміщені у воєводстві. Ця інформація потім надається до регіонального статистичного комітету та Головного статистичного управління (ДСУ).

Така методика, однак, не дає можливості отримати досить повні та достовірні дані, оскільки враховуються лише туристи, які зверталися до інформаційних центрів.

Як зазначає Маріуш Мединьски, методи отримання статистичних даних у туристиці, які є у розпорядженні Головного статистичного управління Польщі, не є оптимальними, засновані на добрій волі організацій, фірм та окремих осіб, що працюють у сфері туризму⁴⁵. Зокрема, характеризуючи ситуацію, що склалася у сфері готельного бізнесу, де власники готелів мають надавати у ДСУ відомості про кількість постояльців, він пише: “У Польщі, таким чином, існує важлива проблема правильного сприйняття основної економічної звітності як громадянського боргу відповідно до положень закону, а, навпаки, можна говорити про навмисне уникнення його реалізації”. Статистичні відомості, що містяться у звітах ПРТО, незважаючи на їхню неповноту, становлять інтерес з точки зору оцінки ефективності роботи центрів туристичної інформації.

Вони також дозволяють з достатньою ймовірністю оцінити ступінь популярності у туристів туристичних продуктів або ресурсів, що є в Підляському воєводстві.

Одним із важливих аспектів діяльності Підляської організації є сертифікація послуг у галузі туристичної інформації. У 2010 році ПРТО за погодженням з Польською туристичною організацією та правлінням Форуму туристичної інформації розпочала процес сертифікації пунктів туристичної інформації. У Підляському воєводстві, як і в інших регіонах Польщі, діяли

центри та пункти туристичної інформації, незалежні від ПТО. З метою створення національної мережі стандартизованих пунктів туристичної інформації, що працюють на місцевому, регіональному та національному рівнях, Підляська РТО спільно з ПТО розпочала сертифікацію таких пунктів, метою якої є включення за допомогою певних мінімальних стандартів активних у цій сфері суб'єктів у співпрацю, в обмін у сфері туристичної інформації, як інтегральний елемент туристичного маркетингу, інструмент побудови іміджу Польщі. Сертифікація проводиться кожні два роки на добровільній основі згідно з індивідуальними зверненнями суб'єктів туристичної інформації.

Принципи сертифікації визначено згідно з основними напрямками інноваційної політики у туризмі, позначеної у згадуваній вище Стратегії. Акцент робиться на доступність інформації для всіх споживачів туристичних послуг, на її оперативне оновлення та достовірність.

Параметри сертифікації визначені таким чином:

- кваліфікація ТІ-персоналу;
- маркування суб'єктів ТІ;
- Доступ до інформації в режимі нон-стоп;
- доступ ТІ для людей з обмеженими можливостями;
- доступ в Інтернет;
- Надання додаткових послуг;
- ведення статистики туризму;
- участь у опитуваннях, призначених для туристів, які організовують ПРТО та кафедра економіки туризму (з 2019р. – кафедра маркетингу та туризму) факультету інженерії менеджменту технологічного університету в Білостоці.

За умовами сертифікації запроваджується градація пунктів туристичної інформації, рівні якої позначаються зірочками. На 2016 р. сертифікат ПРТО мав 31 пункт туристичної інформації, при цьому 6 із них отримали найвищий рівень, позначений п'ятьма зірочками. Протягом п'яти років зросли вимоги до роботи та оснащення пунктів інформації, що зумовило зниження рейтингу багатьох із них. Деякі втратили сертифікат, інші цю сертифікацію отримали (табл. 3). Окрім зазначених у таблиці, у 2019 р. сертифіковані були пункти туристичної інформації у Сокулці, Цеханівцях, ще два центри у Сувалках, у Ломжі.

ВИСНОВКИ ДО II РОЗДІЛУ.

У розділі II ми розглянули різні теоретичні підходи до визначення поняття паломництва в контексті релігійного туризму. Ми виявили, що існує багато різних визначень паломництва, які базуються на різних підходах і включають різні елементи.

Особливу увагу ми звернули на міжкультурні взаємодії в паломництві та туризмі. Ми дослідили вплив культурних та релігійних різниць на паломницькі подорожі, а також на взаємодію між паломниками та місцевим населенням. Ми дізналися, що ці взаємодії можуть бути складними і вимагати особливої уваги з боку організаторів та учасників паломницьких поїздок.

У розділі також був проаналізований релігійний туризм на прикладі Польщі. Ми вивчили історію розвитку релігійного туризму в цій країні та виявили його величезний потенціал. Ми також розглянули різні форми релігійної туристичної діяльності, які включають в себе паломництво до святих місць, релігійний туризм для відвідування різних релігійних заходів та фестивалів.

Отже, розділ II дозволив нам глибше розуміти поняття паломництва в контексті релігійного туризму, а також визначити важливі моменти, які

необхідно враховувати при організації паломницьких поїздок та релігійного туризму взагалі.

РОЗДІЛ III. Паломницькі туристичні маршрути та їхня релігійна значимість.

3.1 Роль паломницьких маршрутів у релігійному туризмі

Паломництво поширене практично серед послідовників, усіх відомих та сучасних релігій. Організацією паломництва зайняті релігійні організації та туристичні фірми, серед яких є такі, що спеціально займаються саме паломницьким туризмом.

Метою паломництва є виконання релігійного обов'язку віруючим, отримання особливої благодаті за надання тих труднощів, які перешкоджають паломництву, а також участь у культових діях, що мають найбільш благодатний, освячений характер.

Сенс паломництва визначається характером релігійної свідомості. Віруючий розглядає Бога як деякий потойбічний початок, що знаходиться в зовсім іншій реальності, ніж віруючий. Але об'єктом поклоніння може бути лише тому випадку, якщо дано віруючому, у звичних йому умов життя. Це з'єднання потойбічності та посюбічності і постає як освячене місце, наділене благодаттю, місце найбільшого перебування божества. Воно стає об'єктом поклоніння віруючих.

Паломник хоче відвідати місця, які ніби освячені засновником його релігії та його найближчими послідовниками для того, щоб справдитися благодаті та долучитися до святості. Він бере участь у релігійних обрядах і церемоніях,

отримує повчання від священників та ченців, які перебувають у цьому святому місці. Іноді паломництво відбувається з метою отримати впевненість у правильності прийнятого важливого рішення, з метою отримання зцілення (тілесного і душевного), з метою подолати духовну кризу або віддячити божеству за одужання. Паломництво може мати і політичні цілі, якщо, здійснюючи його, політичний діяч набуває більшої політичної ваги. Так, Микола Другий здійснив на початку XX століття поїздку до Сарова Нижегородської губернії, де знаходиться обитель одного з найбільш шанованих російських святих Серафима Саровського. У липні 1903 року в урочистостях прославлення преподобного Серафима Саровського брали участь до 500 тисяч паломників. І участь у цій урочистості російського імператора зміцнювало віру людей у близькість самодержця до народу і знімало його авторитет.

Безпосереднім спонукальним мотивом паломництва може з'явитися особисте переконання у необхідності прилучення до благодаті та святості, приклад єдиновірців, релігійна норма чи рада духовної особи.

Паломництво стикається з пізнавальним туризмом, але не збігається з ним. Тут знайомство з новою країною чи містом суворо цілеспрямовано і необхідне виконання релігійного обов'язку віруючого. Нерідко паломник прагне отримати нові відомості про країну чи культові об'єкти лише з метою розширення своїх релігійних уявлень. Проте сучасне паломництво має й суттєвий пізнавальний аспект. Організацією різних видів паломництв зайняті туристичні фірми. Паломники тією чи іншою мірою знайомляться з культовими пам'ятками країни чи міста, а також одночасно з культурою та пам'ятками країни загалом. Крім того, нерідко сучасний паломник – людина, яка здійснює подорож, аби лише торкнутися релігійних святинь, побачити місця, пов'язані з історією найбільших релігій, але не брати участь у культових діях. Тут пізнавальні цілі витісняють власне.

Екскурсійні та паломницькі поїздки займають у християн значне місце у потоці релігійного туризму. Це пов'язано з тим, що у християнстві існує багатовікова традиція паломництва, популярні відвідування релігійних об'єктів екскурсантами. Але ці традиції є і в інших релігіях. Справа також у тому, що християнство - найчисленніша за кількістю прихильників релігія у світі, що налічує майже 2 млрд. чоловік (майже кожен третій житель Землі є християнином) [7 с.94].

Християнство включає п'ять основних напрямів: православ'я, католицизм, протестантизм, монофізитство і несторіанство; численні релігійні течії, рухи та деномінації.

Представники християнських напрямів та течій також мають свої власні святі місця. Вони здійснюють релігійні паломництва адепти відповідної церкви чи організації. Туристи, що подорожують з екскурсійними цілями, можуть належати до якогось одного течії, а можуть відвідати релігійні об'єкти іншої течії.

Специфіку християнських паломництв багато в чому визначають особливості релігійної свідомості віруючих, які у свою чергу тісно пов'язані з характером віровчення та культовою практикою християнства.

Мотивами паломництва, можуть бути бажання помолитися чудотворній іконі, що знаходиться в певному храмі (монастирі), сповідатися в місці, сильному в духовному плані та (або) у відомого релігійного діяча (священника, ченця, старця), виконати богоугодні роботи з будівництва, т.д., храму або монастиря, зробити пожертвування, долучитися до благодаті і т.д. Це також бажання вилікуватися від хвороби, виконати дану раніше обіцянку здійснити паломництво у разі успіху у якомусь справі, одужання рідних і себе і т.д. Віруючі Української православної церкви (УПЦ) під час паломництва

монастирями за покликом свого серця здійснюють духовні послухи. Настоятель благословляє послух, і людині даються певний вид робіт та їх терміни.

Особливості паломництва, та й екскурсійних поїздок можуть різнитися у різних напрямках християнства, у різних течіях, церквах одного й того ж напрямку (наприклад, у Російській та Грецькій православній церквах), у різних частинах територій проживання віруючих. На характер цих поїздок, їх інтенсивність впливають також особливості економічного та політичного становища у тій чи іншій країні (країнах – у разі міжнародного туризму), рівень матеріального добробуту громадян, їхнє соціальне та професійне становище (можливо, їхня приналежність до релігійних меншин). Прямо чи опосередковано на особливості поїздок релігійних туристів впливає історія країн і народів, як складалися відносини між релігійними організаціями (церквами) і державами, між представниками різних релігій. Також важливу роль відіграють географічне розташування, характер погоди у місцях поїздок.

У християнстві паломництво стверджується як особливий вид культової поведінки з IV ст., Цьому сприяла поява чернецтва та культу святих. Найбільш привабливою метою паломництва залишалися Палестина, Єрусалим.

Крім Єрусалима, інтерес викликають місця народження та діяльності Ісуса Христа – Віфлеєм та Назарет [4с. 67]. Масове паломництво стало в епоху середніх віків. Сотні тисяч людей вирушали на Близький Схід, щоб торкнутися християнських святинь. По суті хрестові походи були спрямовані на звільнення християнських святинь від мусульман, для того, щоб зробити їх більш доступними паломникам. Поїздки паломників відбувалися з портів Франції та Італії та були досить добре організовані. З розвитком процесу секуляризації (втратою впливу церкви на суспільство) інтенсивність паломництва почала падати, і на початку XX століття масове паломництво припинилося.

Нині велике значення як центри паломництва католиків мають культові місця у Європі. Найбільше місце тяжіння католиків – Ватикан. Це не лише культовий та адміністративний центр світового католицизму, а й художній ансамбль світового значення. Собор святого Петра та ватиканські музеї є визначними пам'ятками мистецтва Відродження. Собор св. Петра будувався близько ста років і був завершений на початку XVII ст. Він може вміщувати до 10 тисяч осіб. Тут знаходиться могила св. Петра, а також багато пам'яток релігійного мистецтва робіт видатних художників. Поруч із собором знаходиться Ватиканський палац, місце перебування римських пап.

3.2. Культові маршрути Європи: Паломництва до привабливих католицьких та національних пам'яток

Привабливі для католиків та національні культові пам'ятки в Італії, Іспанії, Франції. Серед них слід відзначити не тільки католицькі собори, що діють, а й абатства, монастирські комплекси. Всесвітню популярність набуло французьке місто Лурд, яке приваблює тисячі людей, які сподіваються отримати одужання від тяжких недуг.

У католицизмі зберігся такий своєрідний вид паломництва, як перевезення групою віруючих статуї Діви Марії з одного приходу до іншого для поклоніння.

Паломництво – популярна форма культового служіння у православ'ї. Після прийняття християнства у X ст. російські люди за прикладом християн Заходу та Сходу стали відвідувати святині Константинополя і Палестини. Крім того, на Русі здавна не лише селяни, а й представники інших станів відвідували найвідоміші національні православні святині – храми, лаври, монастирі.

Поряд із відвідуванням Палестини та Афона набували значення місцеві національні святині. Ходіння по монастирях стає справжньою національною традицією.

Жорстка система економічної залежності, централізм та бюрократія політичного та суспільного життя ставали причиною пошуків людьми неформальних душевних відносин, правди життя, втіхи, які шукали у ченців та пустельників. Люди шукали в ході паломництва порятунку від серйозних недуг, звільнення від тяжкої свідомості своїх помилкових вчинків, прагнули принести тілесне та душевне полегшення своїм близьким

Найважливішими місцями паломництва протягом століть залишалися Києво-Печерська та Трійця-Сергієва Лаври.

Організація колективного паломництва є трудомісткою діяльністю, у чому неважко переконатися з прикладу паломництва у Мекку. Вже в епоху середньовіччя створювалися братства і ордени, що допомагають паломникам досягати святі місця, що їх приваблюють. Нині організаторами паломництва зазвичай виступають релігійні організації, які налагоджують співпрацю з туристичними фірмами.

Туризм є сукупність відносин та явищ людей, які виникають під час переміщення та перебування людей у місцях, відмінних від їхнього постійного місця проживання та роботи.

Туристом, мандруючим з релігійними цілями, є людина, яка виїжджає за межі звичайного середовища, на термін не більше року для відвідування святих місць та центрів релігій. Під релігійним туризмом слід розуміти види діяльності, пов'язані з наданням послуг та задоволенням потреб туристів, що прямують до святих місць та релігійних центрів, що знаходяться за межами звичайного для них середовища.

Релігійний туризм - це самостійний вид туризму. Він, як і інші його види, має свої різновиди: паломницький туризм і релігійний туризм екскурсійної спрямованості.

Досить великий масив релігійного туризму має бути підрозділений насамперед відповідно до чотирьох найбільш поширених у сьогоdnішній Україні концесій: християнства, ісламу, іудаїзму та буддизму. Два останні напрями на туристичному ринку відсутні.

Як зазначалося раніше, релігійний туризм має три форми:

а) паломництво;

б) екскурсійні тури з релігійної тематики;

в) спеціалізовані тури, в яких поєднуються паломники та екскурсанти.

Паломництво для християн – відвідування релігійних святинь з метою молитовної обіцянки, праці та збору пожертв на відновлення та розвиток монастиря чи храму. Цей різновид релігійного туризму є сукупністю поїздок представників різних релігій з паломницькими цілями.

Слово «паломництво» походить від слова «пальма» – паломники-християни, які здійснювали поїздки на Святу землю в середні віки, привозили звідти пальмову гілку. На Русі це називалося прощу, а паломництвом вважали поїздки на Святу Землю для поклоніння Гробу Господньому. За релігійними канонами паломницька поїздка має тривати щонайменше 10 днів і найчастіше посідає релігійні свята.

Паломництво передбачає певне ставлення людини до дійсності. Психологічні особливості паломників дуже різноманітні. Паломник у більшості випадків – глибоко релігійна людина з системою цінностей, що вже склалася. Він готовий на якийсь час поступитися звичним способом життя: кругом

спілкування, задоволеннями, харчуванням для досягнення своїх духовних і моральних цілей. Ідея паломництва має на увазі дії в умовах певних труднощів, які добровільно взяті на себе зобов'язання бути в цих умовах. Це символізує готовність людини пожертвувати тимчасовим і перехідним матеріальним заради вічного духовного. В індуїзмі, православ'ї та католицизмі, інших конфесіях набули розвитку піші паломництва, особливо вже існуючими маршрутами. Люди вирушають у паломництва, коли їм недостатньо ритуальних дій у місцях звичайного середовища проживання. Вони їдуть чи йдуть у святі місця, більш значущі для них.

У сучасній Україні відбулося відродження інтересу до релігій та церкви. У радянські часи релігія не надавала великого впливу туризм. Релігійні святині розглядалися лише як цікаві в історичному відношенні та привабливі з естетичного погляду об'єкти.

Можна виділити різні види паломництва. За кількістю учасників та ознакою сімейної приналежності розрізняють індивідуальні, сімейні та групові паломництва. За тривалістю можна позначити паломництва тривалі та короткі.

Паломництва пов'язані з відвідуванням певних місць, які є святими. Це може бути монастирі, храми, природні об'єкти – гори, річки, озера, гаї, печери. Часто паломництва бувають приуроченими до певних свят. Скажімо, у християнстві паломництво до того чи іншого храму чи монастиря може бути приурочене до дня святкування місцево шанованого святого. У Ватикан збирається багато паломників послухати пасхальну проповідь папи римського.

Екскурсійні тури з релігійної тематики проходять, як правило, за один день і цікаві не тільки для дорослих туристів, але і для дітей.

У рамках релігійного туризму екскурсійно-пізнавальної спрямованості передбачається відвідування релігійних центрів, в яких туристи-екскурсанти

зможуть побачити релігійні об'єкти – культові та пам'ятні, що діють, побувати в музеях і на виставках.

В екскурсійно-пізнавальних турах туристи використовують наявні елементи туристичної інфраструктури – селяться у готелях тощо. Екскурсійно-пізнавальні тури, на відміну від паломницьких, більш короткі, вони не приурочені до релігійних свят, і в них можуть брати участь як дорослі, так і діти. Релігійні об'єкти туристи можуть відвідувати і під час комбінованих турів, де екскурсійна складова є лише частиною програми. Для паломників екскурсія має вторинне значення стосовно певних культових дій. Тим не менш, у деяких турах можуть брати участь як прочани, так і екскурсанти.

З погляду туристських центрів релігійного туризму близький науковий туризм релігійної тематики. Такі поїздки нечисленні, але розширюють географію туристських поїздок. Вчених цікавить релігійна спадщина – рукописи, різні культові предмети, знайдені, зокрема завдяки археологічним розкопкам, архітектурні форми як сучасних, і пішли у минуле релігій та багато іншого.

Релігійний туризм та його різновиди представлені різними формами. За особливостями організації поїздок релігійний туризм може бути організованим чи неорганізованим. Одні туристи віддають перевагу організованим поїздкам. Вони суворо регламентовані і зазвичай здійснюються за умов попередньої оплати. Продавець і клієнт заздалегідь обговорюють маршрут поїздки, терміни перебування, набір послуг (повний пакет або ряд послуг).

Залежно від кількості учасників подорожі виділяють тури індивідуальні та групові. Число учасників індивідуального туру 1-5 осіб, групового – від 6 та більше. Деякі туристські фірми вважають груповою подорож, до якої вирушають 2 особи та більше. Окремим випадком індивідуального туру може бути поїздка однієї людини. Часто це можна спостерігати в паломницьких

поїздках, які, на відміну від екскурсійних, можуть тривати по кілька місяців. Людина має величезне бажання усамітнитися для молитовного спілкування, роздумів про свої внутрішні проблеми, складні життєві ситуації. І він вирушає один у паломницьку поїздку до монастиря чи іншого місця.

Залежно від тривалості поїздки можна виділити поїздки одноденні, що триває кілька днів та багатоденні. Одноденні поїздки можна поділити на такі, що тривають: менше 3 годин, 3-5 годин, 6-8 годин, 9-11 годин, більше 12 годин (одноденні). Подорожі з ночівлею бувають тривалістю 1-3, 4-7, 8-28, 29-91, 92-365 ночей.

Спеціалізовані тури розраховані як мінімум на три дні з відвідинами релігійних святинь та архітектурних пам'яток минулого. Іноді для організації таких турів необхідний дозвіл (благословення) настоятеля монастиря.

Релігійний туризм – подорож з культурно-пізнавальними цілями. Даний вид туризму збирає допитливих людей, не далеких від віри, бажаючих неспроста провести вільний час. Оплативши тур, туристи хочуть отримати естетичні враження та розширити свій кругозір історичними відомостями про об'єкти показу. Їм цікаві також мистецтвознавчі дані про пам'ятник архітектури (монастир, храм) – час його створення, автор, стиль. Таким чином, за початковою метою екскурсія туристів храмом значно відрізняється від паломництва прочан до чудотворної ікони того ж храму

Що стосується об'єктів, то тут слід зазначити наступний момент, паломництво та релігійний туризм, як правило, мають одні й самі маршрути, місця відвідування та об'єкти показу.

Якщо в об'єктах відвідування істотних відмінностей не виділялося, то в сервісі послуг вони мають місце. Паломники заздалегідь згодні терпіти у поїздки незручності, незвичні їм вдома. Такою є традиція паломництва. Прибувши до

місця відвідування, вони багато часу моляться, бо вони за цим і їхали. Для туристів рівень комфорту в поїзді повинен бути не нижче, і навіть вище, звичного для них будинку.

В екскурсійному обслуговуванні теж є суттєві відмінності – об'єкти показу паломники оглядають недовго, при цьому їх не стільки цікавлять історичні та мистецтвознавчі довідки про об'єкт, скільки якомога докладніші відомості з життів святих, деталі біблійних подій та місцезнаходження чудотворних ікон.

Туристам під час екскурсії не потрібне всебічне висвітлення кожного об'єкта без переважання культової інформації. Зайві подробиці на цю тему їм нецікаві.

Також різний склад груп у паломництві та релігійному туризмі. До паломництва частіше схиляються прочани більш зрілого і похилого віку, які шукають покаєння та зцілення. Релігійний туризм розрахований і дітей, і дорослих.

У деяких турах можуть одночасно брати участь як прочани, так і туристи. По маршруту вони відвідують святині та архітектурні пам'ятки минулого, що дозволяє світським людям долучитися до церковних традицій. Проведення подібних турів потребує скрупульозної підготовки. Правильне розуміння цілей туру дозволяє формувати однорідні групи. Група підбирається особливо ретельно, щоб до неї не потрапили люди, яким абсолютно чужа віра та повага до церкви.

Загалом можна виділити такі відмінності між паломництвом та релігійним туризмом.

Головна різниця це – мета подорожі, з цього випливають відмінності:

-Об'єктам відвідування;

- Вимогам до рівня сервісу;
- екскурсійного обслуговування;
- Датам, до яких приурочені поїздки;
- вікової та соціальної категорії клієнтів.

ВИСНОВКИ ДО III РОЗДІЛУ

У цьому розділі ми розглянули роль паломницьких маршрутів у релігійному туризмі, а також дослідили культові маршрути Європи, зокрема паломництва до привабливих католицьких та національних пам'яток.

За допомогою паломництва віряни можуть відчувати сильну зв'язок зі своєю релігією та спільнотою, а також здійснити духовний розвиток та самоаналіз. Крім того, паломницькі маршрути важливі для збереження історичних та культурних пам'яток, оскільки паломники зазвичай відвідують святині та інші культові об'єкти.

Культові маршрути Європи є дуже різноманітними, вони можуть мати національний, релігійний або культурний характер. Паломництва до привабливих католицьких та національних пам'яток, таких як Лурд або Сантьяго-де-Компостела, можуть бути дуже популярними серед паломників з усього світу.

Загалом, паломництво є важливим елементом релігійного туризму, який має великий потенціал для духовного зростання та культурного обміну між різними народами. Релігійний туризм є важливим чинником для розвитку галузі туризму та може мати значний вплив на різноманітні аспекти життя людей.

ВИСНОВКИ

Після вивчення теоретичних аспектів паломництва та релігійного туризму, а також аналізу різноманітних паломницьких маршрутів та їхньої релігійної значимості, можна зробити наступні глобальні висновки.

Паломництво та релігійний туризм є важливими складовими туристичної індустрії, що мають значний вплив на розвиток економіки та культури багатьох країн світу. Релігійний туризм може стимулювати розвиток маловідомих регіонів та підвищувати рівень зайнятості місцевого населення, яке займається обслуговуванням туристів.

Паломництво має глибокі історичні корені та різноманітні форми, що залежать від релігії, культури та історичного контексту. Паломницькі маршрути можуть бути святковими процесіями, місцем зустрічі віруючих з Богом, а також важливими туристичними маршрутами.

Релігійні місця притягують туристів не лише своєю релігійною значимістю, але й культурною спадщиною та архітектурними пам'ятками. Паломницькі маршрути є важливими культурними маршрутами, що дозволяють туристам побачити історичні та культурні пам'ятки та насолодитися місцевими традиціями та кухнею.

Джерела з Інтернету

253

Сторінка 36 з 37

