
РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

УДК.910.3: 339.13

СОВРЕМЕННЫЙ МИРОВОЙ РЫНОК РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА И ПАЛОМНИЧЕСТВА

© 2025 г. П.Л. Караваев

*Смоленский государственный университет,
естественно-географический факультет, Смоленск, Россия
e-mail: karavaev_pl@mail.ru*

В статье изложены результаты анализа современного мирового рынка религиозного туризма и паломничества как одного из наиболее быстро растущих и перспективных секторов глобального туристского рынка. Актуальность темы статьи определяется спецификой, значением и динамикой религиозного туризма и паломничества как сектора мирового рынка туристских услуг. Религиозный туризм и паломничество – это путешествия, которые при внешнем сходстве, при более детальном анализе обнаруживают принципиальные различия. Главным объединительным критерием религиозного туризма и паломничества является их пространственная основа – совокупность религиозных местностей и объектов и привязанных к ним религиозных событий, на которые направлен интерес участников данных путешествий. Тем не менее, эксперты Всемирной туристской организации ООН рассматривают религиозный туризм и паломничество как единый вид туризма. По оценкам, на религиозный туризм приходится 85% доходов от продаж на мировом рынке религиозного туризма, на паломничество – 15%. Совокупные доходы от продаж на мировом рынке религиозного туризма и паломничества в 2024 г. составили до 1,35 трлн долл. США, или 14% мировой индустрии путешествий. Современный мировой рынок религиозного туризма и паломничества имеет высокий темп роста: согласно прогнозу на период 2025–2031 гг., в среднем за год 7%. Данному рынку присуще отчетливо выраженное сегментирование. В сегментировании по религии лидирует христианство (примерно 30% от совокупных доходов), на второй позиции – ислам (не менее 15%), на третьей и четвертой – индуизм и буддизм (порядка 10%). В структуре мирового рынка религиозного туризма и паломничества по типу активности на первом месте «посещение религиозных мест» – 60%, далее следуют «фестивали и мероприятия» – 25% и «паломничества» – 15%. Сегментирование данного рынка по возрасту путешествующих лиц в 2023 г. была следующим: 41–60 лет – 37,3%, старше 60 лет – 26,7%, 20–40 лет – 21,2%, моложе 20 лет – 14,8%. С точки зрения сегментирования по типу туристов, в 2024 г. до 70% всех прибытий на мировом рынке религиозного туризма и паломничества приходилось на внутренних посетителей.

Ключевые слова: религиозный туризм, паломничество, мировой рынок, параметризация рынка, доход от продаж, сегментирование рынка.

DOI: 10.5922/1994-5280-2025-2-8

Введение и постановка проблемы. Специалистами в области географии и экономики туризма написано большое число научных работ, исследующих религиозный туризм и паломничество как специальный (по функциональной классификации [2]) вид туризма. Как правило, большинство из них подчеркивают, что религиозный туризм и паломничество – это путешествия, которые при внешнем сходстве, при более детальном анализе обнаруживают принципиальные различия [1; 4; 7; 10; 16].

Известный специалист в области религиозного туризма С.Ю. Житенёв предлагает такие определения для понятий «религиозный туризм» и «паломничество»: религиозный туризм – светские путешествия с познавательными целями к святым местам и религиозным центрам, находящимся за пределами обычной среды туристов; паломничество – традиционный вид религиозной деятельности, которая представляет собой путешествие верующих людей с целью посещения и поклонения святыням, находящимся вне

пределов их постоянного места жительства [5]. В отечественных СМИ и научном туристском сообществе длительное время продолжалась дискуссия – является ли туризмом паломничество. Представители Московского патриархата, группа специалистов в области туризма доказывали, что паломничество не является туризмом. Основным аргументом был тот факт, что паломником движут совсем другие мотивы в отличие от туриста, который едет на отдых или экскурсию [8]. Цели и деятельность туристов и паломников во время совершения путешествий (даже в рамках специализированного, то есть совместного тура), как правило, сильно различаются, а зачастую противоположны. Паломники всегда совершают путешествие к святыням той религии, к которой принадлежат сами. А туристы могут и не быть приверженцами той религии, объекты которой посещают, или вообще быть людьми нерелигиозными.

Известный специалист в области религиозного туризма Т.Т. Христов предложил для религиозного туризма, по нашему мнению, удачный термин «религиозно-экскурсионный туризм» [8]. По сути, главным объединительным критерием религиозно-экскурсионного туризма и паломничества является их пространственная основа – совокупность религиозных местностей и объектов и связанных с ним религиозных событий, на которые направлен интерес участников данных путешествий. В какой-то мере это обстоятельство, а также совместное использование туристской инфраструктуры, позволяет хотя бы со статистической точки зрения сблизить религиозно-экскурсионный туризм и паломничество.

Религиозный туризм включен в список существующих видов туризма Всемирной туристской организацией ООН (ЮНВТО) [32]. Согласно определению туризма, используемому экспертами ЮНВТО, паломничество можно отнести к туризму. По законодательству Российской Федерации паломничество отличается от туризма [8]. 4 августа 2019 г. Государственной Думой была принята поправка к Федеральному Закону № 132 «Об основах туристской деятельности», в которой паломничество, а также поездки с религиозными целями могут организовывать только религиозные организации (храмы, монастыри и т.п.), причем либо самостоятельно, либо при заключении

специальных договоров с туристскими организациями. Эти меры позволят повысить уровень и качество посещения святых мест с религиозной целью, повысить ответственность православных паломнических центров за реализацию религиозных туров, качество содержания и формы паломнической практики в России [7].

И религиозно-экскурсионный туризм, и паломничество в современном мире реализуются преимущественно в рыночной экономической системе. Цель функционирования рынка названных видов путешествий – обеспечение взаимодействия между спросом и предложением на туристские услуги, удовлетворение потребностей туристов и получение прибыли поставщиками рыночных услуг. В контексте нашего исследования понимание и признание принципиальных различий между религиозно-экскурсионным туризмом и паломничеством поставщиками услуг – очень важное условие, так как туроператоры, турагентства и другие субъекты, формирующие предложение на туристском рынке, четко различают специфику названных двух групп путешественников, и в соответствии с этим дифференцируют работу с ними. В дальнейшем для краткости мы будем использовать понятие «религиозный туризм», подразумевая «религиозно-экскурсионный туризм».

В религиозном туризме и паломничестве существуют рынки разных территориальных иерархических уровней – локальном, районном, национальном, субрегиональном, региональном, глобальном.

Цель данной статьи – рассмотреть опыт количественной и структурной параметризации (измерения) современного мирового рынка религиозного туризма и паломничества как одного из наиболее быстро растущих и перспективных секторов глобального туристского рынка. Параметризация трактуется как элемент системного анализа, заключающийся в выделении существенных параметров (характеристик), их описании и определении численных значений исследуемого явления [3]. Для достижения поставленной цели исследования решаются три задачи. Первая – уточнить состав (границы) рынка религиозного туризма и паломничества как экономического вида деятельности при разных исследовательских подходах; вторая – определить на основе сравнительно-

го анализа объем (масштаб) мирового рынка религиозного туризма и паломничества и прогноз его динамики в среднесрочной перспективе; третья – попытаться количественно оценить важнейшие сегменты мирового рынка религиозного туризма и паломничества.

Обзор ранее выполненных исследований. Как уже отмечалось, специалистами в области географии и экономики туризма написано большое число научных работ, исследующих религиозный туризм и паломничество. Работ, в которых делается акцент на исследовании религиозного туризма именно как экономической сферы деятельности намного меньше. Так, анализ научных произведений, которые аккумулированы в Российской электронной научной библиотеке eLIBRARY.RU, дал следующий результат. На поисковый запрос «мировой рынок религиозного туризма» был выдан итог «найденно 20 611 результатов». При этом анализ первых трех тысяч статей выявил, что только в 93 из них в названии содержится слово «рынок» и его производные словоформы, а 22 из этих 93 статей не относятся к туристской тематике. Из остальных 71 туристской статьи ни одна из них не является работой о мировом рынке религиозного туризма, а также нет работ, которые бы были посвящены исследованию макрорегионов, таких как Западная Европа, Южная Азия или Латинская Америка, и даже на страновом уровне подобные работы единичны [6]. Поскольку поисковые компьютерные системы работают по принципу релевантности, с высокой долей вероятности можно предположить, что и в оставшейся части непроанализированного перечня статей общий результат будет схожим. На поисковый запрос в электронной научной библиотеке CyberLeninka «мировой рынок религиозного туризма» машина выдала итог «найденно 1000 результатов». Однако при внимательном ознакомлении с научными статьями выяснилось, что ни одна из них не является работой о мировом или региональном рынке религиозного туризма, а фактически это все имеющиеся в библиотеке CyberLeninka статьи о туризме.

Анализ открытых научных публикаций и названий публикаций с помощью машинного перевода, доступ к которым закрыт или ограничен, на основных европейских и китайском языках, с высокой степенью

вероятности позволяет предположить, что опыта написания подобной статьи не предпринималось. Среди научных произведений, которые содержат значимые теоретические, фактологические и статистические материалы (в том числе и ретроспективные), относящиеся к теме исследования, можно отметить следующие работы.

В статье А.М. Падурян и М.Л. Талэ «Измерение религиозного туризма» (2008) о состоянии и перспективах развития религиозного туризма в Румынии [29] помещен раздел «Религиозный туризм в цифрах». В нем авторы, ссылаясь на Всемирную ассоциацию религиозных путешествий как источник, приводят статистические данные о мировом рынке туризма с религиозными целями, доходы на котором в 2006 г. составили 18 млрд долл. США. Также указывается что, количество путешествий на этом рынке достигает 300 млн. Дополнительно приводятся некоторые экономические показатели, такие как средняя стоимость религиозного тура на рынке (около 1 700 долл. США). Естественно, что эти данные являются ретроспективными и не отражают современные параметры мирового рынка религиозного туризма и паломничества. К тому же, их правдоподобность вызывает большие сомнения: если среднюю стоимость религиозного тура умножить на число путешествий, то получается не 18, а 510 млрд долл. США.

В целом весьма качественным научным произведением является статья А.К. Гриффина и Р. Раджа «Значение религиозного туризма и паломничества: размышления об определениях, мотивах и данных», опубликованная в «Международном журнале религиозного туризма и паломничества» в 2018 г. [16]. В этой дискуссионной статье рассматривается тема религиозного туризма и паломничества с точки зрения туристской индустрии, анализируются определения, состав рынка, мотивация участников и масштаб «туристско-паломнического продукта» на глобальном уровне. Но статистические данные, характеризующие рынок религиозного туризма и паломничества, вероятно, заимствованы из статьи А.М. Падурян и М.Л. Талэ [29], и являются устаревшими.

Представляет интерес статья О. Давлатовой «Паломнический туризм в мировой экономике: особенности и тенденции развития» (2022), в которой дается оценка социального

и экономического значения паломничества как части мирового рынка религиозного туризма и паломничества [10]. В статье более подробно освещается сегмент мусульманских религиозных поездок, частью которых является так называемый «халяльный туризм» (то есть в соответствии с канонами ислама). Согласно данным, приводящимся в статье, масштабы мирового паломнического рынка в 2019 г. составили 185 млрд долл. США, а занятость в этом секторе – более 5 млн чел.

Заслуживает внимания статья Л.С. Будович на английском языке «Воздействие религиозного туризма на экономику и туристскую индустрию» [9]. В этой статье с помощью статистико-математических методов доказывается большое воздействие православного религиозного туризма на экономику и туристскую индустрию отдельных городских центров России, и возможности применения разработанной методики для анализа других стран с иными доминирующими религиями.

Следует упомянуть еще одну статью, хотя в ней ни разу не употребляется понятие «рынок». В концептуальной статье О.Е. Афанасьева и А.В. Афанасьевой «Религиозный туризм как тренд мировой и российской туристической индустрии: концептуальная сущность и модели развития» (2019) выдвигается гипотеза, что термин «религиозный туризм» устарел, и в современную эпоху целесообразнее трактовать его более широко, как «духовный туризм» [1]. В доказательство этого предположения авторы обстоятельно исследуют природу религиозного туризма и паломничества и приводят аргументы своей научной позиции.

Приходится констатировать, что количество научных работ, в которых в фокусе исследования находится именно мировой рынок религиозного туризма и паломничества, и его параметризация, увеличивается, но остается небольшим.

Материалы и методика исследования. Основными источниками статистической, маркетинговой информации и аналитических материалов по заявленной теме являются несколько крупных компаний и фирм по исследованию рынка и консалтингу, базирующихся главным образом в США, Индии, Китае и некоторых странах Евросоюза, публикующие маркетинговые аналитические доклады

на регулярной основе и выполняющие разнообразные аналитические исследования по заказу клиентов. Это такие компании и фирмы как Cognitive Market Research (средний объем доклада 250 с.), Market Research Intellect (220 с.), Verified Market Reports (210 с.), Verified Market Research (200 с.), The Business Research Company (175 с.), Business Research Insights (145 с.), Coherent Market Insights (130 с.), MarketUS и некоторые другие. К сожалению, для рядовых исследователей названные доклады являются слишком дорогостоящими информационно-аналитическими продуктами (до 4,5 тыс. долл. США за один доклад), так как они ориентированы на крупных потребителей, таких как государственные органы управления и бизнес-организации. В открытом доступе размещаются лишь аннотации докладов и пресс-релизы, содержащие информацию общего характера и минимальные статистические данные. Это объективное обстоятельство не позволяет провести более глубокое исследование рынка религиозного туризма и паломничества фактически на всех территориальных уровнях. Названная трудность отчетливо прослеживается во всех сколько-нибудь значимых научных работах по количественному исследованию рынка религиозного туризма и паломничества у большинства зарубежных исследователей, проявляясь и в том, что ссылки на аналитические доклады, как правило, отсутствуют.

Помимо указанных источников, в качестве информационной базы в статье использованы официальные и открытые данные нескольких международных и специализированных организаций, таких как ЮНВТО, Всемирный совет по путешествиям и туризму (WTTC), издающиеся с 2015 г. доклады «Глобальный индекс мусульманских путешествий», создаваемые совместно компаниями CrescentRating и MasterCard [14; 15], «Международный журнал религиозного туризма и паломничества» [31], статьи отдельных специалистов в сфере рынка религиозного туризма и паломничества [9; 29].

Полученные результаты и их обсуждение. Как отмечалось ранее, во многих и отечественных и зарубежных научных работах о мировом рынке религиозного туризма и паломничества его базовое определение отсутствует. Так, С.Ю. Житенёв упомина-

ет понятие «рынок религиозного туризма» в своей обстоятельной монографии «Религиозное паломничество в христианстве, буддизме и мусульманстве: социокультурные, коммуникационные и цивилизационные аспекты», но точного определения ему не дает [5]. Известный специалист в области религиозного туризма Т.Т. Христов тоже использует названное понятие в авторском учебнике для высших учебных заведений, но также никакого определения ему не дает [8, с. 12]. Также, приходится констатировать, что понятие «рынок религиозного туризма» используют многие специалисты, но не дают ему никакого определения. По мнению автора, мировой рынок религиозного туризма и паломничества представляет собой сектор глобального туристского рынка, ориентированный на обслуживание путешественников, стремящихся посетить значимые религиозные центры, объекты и духовные события, и получение прибыли от этой деятельности.

Тесно взаимосвязанной проблемой с экономической институционализацией сферы религиозного туризма и паломничества является сложность количественного измерения данного сектора туристского рынка, его важнейших параметров (статистические показатели), таких как объем операций (доходы от продаж), прибыль, расходы потребителей (посетителей), доходы от экспорта туристских услуг, число прибытий, показатели финансово-экономической деятельности компаний и предприятий, цены на туристские услуги, затраты на маркетинг и рекламу. А она, в свою очередь, напрямую зависит от успешности решения столь же непростой научно-практической задачи, как определение конкретного состава рынка религиозного туризма и паломничества. На этот счет существуют сильно различающиеся мнения и конкретные количественные данные представителей официальных структур (администраций, организаций и т.д.), экспертных групп, и отдельных специалистов.

Так, по мнению А.В. Бабкина [2], индустрия религиозного туризма является составной частью всей туристской индустрии. Данный специалист выделяет в ее составе следующие четыре сегмента [2, с. 14]:

1) предприятия размещения – совокупность специализированных средств размещения (гостиниц, кемпингов, общежитий, монашеских келий);

2) предприятия питания – совокупность специализированных предприятий общественного питания;

3) транспортные предприятия;

4) религиозные объекты показа:

– культовые сооружения (монастыри, святылища, храмы, храмовые комплексы, капеллы, часовни и т.д.);

– природные объекты культа (святые источники, рощи, реки, озера, пруды и т.д.);

– объекты культа малых форм (придорожные кресты, алтари, капища и т.д.).

Согласно публикации компании Verified Market Reports названный рынок включает в себя поездки с целью религиозной или духовной деятельности, такой как паломничества, посещение религиозных мест или участие в религиозных мероприятиях, в него вовлекаются различные отрасли, от сектора размещения до розничной торговли и здравоохранения [15]. По мнению А.К. Гриффина и Р. Раджа, религиозный туризм и паломничество включает в себя традиционное паломничество; религиозный туризм; церковный туризм (посещение домов/молитвенных мест и святынь по культурным, историческим и архитектурным причинам, а не по религиозным мотивам); религиозные события; миссионерство и волонтерство; уединения (retreats) (посещение монастырей и гостевое пребывание – ретриты подразумевают некоторую форму интроспективной деятельности типа медитации или молитвы, условия ретрита варьируются от спартанских до роскошных); студенческая/молодежная деятельность; круизы, основанные на вере; религиозные маршруты; отдых/совместные каникулы/поездки; духовное паломничество; светское паломничество (путешествия, которые намеренно или непреднамеренно включают в себя значимый, преобразующий опыт, выходящий за рамки нормы, который влияет на систему убеждений человека) [16]. По мнению экспертов Business Research Company рынок религиозного туризма включает доходы, полученные субъектами от предоставления религиозных и паломнических поездок и туров, размещения и духовных практик (занятий йогой и др.). Рыночная стоимость включает стоимость сопутствующих товаров, проданных поставщиком услуг или включенных в предложение услуг. Включаются только товары и услуги, проданные между субъектами или проданные конечным

потребителям [21]. В совместном исследовании компаний Molgo и ETFI утверждается, что религиозный туризм – это ниша в сегменте культурного туризма, включающая четыре специализированные ниши: паломничества, посещение святых мест, туристские поездки в церкви, мечети и храмы, а также путешествия с целью миссии или поклонения [30]. По мнению экспертов исследовательско-аналитической компании MarketUS, рынок религиозного туризма состоит из услуг и продуктов, предназначенных для путешественников, посещающих религиозные направления. Сюда входят транспорт, размещение, экскурсии и религиозные товары [23].

Таким образом, можно констатировать, что существует два подхода к определению состава (границ), и соответственно, объему рынка религиозного туризма и паломничества – расширенный [2; 15; 16; 32] и суженный [23; 30].

Сложность количественного измерения мирового рынка религиозного туризма и паломничества ярко проявляется и в том, что ЮНВТО в своих публикациях не приводит никаких экономических оценок или показателей, делая упор на числе прибытий или посетителей. В течение десятилетия, предшествовавшего пандемии Ковид-19, число посетителей, связанных с религиозным туризмом, несмотря на мировые геополитические, финансовые и экономические кризисы, быстро возрастало. По оценке экспертов ЮНВТО, в 2018 г. в мире было 1 408 млн международных туристских прибытий, из которых 450 млн, или примерно треть приходились на путешествия с религиозно-паломническими целями [32].

В докладе маркетинговой компании Mintel Group Ltd, констатировалось, что о религиозном туризме, как секторе туристского рынка, мало надежных статистических данных, в частности о его величине и значении в мировом туризме в целом [20]. Основной причиной называлось несовершенство статистического наблюдения: многие страны измеряют прибытия туристов, используя классификацию, которая не выделяет такие цели поездки как «религия» и/или «паломничество». В большинстве случаев религиозные туристы объединяются с посетителями «другого отдыха», при этом большинство европейских стран классифи-

цируют въездных туристов по номинациям «отдых / отпуска», «другой отдых», и «бизнес / конференция». Туризм с религиозными и паломническими целями имеет более качественное статистическое измерение, как правило, в странах, где он популярен и значим для местной экономики – Италии, Испании, Греции, Саудовской Аравии, Израиле, Иране, Республике Корея, Японии, Египте, Бразилии, Мексике и др. В таблице 1 представлены статистические данные, отражающие объем и прогнозы среднегодовых темпов динамики в краткосрочной перспективе названного мирового рынка, опубликованные в разных источниках информации (табл. 1).

Нетрудно заметить, что все показатели объема рынка разделяются на три сильно различающиеся по величине условные группы: 1) 1 070–1 355 млрд долл. США, 2) 175–255 млрд долл. США, и 3) 15–55 млрд долл. США. Возникает резонный вопрос, какая из этих групп более точно отражает объем мирового рынка религиозного туризма и паломничества? Без анализа взаимосвязанных и косвенных статистических данных, ответить на этот вопрос не представляется возможным.

В докладе компании Verified Market Reports [15] указывается, что в 2022 г. мировой рынок религиозного туризма оценивался в 18,2 млрд долл. США. Эта цифра неправдоподобна хотя бы потому, что по данным Всемирной ассоциации религиозных путешествий (World Religious Travel Association) доходы мировой индустрии религиозных путешествий в 2006 г. составили 18 млрд долл. США [29]. Маловероятно, чтобы этот сектор рынка, с учетом того, что в последующие годы мировой туристский рынок существенно вырос, не увеличился. Можно привести и такой аргумент. Далее в тексте этого же доклада сообщается, что Италия, в пределах столицы которой находится центр католического мира государство Ватикан, а по всей стране разбросаны различные другие католические святыни, ежегодно принимает миллионы посетителей, и туризм ежегодно вносит в экономику более 14 млрд евро. По официальным данным, в 2022 г. поступления только от международного туризма в Италии составили 43,7 млрд долл. США (40,9 млрд евро) [32]. Очевидно, что цифра 18,2 млрд долл. США, равная величине мирового

Таблица 1. Объем и прогноз динамики мирового рынка религиозного туризма и паломничества по разным источникам данных

Источник данных	Год	Доход от продаж на рынке религиозного туризма ¹ (млрд долл. США)	Прогнозные среднегодовые темпы динамики (в %, период)
Religious Tourism Market Size and Forecast. Report. Verified Market Research (компания по исследованию рынка и консалтингу). 2024 (Mart).	2020	1 071,0	6,0 (2021–2028 гг.)
Raje K. Religious Tourism Market Report 2025 (Global Edition). 8th ed. Cognitive Market Research (исследовательско-аналитическая компания). 2024 (December)	2024	1 354,8	7,0 (2025–2031 гг.)
Religious Tourism Market Size and Trend. Coherent Market Insights (глобальная организация по исследованию рынка и консалтингу). 2024 (April)	2024	1 293,7	6,5 (2025–2031 гг.)
Доклад об исследовании мирового рынка религиозного туризма (на кит. яз.). Report World (компания по исследованию рынка и консалтингу). 2023 (август).	2022	1 210,0	6,4 (2023–2028 гг.)
Religious Tourism Market Size, Share & Trends. Report. Grand View Research (компания по исследованию рынка и консалтингу). 2024.	2023	254,3	15,3 (2024–2030 гг.)
Religious Tourism Market. Report. MarketUS (исследовательско-аналитическая компания). 2025 (Jan.).	2024	234,6	14,5 (2025–2034 гг.)
Religious Tourism Market Size. Report. Market Research Intellect (компания по исследованию рынка и консалтингу). 2025 (February).	2023	181,6	8,4 (2024–2030 гг.)
Religious Tourism Global Market Report 2025. The Business Research Company (компания по исследованию рынка и консалтингу). 2025 (Jan.).	2024	175,0	8,5 (2025–2034 гг.)
Religious Tourism Market Size, Share, Growth. Report. Business Research Insights (компания по исследованию рынка и консалтингу). 2024.	2024	50,4	8,7 (2024–2032 гг.)
Христов Т.Т. Религиозный туризм: учебник для вузов. М.: Юрайт, 2024.	?	23–25	–
Global Religious Tourism Market: Growth Trends & Insights in 2032. Report. Vantage Market Research & Consultancy Services (компания по исследованию рынка и консалтингу). 2024.	2023	15,5	10,2 (2024–2032 гг.)

¹ На английском языке – religious tourism market sales revenue.
Источники: составлено автором по: [8; 14; 19; 21; 23–28; 34].

рынка религиозного туризма и паломничества, никак не может соответствовать действительности.

Показатели величины рынка в диапазоне 175–255 млрд долл. США (вторая группа), также следует признать заниженными. Например, еще в докладе «Глобальный индекс мусульманских путешествий 2015» прогнозировалось, что доходы в исламском сегменте международного рынка туризма и паломничества к 2020 г. возрастут до 200 млрд долл. США [14], что никоим образом не согласуется с показателями второй группы. В докладе компании Report World отмеча-

ется, что в 2022 г. объем китайского рынка религиозного туризма составил 1,23 трлн юаней, или примерно 170 млрд долл. США по обменному курсу [34]. Эта цифра тоже не согласуется с масштабом мирового рынка, оцениваемого в 175–255 млрд долл. США.

Наиболее близки к действительной величине мирового рынка религиозного туризма и паломничества, по нашему мнению, показатели третьей группы в диапазоне 1 070–1 355 млрд долл. США. Они хорошо соотносятся с другими важными показателями глобальной туристской индустрии. В частности, по оценке экспертов Все-

мирного Совета по путешествиям и туризму (ВСПТ, WTTC), в 2023 г. на мировую индустрию путешествий и туризма приходилось 9,2% мирового ВВП, или 9,5 трлн долл. США [33]. То есть доля сектора религиозного туризма и паломничества в мировой индустрии путешествий составляла 11–14%, что вполне реалистично.

Проанализируем более подробно несколько наиболее важных характеристик мирового рынка религиозного туризма и паломничества, таких как сегментирование по типу туристов, по религии, по типу активности, сегментирование туристов по возрасту, географическое сегментирование по регионам и ведущим национальным рынкам.

С точки зрения сегментирования по типу туристов, согласно докладу компании по исследованию рынка и консалтингу Future Market Insights, Inc., в 2024 г. 63,2% всех прибытий на мировом рынке религиозного туризма и паломничества приходилось на внутренних посетителей [11]. Этот же показатель в том же году, по данным доклада компании MarketUS, составил 70,5% [23]. Интересно, что, согласно прогнозу экспертов компании MarketUS, эта пропорция будет весьма стабильной, и к 2034 г. доля внутренних посетителей оценивается в 69,9% [23]. Это доминирование можно объяснить более легкой транспортной доступностью, более низкими затратами и более простым планированием, связанным с посещением религиозных центров, объектов и событий в пределах собственной страны. В то же время, иностранные туристы, хотя численно их меньше, тратят значительные средства, путешествуя через границы с религиозными целями, поскольку их вдохновляет желание изучить иные религиозные культуры и посетить всемирно значимые духовные мероприятия [23]. Таким образом, оба сегмента важны: внутренний туризм обеспечивает постоянный и более крупный поток посетителей к религиозным объектам, а международные туристы приносят более высокую экономическую выгоду в расчете на одну поездку [23].

Очень сложной с точки зрения точного количественного измерения является сегментирование рынка по религиям. Эти данные отличаются выраженной неполнотой. В 2023 г. христианство было первым в сегментировании по религиям с долей в доходах

от продаж 30,2%, что обусловлено в первую очередь большой численностью его последователей и связанной с ним паломнической деятельностью [23]. Это доминирование подкрепляется наличием многочисленных ключевых исторических и культурных объектов, связанных с христианством в Европе, на Ближнем Востоке и в некоторых частях Африки и Америки. Эти места являются не только духовными центрами, но и имеют большое историческое и культурное значение, привлекая как паломников, так и светских туристов [23]. Согласно докладу компании Vantage Market Research & Consultancy Services этот же показатель был ниже и равнялся 24,5% в 2023 г. [14].

Ислам, с его богатым историческим вкладом и такими значимыми достопримечательностями, как Мекка и Медина, играет важнейшую роль в религиозном туризме, особенно в периоды хаджа и умры [23]. По ретроспективному прогнозу доходы в исламском сегменте рынка религиозного туризма и паломничества к 2020 г. оценивались в 200 млрд долл. США [12], что приблизительно должно было составить 14% мирового рынка. Причем эти данные относятся только к международному туризму, если же учесть и внутренний туризм, то цифра, вероятно, существенно увеличится. Приверженцы ислама являются самой быстрорастущей религиозной группой населения в мире. Прогнозируется, что к 2030 г. мусульмане составят до 27% населения мира, включая расширяющийся средний класс с растущей покупательной способностью [13]. Внутри исламского туризма в последнее десятилетие активно развивается так называемый «халяльный туризм», то есть путешествия в соответствии с канонами ислама. Для туристского бизнеса, развивающее это направление обслуживания, важно соответствовать определенным религиозным требованиям, таким как приготовление пищи по правилам халяль, адаптация времени приема пищи во время Рамадана, исключение алкогольных напитков, предоставление молитвенных помещений, предоставление отдельных бассейнов для мужчин и женщин и предложение развлечений, рассчитанных на мусульман и др. Халяльные туристы часто путешествуют со своими семьями и поэтому для них характерен более продолжительный средний срок пребывания в дестинациях [30].

Индуизм привлекает туристов древними храмами и священными праздниками, в основном в Индии, Непале и Шри-Ланке, способствуя увеличению своей доли на рынке благодаря ярким культурным и духовным праздникам [23]. Общей оценки доли индуизма на рынке религиозного туризма и паломничества в открытых источниках найти не удалось. Но доля Индии – важнейшего индуистского рынка – в 2023 г. составляла 5–10% объема доходов от продаж на мировом рынке религиозного туризма и паломничества [17; 19]. Буддизм предлагает спокойный опыт паломничества, привлекая туристов своими мирными монастырями и духовными учениями преимущественно в Юго-Восточной, Восточной и Южной Азии [23]. О величине этого сегмента судить затруднительно, так как соответствующей статистики в открытом доступе найти не удалось.

Иудаизм, хотя и представлен относительно небольшим числом приверженцев, сосредоточен вокруг значимых исторических и религиозных мест в Израиле и некоторых частях Европы, предлагая туристам и паломникам приобщение к глубоким историческим связям и культурному наследию [23]. Определить величину этого сегмента в силу отсутствия данных также весьма затруднительно.

Данных о структуре мирового рынка религиозного туризма и паломничества по типу активности немного, но в докладе компании Verified Market Reports она характеризуется такими цифрами (2023 г.): наибольшая доля приходится на «посещение религиозных мест» – 60%, далее следуют «фестивали и мероприятия» – 25% и «паломничества» – 15% [15]. В статье О. Давлатовой приводятся некоторые статистические факты о мировом паломничестве. Утверждается, что в 2019 г. 80% рынка паломнических путешествий приходилось на девятнадцать стран (без конкретизации их названий), и сумма доходов от продаж на указанном рынке в этих 19 странах составляла 148 млрд долл. США, или примерно 14% объема доходов от продаж на мировом рынке религиозного туризма и паломничества [10].

Сегментирование мирового рынка религиозного туризма и паломничества по возрасту путешествующих лиц в 2023 г. было следующим: 41–60 лет – 37,3%, старше 60 лет – 26,7%, 20–40 лет – 21,2%, моложе 20

лет – 14,8% [23]. Возрастная группа 41–60 лет часто имеет более стабильные финансовые ресурсы и время, что облегчает поездки в целях обогащения духовного и культурного опыта. Люди старше 60 лет, часто пенсионеры, имеют и время, и желание совершать религиозно-паломнические путешествия, уделяя особое внимание духовному обогащению и обретению гармонии с окружающей действительностью в дальнейшей жизни. Группа 20–40 лет, хотя и находится на ранних этапах своей карьеры, проявляет растущий интерес к путешествиям, сочетающим духовный рост с отдыхом, что отражает их меняющиеся предпочтения в путешествиях. Представители возрастной группы до 20 лет часто путешествуют с семьей в религиозных целях, принимая участие в семейном и образовательном религиозном опыте. Каждая возрастная группа вносит свой уникальный вклад в поддержание функциональности рынка религиозно-паломнических путешествий, имея разные мотивы и возможности для таких поездок, что отражает более широкие демографические тенденции и культурные сдвиги [23].

Статистические данные, отражающие географическую структуру мирового рынка религиозного туризма и паломничества на двух верхних иерархических уровнях, – региональном и страновом – также сильно разнятся в зависимости от источников информации (рис. 1). Это проявляется даже в определении лидирующего региона. Наиболее часто в качестве такового указываются Азиатско-Тихоокеанский регион или Северная Америка, но их доли на мировом рынке религиозного туризма и паломничества тоже имеют значительные амплитуды. По данным компании Cognitive Market Research, в 2023 г. на рынке доминировала Северная Америка. На ее долю пришлось 36,7% доходов от продаж благодаря разнообразию значимых религиозных достопримечательностей и культурных объектов региона, привлекающих как внутренних, так и иностранных туристов. Высокий располагаемый доход, развитая туристская индустрия и сильный акцент на духовном и культурном туризме стимулируют спрос на путешествия, основанным на вере [19].

Азиатско-Тихоокеанский регион растет с самыми быстрыми среднегодовыми темпами объема доходов от продаж на рынке

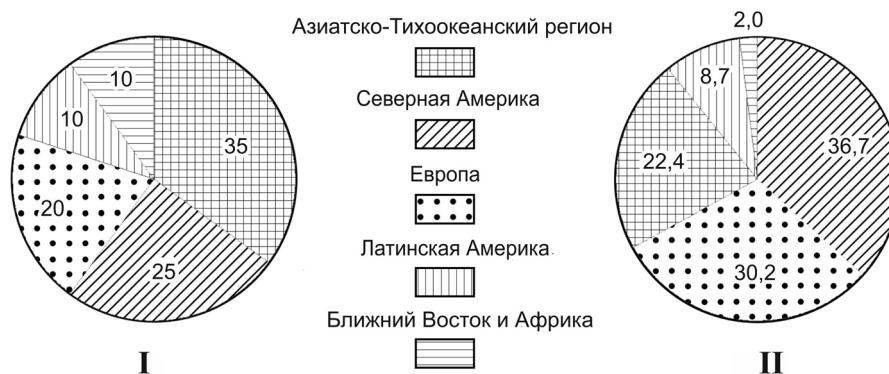


Рис. 1. Региональная структура мирового рынка религиозного туризма и паломничества по доходам от продаж по разным источникам информации (доля в доходах от продаж; в %; 2023 г.).

Источники информации для диаграмм: I – Global Religious Tourism Market Size. Verified Market Reports. 2025;

II – Raje K. Religious Tourism Market Report 2025. 8th ed. Cognitive Market Research. 2024.

религиозного туризма и паломничества благодаря своему богатейшему культурному и религиозному наследию, включающему многочисленные значимые духовные места и фестивали. Рост располагаемых доходов, урбанизация и растущий интерес к духовному и культурному опыту стимулируют спрос. Улучшенная инфраструктура, доступность мест паломничества и разнообразные религиозные практики региона привлекают как внутренних, так и иностранных туристов, подпитывая быстрый рост рынка [19].

С точки зрения прогнозирования темпов динамики доходов от продаж, согласно данным аналитической компании Cognitive Market Research, в 2024–2031 гг., рейтинг регионов будет следующим (в %): Азиатско-Тихоокеанский регион – 9,0, Ближний Восток и Африка – 6,7, Латинская Америка – 6,0, Европа – 5,5, Северная Америка – 5,2 [19]. На страновом уровне ведущими рынками религиозного туризма и паломничества (составляющими первую десятку) являются США, Китай, Индия, Германия, Великобритания, Канада, Россия, Мексика, Япония, Франция (рис. 2) [19]. В 2023 г. на них суммарно приходилось 76,0% доходов от продаж на мировом рынке [19].

Прогнозируемые темпы динамики доходов от продаж на рынке религиозного туризма и паломничества по странам в период 2024–2031 гг. представлены на рис. 3. Наиболее быстрым ростом в указанный период (более 8,0% в год) будут отличаться Индия, Австралия, Китай и Республика Корея.

Австралия попала в эту группу благодаря либеральной миграционной политике, профессиональному плюрализму, состоянием общественной безопасности и активными официальными кампаниями по привлечению иностранных туристов. По переписи населения 2021 г. 69% австралийцев родились в других странах. Рейтинг крупнейших стран по численности мигрантов был следующим – Великобритания, Индия, Китай, Новая Зеландия, Филиппины, Вьетнам и ЮАР.

На мировом рынке туризма и паломничества работает большое число компаний, предлагающие разнообразные турпродукты и услуги для лиц, путешествующих с религиозными целями. По степени специализации именно на религиозном туризме и паломничестве можно указать три группы компаний (табл. 2). Первая – крупные транснациональные компании-туроператоры, которые предлагают и религиозно-экскурсионные и паломнические туры, но доходы от их реализации, как правило, составляют очень небольшую долю в обороте компании. Вторая группа – средние и небольшие компании, которые организуют только религиозно-экскурсионные туры (не работая с паломниками), но доходы от их реализации, как правило, составляют существенную долю в обороте. Третья группа – небольшие компании, которые организуют почти исключительно паломнические туры, и доходы от их реализации, как правило, составляют 100 или почти 100% в обороте [23]. Многие компании имеют очень высокую деловую

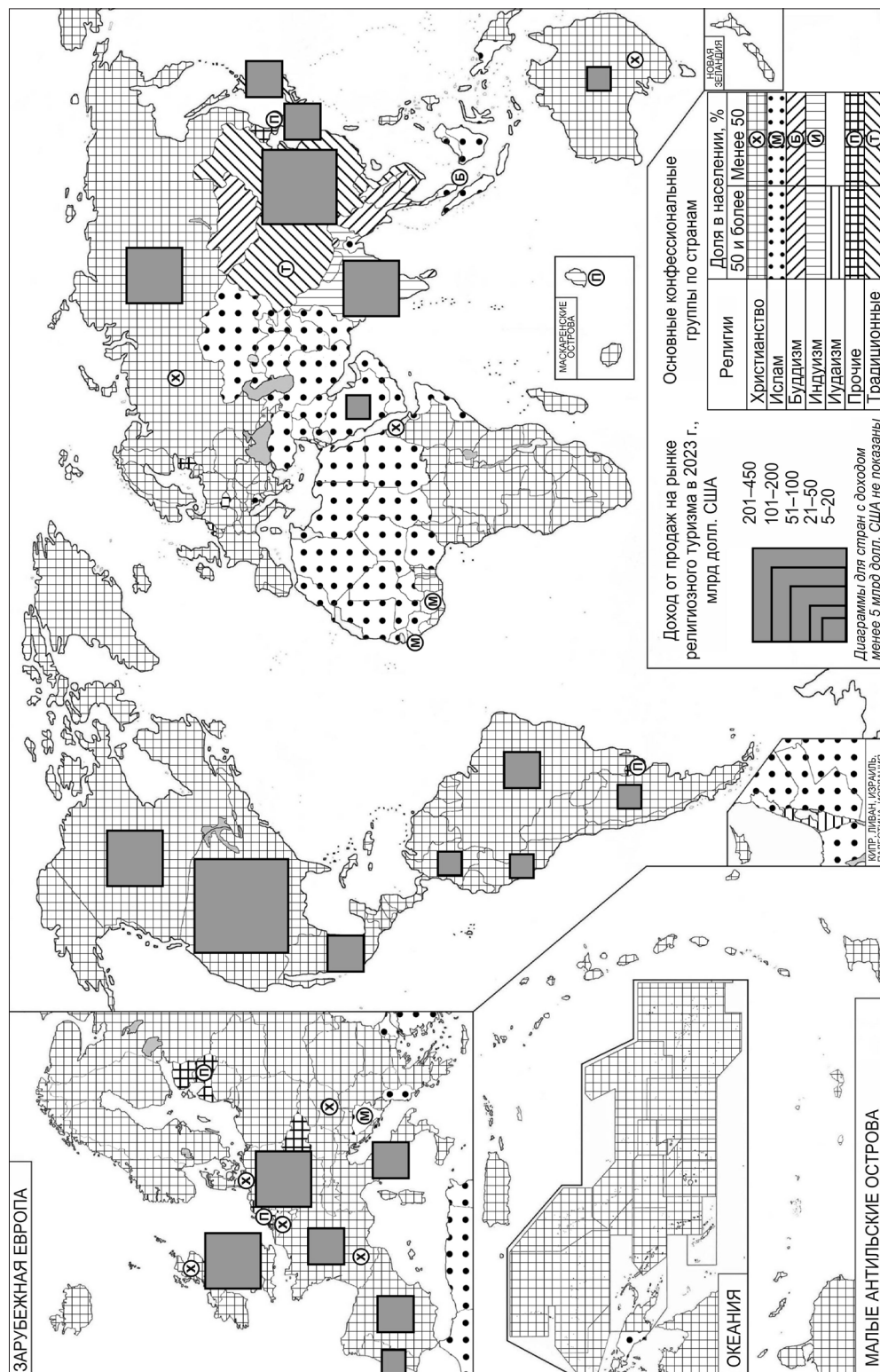


Рис. 2. Основные конфессиональные группы в странах и ведущие страны мирового рынка религиозного туризма и паломничества. Источники: составлено и рассчитано автором по: [18; 19; 22; 26; 27].

Таблица 2. Три группы компаний, оперирующих на мировом рынке религиозного туризма и паломничества (примеры)

Название компании (в скобках – год основания)	Местоположение штаб-квартиры	Виды экономической деятельности	Доход (млн долл. США, 2024 г.)	Число сотрудников (чел., 2024 г.)
<i>Неспециализированные крупные транснациональные компании</i>				
Booking Holdings Inc. (1996)	Норуолк, Коннектикут (США)	технологии в туризме	23 740	24 300
Expedia Group, Inc. (1996)	Сиэтл (США)	технологии в туризме	13 690	16 500
American Express Global Business Travel (2014)	Нью-Йорк (США)	менеджмент путешествий	7 788	18 988
<i>Средне- и малоспециализированные компании</i>				
Viator, Inc. (1995)	Нидем, Массачусетс (США)	туризм, религиозные туры	737	391
Kesari Tours Pvt (1984)	Мумбаи (Индия)	туры в центры индуизма, туризм	697	943
Frosch International Travel LLC (1972)	Хьюстон (США)	туризм, досуг	470	1 300
Collette Travel Service (1918)	Потакет, Род- Айленд (США)	религиозные путешествия, досуг	370	1 045
Trafalgar Travel (1947)	Торонто (Канада)	туризм, гостеприимство	100	350
<i>Небольшие высокоспециализированные компании</i>				
Wendy Wu Tours (1998)	Лондон (Великобритания)	религиозный туризм, досуг	32,4	128
Gil Travel Group (1974)	Филадельфия (США)	религиозный туризм, гостеприимство	13,4	59
Pilgrim Tours (1987)	Моргантаун, Пенсильвания (США)	паломнические туры, гостеприимство	9,6	32
Holy Voyages Private Ltd (2010)	Варанаси (Индия)	религиозный туризм, логистика	7,8	27

Источники: составлено автором по данным на официальных сайтах компаний.

репутацию, оперируя на этом специфическом рынке уже более 30–40 лет.

Эксперты отмечают, что на мировом рынке религиозного туризма и паломничества, несмотря на благоприятные потенциальные возможности расширения деятельности и большое число рыночных ниш, существует высокая конкуренция между компаниями. Эти компании соперничают, предлагая разнообразные туристские пакеты, уникальные впечатления и комплексные туристские услуги, чтобы привлечь широкий круг религиозных путешественников и паломников, и увеличить доходы от продаж. Интернет-коммерция, инновации в цифровых инструментах, персонализированные маршруты путешествий и внимание к здоровью и безопасности являются важнейшими маркетинговыми стратегиями. Рост рынка поддерживается высоким спросом на религиозные и

культурные впечатления и индивидуальный духовный опыт [19].

Выводы. Религиозный туризм и паломничество – это путешествия, которые при внешнем сходстве, при более детальном анализе обнаруживают принципиальные различия. Цели и деятельность туристов и паломников во время совершения путешествий (даже в рамках специализированного, то есть совместного тура), как правило, сильно различаются, а зачастую противоположны. По сути, главным объединительным критерием религиозного туризма и паломничества является их пространственная основа – совокупность религиозных местностей и объектов и привязанных к ним религиозных событий, на которые направлен интерес участников данных путешествий. В какой-то мере это обстоятельство, а также совместное испол-

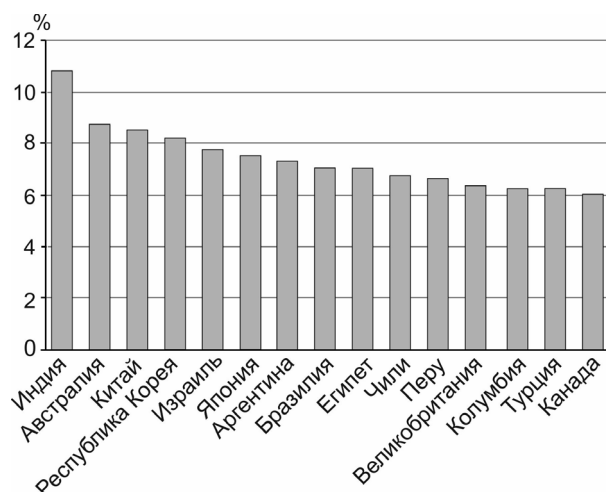


Рис. 3. Ведущие страны мирового рынка религиозного туризма и паломничества по темпам динамики доходов от продаж в 2024–2031 гг. (в %).

Источник: составлено автором по: [19].

зование туристской инфраструктуры, позволяет хотя бы в статистическом контексте сблизить религиозный туризм и паломничество. Несмотря на вышеизложенное, эксперты Всемирной туристской организации ООН рассматривают религиозный туризм и паломничество как единый вид туризма.

И религиозно-экскурсионный туризм, и паломничество в современном мире реализуются преимущественно в рыночной экономической системе. Понятие «рынок религиозного туризма» и производные от него используют многие специалисты, но не дают ему никакого определения. По мнению автора, мировой рынок религиозного туризма и паломничества представляет собой сектор глобального туристского рынка, ориентированный на обслуживание путешественников, стремящихся посетить значимые религиозные центры, объекты и духовные события, и получение прибыли от этой деятельности. Как сектор мирового туристского рынка, религиозный туризм и паломничество недостаточно изучен и количественно измерен. Основными причинами является несовершенство статистического наблюдения и высокая стоимость первичной информации.

Основным препятствием на пути качественного роста исследований по заявленной теме является отсутствие единой методологии параметризации рынка религиозного ту-

ризма и паломничества, высокая стоимость для рядовых исследователей статистической и маркетинговой первичной информации. Степень изученности проблемы состояния и динамики мирового рынка религиозного туризма можно охарактеризовать как парадоксальную ситуацию: данный сектор экономики исследован всесторонне и достаточно обстоятельно, но доступные результаты имеют слишком обобщенный, и иногда разноречивый характер, а методология исследований и детализированная информация, как правило, закрыта от широкой научной общест-венности.

Тесно взаимосвязанной проблемой с экономической институционализацией сферы религиозного туризма и паломничества является сложность количественного измерения данного сектора туристского рынка, его важнейших параметров, таких как объем операций (продаж), динамика, структура, экспорт услуг и т.д. А она, в свою очередь, напрямую зависит от успешности решения столь же непростой научно-практической задачи, как определение конкретного состава рынка религиозного туризма и паломничества. На этот счет существуют сильно различающиеся мнения и конкретные количественные данные представителей официальных структур (администраций, организаций, компаний и т.д.), экспертных групп, и отдельных специалистов. Можно констатировать, что существует два подхода к определению

состава (границ), и соответственно, объему рынка религиозного туризма и паломничества – расширенный и суженный.

По оценкам, в структуре мирового рынка религиозного туризма и паломничества на религиозный туризм приходится 85% доходов от продаж, на паломничество – 15%. Совокупные доходы от продаж на мировом рынке религиозного туризма и паломничества в 2024 г. оценивались в 1,29–1,35 трлн долл. США, или 13–14% мировой индустрии путешествий. Современный мировой рынок религиозного туризма и паломничества отличается динамизмом: согласно прогнозу на период 2025–2031 г., среднегодовой рост

доходов от продаж будет составлять 7%. По другому прогнозу, этот показатель будет еще больше – 15,3% в период 2024–2030 гг. Данному рынку присуще отчетливо выраженное сегментирование по многим основным критериям: по религии, по типу туристов, по типу активности, по возрасту путешествующих лиц, по географической направленности. На мировом рынке религиозного туризма и паломничества существует сильная конкуренция между компаниями, формирующими предложение. В борьбе за клиентов они используют весь арсенал современных маркетинговых стратегий и технических средств.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Афанасьев О.Е., Афанасьева А.В.* Религиозный туризм как тренд мировой и российской туриндустрии: концептуальная сущность и модели развития // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2019. № 3. С. 7–27. [Электронный ресурс]. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_41228750_54038369.pdf (дата обращения: 05.06.2025).
2. *Бабкин А.В.* Специальные виды туризма: учебное пособие. Ростов-на-Дону, 2008. 118 с.
3. *Большой экономический словарь: 19000 терминов / под ред. А.Н. Азрилияна.* Изд. 2-е. М.: Ин-т новой экономики, 1997. 856 с.
4. *Гужина Г.Н., Гужин А.А.* Религиозный туризм как сегмент современного туристского рынка // *Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигат. рекреация*. 2016. Т. 1. № 2. С. 25–28.
5. *Житенёв С.Ю.* Религиозное паломничество в христианстве, буддизме и мусульманстве: социокультурные, коммуникационные и цивилизационные аспекты. М.: Изд-во «Индрик», 2012. 264 с.
6. *Логвина Е.В., Заславский Г.А., Гребнев А.Н.* Рынок религиозного туризма Израиля // *Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма: Мат-лы VIII Межд. научн.-практ. конф (пгт Форос, г. Ялта, Респ. Крым, 12–13 мая 2023 г.)*. Симферополь: АРИАЛ, 2023. С. 228–231. [Электронный ресурс]. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_65305827_18579995.pdf (дата обращения: 15.01.2025)
7. *Реутов А.* Особенности и отличия феноменов туризма и паломничества в религиозном и светском восприятии // *Вестн. Оренб. духовной семинарии*. 2021. Вып. 2 (19). С. 105–118.
8. *Христов Т.Т.* Религиозный туризм: учебник для вузов. М.: Юрайт, 2024. 338 с.
9. *Budovich L.S.* The impact of religious tourism on the economy and tourism industry. *HTS Theological Studies // Theological Studies*. 2023. Vol. 79. № 1. P. 1–7. DOI: 10.4102/hts.v79i1.8607.
10. *Davlatova O.* Pilgrimage tourism in the world economy: features and development tendencies // *Builders of The Future*. 2022. P. 189–194. DOI: 10.37547/builders-v2-i2-28.
11. *Faith-based Tourism Market Outlook from 2024 to 2034.* Future Market Insights, Inc. Newark, Delaware, USA, 2025. 324 p. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/faith-based-tourism-sector-overview> (дата обращения: 15.01.2025).
12. *Global Muslim Travel Index 2015.* CrescentRating и MasterCard. [Электронный ресурс]. URL: <https://crescentrating.com/reports/global-tourism-travel-index-2015.html> (дата обращения: 30.05.2025).
13. *Global Muslim Travel Index 2025.* CrescentRating и MasterCard. [Электронный ресурс]. URL: <https://crescentrating.com/reports/global-tourism-travel-index-2025.html> (дата обращения: 30.05.2025).
14. *Global Religious Tourism Market: Growth Trends & Insights in 2032.* Report. Vantage Market Research & Consultancy Services. 2024. [Электронный ресурс]. URL: https://www.vantagemarketresearch.com/industry-report/religious-tourism-market-2493?srsId=AfmB0ooqgpOuIP4ENfV-kF66tlyOyFLEZ3ZvNJAuXcu_TVXWMSH2v4L8 (дата обращения: 15.01.2025).
15. *Global Religious Tourism Market Size.* Verified Market Reports. 2025 (February). 210 p. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.verifiedmarketreports.com/product/religious-tourism-market/> (дата обращения: 10.03.2025).
16. *Griffin A.K., Raj R.* The importance of religious tourism and pilgrimage: reflecting on definitions, motives and data // *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*. 2018. Vol. 5. № 3. Article 2. DOI: 10.21427/D7242Z.
17. *India Religious Tourism Market Assessment, By Sector, By Religion, By Booking Mode, By End-user, By Region, Opportunities and Forecast, FY2018-FY2032F.* New Delhi, 2024. 126 p. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.marketsanddata.com/industry-reports/india-religious-tourism-market> (дата обращения: 15.01.2025).
18. *Pew Research Center.* Religious Composition by Country, 2010–2050. Database. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pewresearch.org/religion/2015/04/02/religious-projection-table/2010/> (дата обращения: 15.01.2025).

19. *Raje K.* Religious Tourism Market Report 2025 (Global Edition). 8th ed. Cognitive Market Research. 2024 (December). 250 p. [Электронный ресурс]. URL: https://www.cognitivemarketresearch.com/religious-tourism-market-report?srsId=AfmBOoqrNhFwPJE-lqD-6UchhW1s1gvXt0ct3bIG_UBg90p2TEwDvrxg (дата обращения: 15.01.2025).
20. Religious and Pilgrimage Tourism – International. Mintel Group Ltd. 2012 (February). London. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mintel.com/products/reports/religious-and-pilgrimage-tourism-international-report> (дата обращения: 15.01.2025).
21. Religious Tourism Global Market Report 2025. The Business Research Company. Hyderabad (India). 2025 (January). 175 p. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/religious-tourism-global-market-report> (дата обращения: 15.02.2025).
22. Religious Tourism in Saudi: Harnessing Economic Dividends. Market Outlook. Astrolabs. 2024 (May). [Электронный ресурс]. URL: <https://insight.astrolabs.com/religious-tourism-in-saudi-harnessing-economic-dividends/> (дата обращения: 15.01.2025).
23. Religious Tourism Market. Report. MarketUS. New-York, 2025 (January). [Электронный ресурс]. URL: <https://market.us/report/religious-tourism-market/> (дата обращения 15.02.2025).
24. Religious Tourism Market Size. Report. Market Research Intellect. 2025 (February). 220 p. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.marketresearchintellect.com/product/global-religious-tourism-market-size-and-forecast/> (дата обращения: 10.03.2025).
25. Religious Tourism Market Size and Forecast. Report. Verified Market Research. 2024 (Mart). 202 p. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.verifiedmarketresearch.com/product/religious-tourism-market/> (дата обращения: 15.01.2025).
26. Religious Tourism Market Size and Trend. Coherent Market Insights. Pune (India), 2024 (April). 132 p. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coherentmarketinsights.com/industry-reports/religious-tourism-market-market-size-and-trends> (дата обращения: 15.01.2025).
27. Religious Tourism Market Size, Share, Growth. Report. Business Research Insights. Pune (India), 2024. 147 p. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.businessresearchinsights.com/market-reports/religious-tourism-market-118964> (дата обращения: 15.01.2025).
28. Religious Tourism Market Size, Share & Trends. Report. Grand View Research. 2024. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/religious-tourism-market-report> (дата обращения: 15.01.2025).
29. *Tala M.L., Padurean A.M.* Dimensions on religious tourism // *Amfiteatru Economic*. 2008. November, numar special. P. 242–253. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.researchgate.net/publication/233752241> (дата обращения 15.01.2025).
30. The European market potential for religious tourism. 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sbi.eu/market-information/tourism/religious-tourism/market-potential> (дата обращения 15.01.2025).
31. The International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage (IJRTP). [Электронный ресурс]. URL: <https://arrow.tudublin.ie/ijrtp/about.html> (дата обращения 15.01.2025).
32. UNWTO World Tourism Barometer 2019 (November). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-2019-nov> (дата обращения: 15.01.2025).
33. World Travel & Tourism Council. Tourism Data and Statistics. [Электронный ресурс]. URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact/tourism-data-statistics-regions-countries> (дата обращения: 15.01.2025).
34. Доклад об исследовании мирового рынка религиозного туризма за 2022 г. (на кит. яз.). Report World. 2023 (август). 112 p. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.reportsworld.cn/reports/963679-religious-tourism-market-report.html> (дата обращения: 15.01.2025).

Статья поступила в редакцию журнала 1 апреля 2025 г.

Об авторе:

Караваев Павел Леонидович – кандидат географических наук, доцент кафедры географии естественно-географического факультета Смоленского государственного университета, г. Смоленск.

Для цитирования:

Караваев П.Л. Современный мировой рынок религиозного туризма и паломничества // Региональные исследования. 2025. № 2. С. 107–122.

DOI: 10.5922/1994-5280-2025-2-8

Current global market of religious tourism and pilgrimage

P.L. Karavaev

*Smolensk State University, Faculty of Natural Sciences and Geography, Smolensk, Russia
e-mail: karavaev_pl@mail.ru*

The article presents the results of the analysis of the modern world market of religious tourism and pilgrimage as one of the fastest growing and most promising sectors of the global tourism market. The relevance of the topic of the article is determined by the specificity, significance and dynamics of religious tourism and pilgrimage as a sector of the world market of tourist services. Religious tourism and pilgrimage are trips that, despite external similarities, reveal fundamental differences upon more detailed analysis. The main unifying criterion of religious tourism and pilgrimage is their spatial basis – a set of religious places and objects and religious events tied to them, which are of interest to the participants of these trips. Nevertheless, experts of the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) consider religious tourism and pilgrimage as a single type of tourism. According to estimates, religious tourism accounts for 85% of sales in the world market of religious tourism, pilgrimage – 15%. Total sales revenues in the global religious tourism and pilgrimage market in 2024 amounted to USD 1.35 trillion, or 14% of the global travel industry. The modern global market for religious tourism and pilgrimage has a high growth rate: according to the forecast for the period 2025–2031, an average of 7% per year. This market is characterized by clearly expressed segmentation. In the segmentation by religion, Christianity is the leader (approximately 30% of total revenues), Islam is in second place (at least 15%), and Hinduism and Buddhism are in third and fourth place (about 10%). In the structure of the global market for religious tourism and pilgrimage by type of activity, “visiting religious places” is in first place – 60%, followed by “festivals and events” – 25% and “pilgrimages” – 15%. The segmentation of this market by age of travelers in 2023 was as follows: 41-60 years old – 37.3%, over 60 years old – 26.7%, 20-40 years old – 21.2%, under 20 years old – 14.8%. In terms of segmentation by type of tourists, in 2024 up to 70% of all arrivals in the global religious tourism and pilgrimage market were domestic visitors.

Keywords: religious tourism, pilgrimage, world market, parameterization of market, sales revenue, market segmentation.

Received 01.04.2025