

7. Korniak A., *Ekonomika turystyki*, Warszawa 1985
8. Korniak A., *Marketing usług turystycznych*, Wrocław 1985
9. Korniak A., *Zarządzanie turystyką*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1996
10. Pisera R., Starkowski M., *Branża szczególnych szans*, *Businessman Magazine* 1998, nr 2
11. *Program społeczno – gospodarczy Miasta Częstochowy*
12. Przeclawski K., *Turystyka a wychowanie*, Warszawa 1973
13. *Rocznik statystyczny woj. Częstochowskiego*, Częstochowa 1997
14. Wodejko S., *Czynniki wpływające na rozwój turystyki międzynarodowej „Ruch turystyczny”* nr 15, Warszawa 1975

ПОЛЬША И ПАЛОМНИЧЕСКОЕ ДВИЖЕНИЕ В ЕВРОПЕ В МАРКЕТИНГОВОМ АСПЕКТЕ

Агнешка Видавска, Изабелла Совер

*Факультет управления, Ченстоховский политехнический институт,
Ченстохова, Польша*

Главным паломническим центром в Европе является Lourdes. Сельский городок в связи с паломническим движением превратился в специальный религиозный центр. Ежегодно прибывает сюда около 5 мил. пилигримов из 120 стран. Наступило изменение и развитие гостиничной инфраструктуры и другой дополнительной: аэропорт, питание, магазины, супермаркеты и религиозные сувениры.

Другим периферийным городком является Fatima в Португалии. Его интенсивное общественно-хозяйственное и пространственное развитие наступило после второй мировой войны.

Огромное значение имеет движение к гробницам Апостолов Петра и Павла в Риме и Святого Якуба Великого в Сантьяго дэ Компостэлла.

Важное место в восточной Европе – это Загорск в России, в котором главным культурным объектом является Икона "Святой Троицы", а также гробница святого Сергия, одного из главных русских святых. Паломническое движение в Загорске несмотря на запреты и преследования не было прервано. Приняты специальные меры с целью подготовки этих мест для приезжих.

Всякое паломничество ведёт к развитию религиозных центров и окружающих их селений. Специализированные посёлки появляются

также вдоль паломнических дорог. Хозяйственная деятельность связана прежде всего с обслуживанием пилигримов. Одновременно вокруг них появляется характерный облик, в котором главное место занимают церкви, мавзолеи, гробницы, башни, минареты, а иногда кладбища, и места торжественных погребений (индуизм). Паломничество имеет иногда непосредственное влияние на изменения общественно экономических структур, главным образом за счёт развития некоторых отраслей промышленности (производства религиозных сувениров, полиграфия и другие). О роли данного места паломничества свидетельствуют такие факторы как: история места, его положение, транспорт, ночлеговая инфраструктура, пищевая и т.д., а также степень развития местной промышленности, связанной с религиозной функцией. Эти элементы определяют в значительной степени рамки популярности этого центра. Большие паломнические центры исполняют две функции. Интегрируют верующих и поддерживают религиозные традиции, а также возникает специальная субкультура (A. Jackowski 1991: 17, 22, 23).

В связи с важной ролью, которую исполняют центры, разработан совместный проект посещения самых важных мест в Европе, интегрируя этим всех пилигримов из разных стран, которые присоединились бы к этой группе путешествующих специальным поездом по этому случаю. По маршруту поезда который начинает свой путь из Лорето (Италия), должна быть Польша.

В Польше преобладают места связанные с Богородицей, которые принадлежат к католическому костёлу. Главными центрами являются: Ченстохова (Ясная Гора), Непокалянов, Варшава, Кальвария Зебжидовска, Гора Святой Анны, Лихень, Гнезно, Краков, Освенцим, Вамбежиц, Грабарка. Святыми местами, местностями со специализированной функцией паломничества являются: Ченстохова, Непокалянов, Лихень и Грабарка. В последнее время наблюдается радикальная перемена в общественной и возрастной структуре участников паломничества в Польше. Ещё не так давно в миграциях этого типа принимали участие прежде всего люди старшего возраста (напр. в Варшавской группе в Ченстохову пожилые люди составили 80% общего числа пилигримов). В настоящее время наступила радикальная перемена, теперь более 50% это школьники и студенты. Изменилась также общественно – профессиональная структура пилигримов. Закончилось доминирование деревенских и городских "домработниц". Всё больший процент составляют пилигримы из

городов и промышленно-городских агломераций: учащаяся молодёжь, представители рабочей среды и интеллигенция (A. Jackowski 1991: 58).

Ченстохова – самый большой центр паломничества в Польше.

Ченстохова является большим городским центром с развитой административной, промышленной и культурной функцией. В связи с важной религиозной функцией Ясной Горы во всём мире (4 – 5 млн. пилигримов ежегодно по сравнению с Фатимой и Лоурдес), в последние время наблюдается культ Чёрной Мадонны в США и Австралии. Этот центр характеризуется религиозной функцией, но за последние годы по политическим поводам в нём не велась работы, которые служили бы пилигримам. В момент перехода к рыночному хозяйству наступила перемена действий властей города и организации к паломничеству. Одновременно подчёркивается факт, что нет международных связей которые могли бы дать гостиницам бронировку и вывести Ченстохову на международный туристический рынок. Развитие паломничества ограничивается также недостатком развитой инфраструктуры. Большинство пилигримов прибывает в мае – сентябре (более 75%), из этого самое большое количество в июне и августе. Недостаток хорошей ночлеговой базы приводит к тому что, большинство пилигримов приезжает только на один день (A. Jackowski 1991: 95).

Рассматривая общее состояние инфраструктуры, связанное с обслуживанием пилигримов в Ченстохове можно сказать, что возникающие перемены в обслуживании туризма идут в хорошем направлении. Стоит обратить внимание на исторический облик города, структура которого связывается с городскими и туристскими структурами обслуживания.

Состояние инфраструктуры с общественной стороны доступности можно оценить всё лучше, потому что можно свободно пользоваться всеми торговыми местами без очередей. Некоторые недостатки имеются ещё в предложении и информации, главным образом из-за недостатка финансовых средств.

Ченстохова имеет много основных рекламных издательств на неплохом графическом уровне. Однако они не всегда содержат полную и деловую информацию о ценах, телефонах, способах пользования. Нет системы хорошей информации, соответствующей рекламы и других форм предложений в обслуживании паломничества (W. Bartoszewicz, A. Jagusiewicz, A. Łaciak 1997: 76,77). Разработана общественно-хозяй-

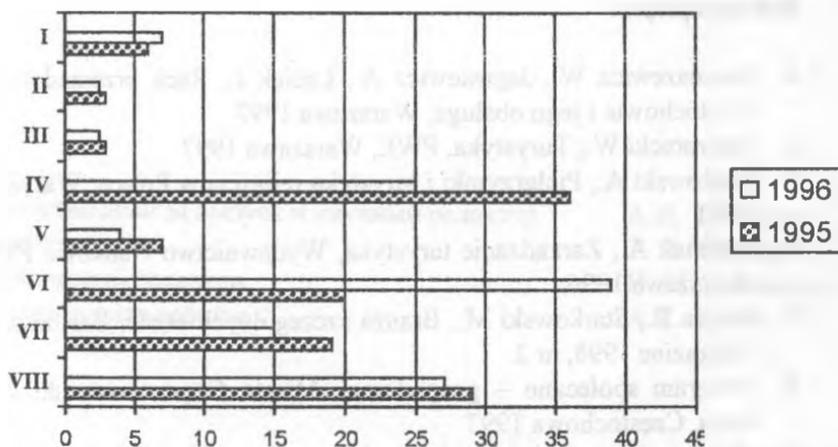
ственная программа до 2000 года, в которой находятся новые решения и постановления для реализации дальнейшего общественно-культурного развития:

- застройка места вокруг Ясногорского холма;
- развитие городской туристической информации;
- стимуляция развития туристической инфраструктуры;
- промоция инфраструктуры и туристических инвестиций;
- систематическое исследование туристского и паломнического движения;
- подписание договоров с городами-побратимами (Лоурдес и Лопето); (Program M. Częstochowy do 2000 roku, Częstochowa 1993).

Заключение

Несмотря на то, что мотивы религиозных туристских пребываний в Польше составляют небольшой процент (как показано на рис.) надо обратить внимание, какие возможности для развития многих местностей приносят приезды пилигримов.

Цель туристических посещений в Польше в 1995, 1996 гг. (в %).



- I. туризм
- II. приезды в родные места
- III. религиозные мотивы
- IV. покупки
- V. сезонная работа
- VI. дела
- VII. посещения
- VIII. типичная туристгика

Источник: личная разработка на оснований R. Pisera, M. Starkowski Businessman Magazine 1998 nr 2.

Надо иметь надежду, что переход к рыночному хозяйству сдвинет механизмы правильного и эффективного оборудования центров паломничества в ночлеговой и гастрономической базе а также разнообразное обслуживание и развитую торговлю. Однако нужна популяризация разных форм и образцов застройки культурно-религиозных центров с учётом зарубежных образцов и демонстрация властям возможных направлений и способов обслуживания пилигримов.

Библиография

1. Bartoszewicz W., Jagusiewicz A., Łaciak J., Ruch przejazdowy w Częstochowie i jego obsługa, Warszawa 1997
2. Gaworecki W., Turystyka, PWE, Warszawa 1997
3. Jackowski A., Pielgrzymki i turystyka religijna w Polsce, Warszawa 1991
4. Korniak A., Zarządzanie turystyką, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1996
5. Pisera R., Starkowski M., Branża szczególnych szans, Businessman Magazine 1998, nr 2
6. Program społeczno – gospodarczy Miasta Częstochowy do 2000 roku, Częstochowa 1993
7. Rocznik statystyczny woj. Częstochowskiego, Częstochowa 1997