

УДК 338.486

Н.С. Мартышенко

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
г. Владивосток, Россия

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА И ПАЛОМНИЧЕСТВА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Религиозный туризм является достаточно распространенным видом туризма в мире. В Приморском крае этот вид туризма практически не используется. При правильном подходе этот вид туризма может стать основой для разработки конкурентоспособного туристского продукта как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Ключевые слова: религиозный туризм, паломничество, церковь, туристская организация, конкурентоспособность, туристский продукт.

N.S. Martyshenko

Vladivostok state university of economy and service
Vladivostok, Russia

ESTIMATION OF COMPETITIVENESS OF THE RELIGIOUS AND PILGRIM TOURISM IN PRIMORSKI TERRITORY

Religious and pilgrim tourism is widespread enough kind of tourism in the world. In Primorski territory this kind of tourism practically is not used. At the correct approach this kind of tourism can become a basis for working out of a competitive tourist product both on internal, and on a foreign market

Keywords: religious tourism, pilgrimage, church, tourist organization, competitiveness, tourist product.

Религия занимает значимое место в жизни народов всех стран мира. С религией связано культурное наследие мировой цивилизации. Однако, отношение к религии у каждого индивида может очень сильно отличаться. Религиозное поведение индивида выражается через его «религиозную самоидентификацию».

Основными мировыми религиями являются: христианство – 2.1 млрд человек (33.0%), ислам – 1,5 млрд человек (21%), индуизм – 900 млн человек (14%), буддизм – 376 млн человек (6%), сикхизм – 23 млн человек (0.36%), иудаизм – 14 млн человек (0.22%), бахаизм – 7 млн человек (0.1%), конфуцианство – 6.3 млн человек (0.1%). Православных христиан в мире насчитывается более 220 млн, из которых более 103 млн человек приходится на Россию.

Религиозный туризм является довольно распространенной разновидностью туризма в мире. Это обусловлено возрастающим спросом на путешествия к религиозным местам. В качестве объектов религиозного туризма могут выступать памятники культуры, истории и религии. В системе жизненных приоритетов современного человека материальные ценности занимают главенствующие позиции, из-за чего в жизни духовной постепенно образуется пробел. Приобще-

ние к религиозным ценностям является попыткой устранения этого пробела. Появился даже новый термин «дефицит религии».

Религиозный туризм основан на религиозных потребностях представителей различных конфессий и подразумевает поездки по святым местам с познавательными или научными целями. Вместе с тем религиозный туризм отличается от паломничества тем, что требует участия в нем только верующих людей и в обязательном порядке следования всем элементам религиозного культа. Паломничество часто связывается с проведением крупных религиозных праздников и мероприятий. Паломничество – это древнейший вид деятельности человека. Его можно считать предшественником современного туризма [1].

Глубоко религиозные люди составляют меньшую часть в общем числе тех, кто считает себя верующими. Большинство индивидов отождествляет себя с какой-либо религиозной конфессией, но их сознание и образ жизни светские. Периодически они могут выступать в качестве туристов, путешествующих с религиозными целями, при этом обрядовая часть может сочетаться с отдыхом. В данном случае будет иметь место религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности. Здесь, потребительские мотивации обуславливаются целым рядом социально-психологических факторов.

Высшей целью религиозного туризма является стремление приобщить людей, принадлежащих к различным конфессиям, к диалогу и взаимодействию, к смягчению возникающей на религиозной и социальной почве напряженности в обществе.

Кроме гуманитарной значимости религиозный туризм является мощным экономическим фактором развития территорий. По данным UNWTO ежегодно 300–330 млн человек принимают участие в религиозных турах. В настоящее время религиозный туризм превращается в настоящую индустрию с оборотом в \$18 млрд [2].

Занимая собственную нишу в спектре туристских предложений, религиозный туризм неразрывно связан с другими видами туризма, имеет с ними много общего по методам и формам организации.

В России достаточно монастырей, которые ждут своих паломников. Для этого совершенно не обязательно ехать на дальние расстояния. Святые места можно найти в любом регионе России. Монастыри России осуществляют прием туристов с благословения Русской Православной Церкви в лице ее главы – патриарха Кирилла. Созданы и успешно работают на этом поприще религиозные паломнические службы. Наиболее известной является Паломническая служба «Радонеж», которая работает уже более 20 лет и имеет более 30 представительств в различных городах мира. Сегодня здесь предлагают более 90 маршрутов по России и 30 маршрутов по странам ближнего и дальнего зарубежья.

А если говорить об отдаленных от центральной части регионах, таких как Дальневосточный федеральный округ, то этот вид туризма (как внутреннего, так и въездного) практически отсутствует. Чтобы понять перспективы его использования необходимо вначале проанализировать практику его организации

в мире и в отдельных регионах России, обладающих определенным опытом по приему туристов религиозной направленности.

АТР находится на третьем месте в мире по уровню развития туризма, и темпы развития туризма в регионе – самые высокие в мире. Жители стран АТР предпочитают поездки на близкие расстояния (более 76%). В выездном туризме с целью отдыха лидирует Япония. Ежегодно японцы совершают 30 млн поездок за рубеж, из них 80% с целью отдыха и развлечений.

Перед туристской индустрией Дальневосточного региона стоит непростая задача – создать такой туристский продукт, который будет востребован на международном рынке туристских услуг. Мы должны предлагать такой туристский продукт, который не могут предоставить другие страны. Нам очень трудно конкурировать с зарубежными туристскими фирмами, которые многие годы осваивали этот рынок, опираясь на развитую инфраструктуру. Мы должны думать не о том, что мы можем, а о том что может быть востребовано [3]. Для этого нужно постоянно изучать международный рынок туристских услуг сопредельных государств.

Конкурентоспособным видом туризма в Приморском крае может стать и религиозный туризм паломничество [4]. Паломническое движение в России в настоящее время набирает силу и Дальневосточный регион не должен оставаться в стороне.

Для региона, с неразвитой инфраструктурой, этот вид туризма может стать локомотивом отрасли. Паломники обычно выдвигают гораздо меньше требований к уровню и качеству обслуживания, питания, размещения, чем другие путешественники. Они часто останавливаются на ночлег в кельях монастырей и даже в палаточных городках. При выборе пищи религиозные туристы и паломники обычно имеют более низкие требования, и она более скромная – без изысков.

Особое место с точки зрения перспектив развития туризма в списке субъектов Дальневосточного округа занимает Приморский край с его столицей г. Владивостоком. Этот город является воротами всей России для стран АТР. Здесь наиболее благоприятный климат и более развитая транспортная инфраструктура по сравнению с другими субъектами региона.

Возрождение духовной жизни в Приморском крае находит большой отклик у жителей края. Из архивных документов следует, что до революции в Приморском крае было 150 храмов. Сегодня в крае насчитывается около 80 храмов и монастырей [5]. Среди них можно выделить архитектурные памятники Покровского кафедрального собора и церковь Николая Чудотворца (рис. 1).

С мечтой о строительстве Спасо-Преображенского собора владивостокцы живут уже более десяти лет. За это время кафедральные соборы появились в краевых и областных центрах практически всех территорий Дальнего Востока.

Сооружаются главные городские храмы, как правило, не на возвышенностях, а именно на площадях с той целью, чтобы находиться в шаговой доступности для как можно большего числа горожан и гостей города. В 2013 г. в цен-

тре Владивостока должны закончить возведение одного из крупнейших на Дальнем Востоке Православного кафедрального собора, который возводится на средства пожертвований населения (рис. 2).

Новый собор будет вмещать более двух тысяч верующих, а высота сооружения составит 67 метров. Разместится здание рядом с центральной площадью на участке площадью 0,7 га. Архитектор Александр Котляров так спроектировал расположение собора, что все пространство центральной площади остается практически в неприкосновенности и он зрительно должен расширить ее.

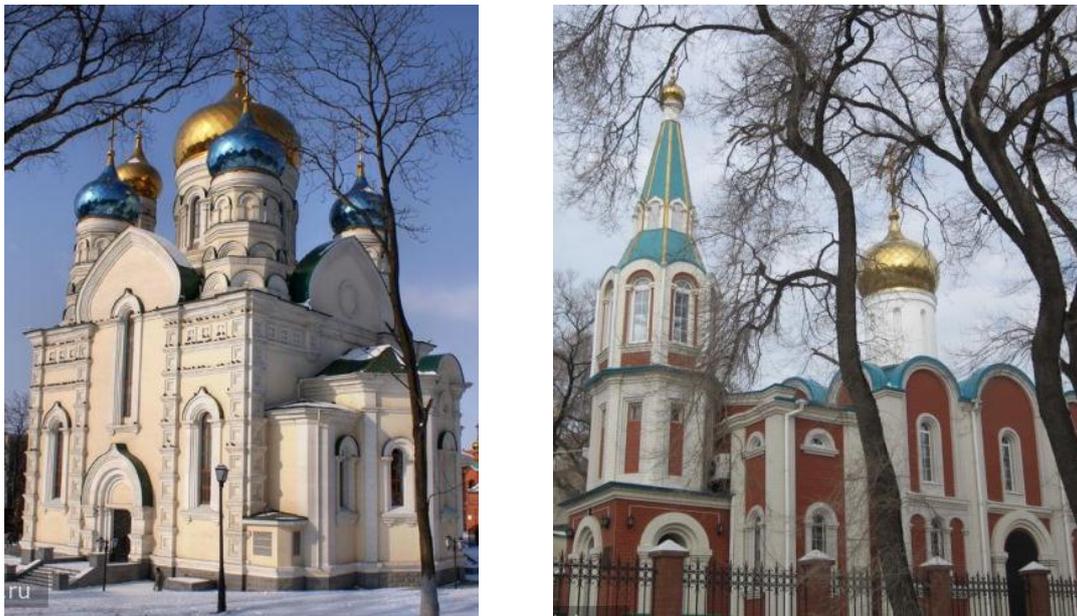


Рис. 1. Покровский собор и церковь Николая Чудотворца во Владивостоке

В 2012 году была начата реконструкция зданий Марфо-Мариинской женской обители милосердия. Попечительский совет по реставрации возглавляет vicарий Владивостокской епархии епископ Иннокентий. Патриарх Алексей II любил повторять: «Чем будет больше храмов, тем будет меньше тюрем... Потому что только через веру в Бога человеческие сердца обретают человечность».



Рис. 2. Проекты строящихся Спасо-Преображенского собора и Марфо-Мариинской женской обители

И пусть храмы региона не имеют за собой многовековой истории, как многие храмы европейской части России. В мире немало и современных памятников, которые привлекают туристов. Для туристов из сопредельных государств это не всегда и так важно.

Туристам может быть интересно посещение и монастырей в уединенных местах края. Отдельные монастыри Приморского края вполне могли бы осуществлять прием туристов религиозного толка. Для Дальневосточного федерального округа очень полезен опыт новой туристской программы религиозного туризма Южной Кореи (так называемый «темпл-стэй»). По программе «темпл-стэй» к проживанию в монастыре допускаются все желающие [6].

Местами поклонения религиозных туристов могут быть не только монастыри и храмы, но и уникальные природные объекты – горы, реки, озера, целебные источники, рощи, пещеры. Такое поклонение в духе народов сопредельных государств. И таких мест в Приморском крае немало. К таким объектам относится гора Пидан, окутанная сотнями легенд.

Для привлечения религиозных туристов необходимо более широко использовать ивент-стратегию, приурочивая посещение туристов к различным религиозным праздникам [7]. К такой стратегии можно приравнять и массовые религиозные мероприятия, связанные с демонстрацией древних реликвий и святынь православной церкви. Сейчас церковь начинает практиковать перевозку и демонстрацию святынь по стране. Для этого нужны крупные соборы, способные одновременно принять большое количество верующих. И теперь такая возможность появляется в субъектах ДВФО.

Сегодня церковь подразделяет верующих по степеням верования на воцерковленных, маловоцерковленных и невоцерковленных людей. С точки зрения маркетинга это различные сегменты потребителей услуг религиозной направленности. Церковь охватывает большее число сегментов (воцерковленных, ма-

ловоцерковленных и невоцерковленных людей), стараясь максимизировать число своих членов, тогда как светские туристские предприятия сосредоточены в основном на двух сегментах (маловоцерковленные и невоцерковленные люди). Тем не менее, по численности охваченных потребителей, гражданские турфирмы ориентированы на большее их количество в своих сегментах и потому оказываются в более выгодном положении. Впрочем, считать церковь и светские турфирмы конкурентами было бы не совсем верно, поскольку они организуют свою деятельность по-разному и, в конечном итоге, преследуют разные цели.

Заключение

В субъектах ДВФО направление религиозного туризма и паломничества обладает высокой емкостью, допускающей прием большого количества туристов практически круглогодично. При четком позиционировании эти виды туризма могут привлечь инвестиции из соседних стран, поскольку не составляют прямой конкуренции для них. Этот вид туризма должен быть включен в программы развития туризма в регионе. Ему необходима поддержка государства. Во всех странах, где практикуют массовый религиозный туризм и паломничество государство принимает самое активное участие в его организации.

Учитывая обширное пространство ДВФО необходимо разрабатывать комбинированные туристские продукты с посещением нескольких субъектов за одну турпоездку. Для этого нужно налаживать взаимодействие администраций субъектов в сфере туризма.

Для развития религиозного туризма и паломничества необходимо более тесное взаимодействие государства и православной церкви. В настоящее время актуально строительство православных церквей не только в больших городах, но и в более мелких населенных пунктах. Если в больших городах храмы могут быть возведены за счет пожертвований, то в малых населенных пунктах это очень затруднено.

Целесообразно возродить искусство иконописи. Для этого необходимо вводить специальное образование и соответствующего профиля мастерские. Иконы могут найти спрос как для оформления больших и малых храмов, так и для приобретения гражданами и туристами. Это должны быть произведения искусства, а не безвкусные подделки.

Необходимо производить мониторинг спроса на религиозный туризм и паломничество в регионе и сопредельных территориях, тем более, что все методики для этого разработаны и опробованы [8]. Должна быть организована мощная адресная рекламная кампания продвижения сформированных продуктов религиозного туризма, организовано издание красочных альбомов и буклетов по религиозным святыням Русской Православной Церкви.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Христов Т.Т. Религиозный туризм. Учебное пособие. – М.: Издательский центр Академия, 2005. – 288 с.

2. World Tourism Organization UNWTO [Электронный ресурс] <http://www2.unwto.org/> (дата обращения 15.01.2013)
3. Мартышенко Н.С. Принципы формирования туристского кластера в Приморском крае // Экономика региона. – 2009. – №1. – С. 204–208.
4. Мартышенко Н.С. Конкурентное позиционирование предложения территориального туристского продукта Приморского края в Северо-Восточной Азии // Экономика и предпринимательство. – 2011. – №5. – С. 153–163.
5. Владивостокская Епархия [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.vladivostok.eparhia.ru/> (дата обращения 15.01.2013).
6. Темпл Стэй и путешествие по Корее [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rus-china.travel/korean/scpectours/1012.html> (дата обращения 15.01.2013).
7. Мартышенко Н.С. Формирование Ивент-стратегии развития въездного туризма в Приморском крае // Ивент маркетинг. – 2012. – № 3. – С. 155–160.
8. Мартышенко Н.С. Методическое обеспечение анализа поведения потребителей на региональном туристском рынке // Вестник Тихоокеанского государственного экономического университета. – 2005. – № 4. – С. 19–32.