

Hundred and fifty-sixth Session. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: Executive Board. – Paris, 1999. – S. 1 - 4. 12.Zouros Nickolas C. European Geoparks Network: transnational collaboration on Earth heritage protection, geotourism and local development – Geoturystyka – Nr 1 (12) – 2008 – S. 3-22.

УДК 911.3

Малиновська О.Ю.

ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ ТУРИЗМУ

Розглянуто вплив гендерного аспекту на розвиток туризму. Проаналізовано історичні передумови впливу жінок на туризм, особливості залучення жінок до формальної та неформальної сфер туризму, а також специфіку жінок як споживачів туристичних послуг та спрямованих на них маркетингових прийомів.

There were looked out the influence of gender aspect on the tourism. It was analyzed the historical aspect of women influence on tourism, special features of women participation in formal and informal sphere of tourism and specifics of women as customers of tourist services.

Гендерний аспект набуває все більшого значення в суспільстві, і сьогодні з'явилася необхідність проводити гендерні дослідження в рамках практично всіх наукових напрямів. Дане дослідження є спробою визначити вплив гендерного аспекту на розвиток туризму від його витоків до сьогодення. Актуальність цієї теми полягає у великій значущості гендерного аспекту у розвитку туризму (про що свідчить оголошення ВТО 2008-го р. – роком рівних гендерних можливостей в туризмі) і відсутності подібних досліджень на перетині гендерної науки та туризмології в Україні. З кожним роком жінки відіграють все більшу роль у розвитку туризму, і цей процес потребує детального міждисциплінарного дослідження. Метою даної статті було всебічне дослідження впливу жінок на розвиток туризму починаючи з давніх часів і до сьогодні – як мандрівниць та вчених, студенток та викладачів, як працівників туристичної сфери та як ключового споживчого сегменту туризму. Для цього були поставлені такі завдання: проаналізувати історичні передумови впливу жінок на туризм, визначити закономірності залучення жінок до формальної та неформальної сфер туризму, викласти особливості гендерного паритету в туризмі, виділити особливості жінок як споживачів туризму та спрямованих на них маркетингових прийомів, розглянути інновації в туризмі, створені для жінок.

На сьогодні науці відомо, що першими мандрівниками були чоловіки. Втім, внесок жінок у розвиток подорожей та туризму також був значним і вкрай різноплановим. Хоча жінки мандрували і в давні часи (в основному у формі паломництва – перший опис мандрівки, здійсненої європейською жінкою, відноситься до IVст. і належить абатисі Еджерії), але справжнім початком жіночого туристичного буму вважають вікторіанський період історії Англії, а першими «масовими» мандрівницями – англійок. У XVIII ст. з'являється нова, світська традиція жіночих мандрівок, початок

якої був покладений публікацією леді Мері Уортлі Монтегю в 1763р. «Листів написаних під час подорожі по Європі, Азії та Африці». Географія подорожей була досить широкою – англійки здійснювали поїздки не лише відносно безпечною і знайомою Європою, але й відважувалися на подорожі малодослідженими територіями Африки і Близького Сходу. Більшість мандрівниць належали до середнього класу – тенденцію подорожувати створювали жінки з родин нетитулованого дворянства, духовенства, лікарів, підприємців. Більшу частину мандрівниць становили жінки у шлюбі. Нерідко вони опинялись у віддалених від Англії землях завдяки професійній кар'єрі своїх чоловіків – військових, чиновників, місіонерів. Важливою особливістю, яка об'єднувала практично всіх мандрівниць, було прагнення написати та опублікувати свої враження від подорожі. Книги про мандри часто займали перші рядки в списках найбільш популярних книжок. Більшість з них належала перу чоловіків, проте у другій половині XIX ст. відбувся справжній прорив жінок-письменниць в цю, до того майже ексклюзивно чоловічу, область літератури. Однак, не всі мандрівниці збирали відомості про відвідані ними країни для задоволення читачів, для ряду з них збір інформації був внеском у наукове знання. Робота жінок-дослідниць була, як правило, неформальною, їхні ініціативи рідко підтримувалися на офіційному рівні (до XX ст. жінки були виключені з більшості спільнот спеціалістів, так Лондонське Королівське географічне товариство тільки у 1913 р. прийняло остаточне рішення, яке дозволяло жінкам вступати до його лав), крім того, жінки, які вирушали у тривалі мандри, повинні були долати негативне ставлення суспільства до подібних ініціатив, особливо, якщо жінка вирушала у подорож без супроводу чоловіка. Незалежно від фізичних можливостей, вміння захистити себе в небезпечних ситуаціях і числа компаньйонів, їх відносили до розряду ексцентричних [9]. Діяльність жінок-мандрівниць була емансипуючою по своїй суті, вони стверджували свою здатність до самостійності, здатність займатися справами, далекими від домашньої сфери.

Широковідомими є імена чоловіків, які мандрували світом починаючи з античних часів та здійснили багато географічних відкриттів. Втім, серед заповзятих та успішних мандрівників та авантюристів було немало жінок, імена яких відомі менше. Княгиня Ольга, Єфросинія Полоцька, Саломея Русецька – ці жінки проявляли рівну з чоловіками (а іноді й більшу) відвагу та допитливість, і здійснювали небезпечні подорожі. Протягом багатьох століть існували забобони, що жінка на кораблі приносить нещастя, але вони були з успіхом заперечені відомими жінками – піратами і мандрівницями – готською принцесою Альвільдою, Жанною де Бельвіль, Анною Бонні, Мері Рід, леді Кілігру, Грейс О'Мелі, Мері Анна Блайд.

З часом кількість мандрівниць зростала. В кінці XVII ст. англійська аристократка Силія Файнз здійснила подорож верхи всіма графствами Англії і написала роботу про життя і звичаї свого часу. Гертруда Маргарет Лотіан Белл була першою жінкою, яка закінчила Оксфордський університет з відзнакою, багато подорожувала Європою, відвідала Персію, здійсни-

ла дві навколосвітні подорожі (1897-1898 рр., 1902-1903 рр.), здійснила сходження на Альпи, в 1920 р. стала Східним Секретарем Високої Комісії Британії в Іраку, заснувала археологічний музей в Багдаді і стала директором античного спадку Іраку. Мері Френч Шелдон, яка досліджувала Африку, внесла настільки вагомий внесок у вивчення народів Східної Африки, що у 1892 р. її прийняли у члени Королівського географічного товариства. Ізабелла Берд відвідала Японію, здійснила сходження на Скелясті гори, відважилася на поїздки в Китай, Корею і Тибет. Свої враження описала в книжках, включаючи широко відому «Життя дами в Скелястих горах» [10]. Першою європейською жінкою, якій вдалося побувати у забороненому місті Лхаса стала французенка Александра Давид-Ніл, яка народилася у 1868 р. Серед інших її досягнень – подорож по охопленому війною Китаю, 10 місяців проведених в якості саїтніці в печері у Гімалаях, бесіди з далай-ламою. Однією з найбільш видатних мандрівниць ХІХ ст. вважається Александра Тінне, про яку відомий дослідник Африки Давид Лівінгстон написав: «Ніхто в моєму уявленні не стоїть так високо, як голландська леді міс Тінне» [9]. Багато жінок відправлялися у подорож, щоб супроводжувати своїх чоловіків: Флоранс Бейкер, Тетяна Прончищева, Олександра Потаніна. Є багато сучасних прикладів жінок, які своїми досягненнями у сфері подорожей та туризму дають можливість поставити їх в ряд корифеїв. Це росіянка Марія Галкіна, яка в 1998 р. одна перетнула Чукотку, Марія Преображенська, яка у 1990 р. перша серед жінок підкорила Казбек і побувала там дев'ять разів, учасниці знаменитої команди «Метелиця», які здійснюють одна за одною високоширотні подорожі і ставлять рекорди, Олена Тіткова, яка в якості керівника пройшла багато складних перевалів Східного Кавказу, Галина Кім – відомий спеціаліст по району Казбеку.

Згідно статистичних джерел у туристичній сфері сьогодні до 70% персоналу становлять жінки. Проте, існує сфера, яка теж безпосередньо стосується туризму і про яку відомо набагато менше – це так звана неформальна сфера (informal sphere). Термін було введено Департаментом з Економічних та Соціальних питань ООН у збірнику «Світове дослідження ролі жінок у розвитку». Це сфера економічної діяльності, яка не пов'язана з офіційним працевлаштуванням. Зрозумілішим значення цього терміну стає, коли звернутися до терміна-замінника, а саме – vernacular sphere, «місцева сфера», або «простонародна сфера» [11]. Через залучення до неформальної сфери туризм дає можливість місцевим жителям, які не мають освіти та можуть виконувати обмежений набір робіт, отримувати стабільний заробіток (наскільки дозволяє сезонність туризму) та покращувати рівень життя. Традиційно склалося, що більша частина працівників неформальної сфери в туризмі – жінки. Існує два погляди на те, як туризм через неформальну сферу впливає на життя жінок з місцевого населення. Згідно першого – туризм допомагає жінкам підвищити соціальний статус та покращити рівень життя через набуття нових навичок, перспективу скористатись новими можливостями заробітку. Згідно другого – розвиток туризму посилює та закріплює наявну класову структуру, таким чином статус жі-

нок не покращується, а навпаки - поглиблюється соціальна гендерна нерівність. Звичайно, це питання потребує подальшого ретельного вивчення, оскільки на сьогодні воно фактично не висвітлюється ні в науковій літературі, ні в публіцистиці. Хоча роль жінок для туризму саме через участь у неформальній сфері важко переоцінити [6].

Серед останніх змін у системах освіти практично всіх розвинутих країн виникло явище, яке деякі дослідники називають «інверсією знаку гендерної нерівності» чи «гендерною інверсією» - перехід лідерства від осіб чоловічої статі до дівчат і жінок серед учнів старших рівнів середньої освіти і студентів вищих шкіл. За даними довідника «Ключові дані про освіту в Європі. 2007» у 25 країнах-членах ЄС у 2001-2002 навчальному році серед 18-річних у закладах університетського рівня навчалося 11,8% хлопців і 17,5% дівчат. Ще більший розрив у 20-річних, які вже закінчили середню школу й мали б далі навчатися у ВНЗ: серед хлопців студентом є майже кожен четвертий (27,4%), а серед дівчат – кожна третя (37,7%). Приблизно такою самою залишається перевага дівчат у віковій категорії 21-23 роки і лише серед 24-річних показники дещо вирівнюються (17,55 хлопців і 18,8% дівчат) [2]. Отже, у всьому ЄС гендерна інверсія стала доконаним фактом. Випадки переваги хлопців над дівчатами для якогось вікового інтервалу є дуже рідкісним явищем. За рівнем гендерної інверсії у вищій освіті Україна випереджає розвинуті західноєвропейські країни. Вже зараз у закладах вищої освіти (особливо гуманітарних напрямків) можна лише зрідка зустріти поодиноких хлопців, а кількість дівчат у навчальних закладах всіх рівнів акредитації неухильно збільшується. Диплом про вищу освіту лише збільшує можливості жінок. Він відкриває перспективи у сферах, де отримано освіту, хоча, в той самий час, дає доступ до споріднених областей, фінансовий потенціал яких навіть вище. Аналогічний бум жінок-випускниць спостерігається в бізнес-школах: майже 40% випускників MBA – це жінки [8].

Ще яскравіше тенденція гендерної інверсії проявляється у вищій освіті та підготовці кадрів для туристичної сфери. Для аналізу цього явища було використано інформацію про кількість хлопців та дівчат, які вступили у Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київський національний університет культури і мистецтв та Інститут туризму профспілок України на спеціальність «Туризм». Дані, надані деканатами цих навчальних закладів, показують, що кількість дівчат набагато перевищує кількість хлопців (в середньому дівчат 84%, по роках відхилення цього показника не перевищує 9%). Результатом такого гендерного паритету є те, що і більшість зайнятих у туристичній сфері – жінки. Іншим аспектом є залучення жінок до наукової діяльності в туристичній сфері. За даними «Статистичного щорічника ООН» прослідковується наступна особливість у гендерному розподілі наукових працівників: у країнах Європи кількість жінок-науковців майже рівна кількості чоловіків (Болгарія – 45%, Чехія – 47%), в той час як у східних країнах кількість жінок-науковців різко змен-

шується (36% у Росії, 12% у Японії), що можна пояснити традиціями цих країн, ментальністю населення.

Спеціалістами Програми розвитку ООН було проведено дослідження на тему «Гендер та туризм: зайнятість та участь жінок у туризмі». Загальна картина свідчить про те, що туризм є надзвичайно важливою галуззю для жінок (в середньому 46% задіяних в туризмі – жінки), а відсоток зайнятих у туризмі жінок у більшості країн переважає їх загальну зайнятість в економіці (34-40%). Незважаючи на те, що існує кілька очевидних регіональних трендів, загальною тенденцією є те, що в країнах з розвинутим туризмом зайнятість жінок у цій сфері складає близько 50%. За даними «Статистичного щорічника ООН» в готельно-ресторанному бізнесі задіяно: в Японії – 52%, в США – 47%, в Чехії – 55%, в Росії – 78%, в Туреччині – 9%, в Україні – 76% жінок; в туризмі та екскурсійному обслуговуванні задіяно: в Японії – 44%, в США – 51%, в Чехії – 45%, в Росії – 48%, в Туреччині – 24%, в Україні – 50% жінок. Жінки частіше задіяні як офіціантки, покоївки, прибиральниці, менеджери з продажу туристичних путівок, стюардеси; чоловіки – як бармени, пілоти, будівельники, водії, садівники та ін. У вертикальній ієрархії в туризмі існує типова «гендерна піраміда» - на нижчих рівнях з меншими кар'єрними можливостями домінують жінки, в той час як на ключових менеджерських позиціях переважають чоловіки [4]. Лише невеликому відсотку жінок вдається пробитися через «скляну стелю». Існує ряд факторів, які допомагають утримувати гендерну сегрегацію в туризмі, серед них – гендерні стереотипи, традиційні гендерні ролі та гендерна ідентифікація [5]. Таким чином, жінки частіше змушені обирати часткову зайнятість та сезонний найм. З одного боку, це дає їм можливість поєднувати роботу з домашніми обов'язками, з іншого – в багатьох випадках нижча погодинна заробітна плата, менше можливостей для кар'єрного зростання, менше професійного досвіду, нижча захищеність від безробіття [3].

В ході проведеного опитування працівників туристичних фірм України було виявлено, що в середньому на туристичних фірмах зайнято близько 20% чоловіків і 80% жінок. Чоловіки задіяні в основному як системні адміністратори, кур'єри, водії. Незважаючи на загальну чисельну перевагу жіночого персоналу, серед керівників туристичних підприємств більшість – чоловіки. Прослідковується також наступна тенденція – на турфірмах, де керівниками є жінки, відсоток жіночого персоналу загалом вищий (80-100%), ніж на фірмах, керівниками яких є чоловіки (17-50% жінок). Зустрічаються туристичні фірми, персонал яких виключно жіночий, проте вони не орієнтуються на жіночу аудиторію та не створюють туристичний продукт виключно для жінок. Таким чином, ситуація з працевлаштуванням жінок у туристичній галузі України в цілому збігається зі світовими тенденціями. Також для України характерне явище горизонтальної та вертикальної гендерної сегрегації та наявність «скляної стелі», яка заважає жінкам отримати підвищення чи зайняти високі менеджерські позиції.

Роль жінок у туризмі стала настільки відчутною та визнаною світовою спільнотою, що з недавніх пір стали створюватися міжнародні турис-

тичні організації, асоціації та альянси виключно для жінок: Міжнародний Жіночий Туристичний Альянс (WITIA), Жіноча Туристична Асоціація «Тампа Бей» та ін. В рамках проекту «Жінки в туризмі» розроблена низка тренувальних програм для жінок, які хочуть започаткувати малий та середній бізнес у сфері туризму і гостинності.

На сьогодні жінки – це зосередження більше половини світових грошових активів. Доходи заміжніх жінок, які займають посади не нижче віце-президента в компаніях списку Fortune 500, перевищують доходи їхніх чоловіків на 75%. Жінки складають 47% населення світу з вартістю активів понад 500 тис. дол. США. За період з 1987 до 2000 р. кількість компаній, очолюваних жінками, зросла на 103%, рівень зайнятості в таких компаніях зріс на 320%, а доходи на 436%. Найшвидшими темпами розвивалися крупні компанії, чисельність персоналу яких сягала понад 100 чол. Загалом бізнес, який знаходиться в руках жінок, складає 70% всіх бізнес-починань останнього десятиліття.

Сьогодні жінки – найбільш впливовий споживчий сегмент. На їх долю припадає величезна частина витрат незалежно від того, мова йде про нерухомість, корпоративні закупівлі чи малий бізнес [1]. Том Пітерс – один з визнаних гуру маркетингу у світі характеризує споживчий сегмент жінок як «перспективу №1 на найближче майбутнє». Його книга «Життєвий цикл інновацій» має цілий розділ присвячений жінкам – «Це світ жінок» [7]. Жінки очевидно стають ключовим сегментом для туризму, а тому виникає питання створення маркетингової моделі в туризмі, спрямованої на жінок. Спеціаліст з маркетингу М.Барлетта пропонує для створення жіночо-орієнтованого маркетингу туризму застосовувати маркетингову модель «Зірка», «промені» якої означають: соціальні цінності, життєві фактори, схильність поєднувати факти та явища, принципи спілкування. Прикладаючи ці елементи жіночої природи до елементів маркетинг-міксу, маркетинголог зрозуміє, якими принципами керуватися для зацікавлення споживачів-жінок [1].

На сьогоднішній день підприємства туристичної та супутніх сфер, усвідомлюючи економічну незалежність і зростаючі доходи жінок, звернули увагу на цей перспективний сегмент, запропонували жінкам особливий сервіс для задоволення їх специфічних потреб. Уже існують пляжі спеціально для жінок (нічого спільного з мусульманськими пляжами), ресторани для жінок, купе у залізничних потягах для жінок і навіть автобуси, до яких вхід чоловікам заборонено. Дедалі більшою популярністю користуються готелі для жінок. Перший жіночий готель Martha Washington Hotel відкрився ще у 1903 р. в Нью-Йорку [10]. Поступово це нововведення охопило і європейські країни. Готелі Ladies First (Швейцарія), B&B for Women Florence, Hostel Orsa Maggiore, La Porta, Best Stay (Італія), Intermezzo Hotel for Women, Artemisia Hotel, Frauenpension Bertingen (Німеччина), Hotel Los Olivos, Diva Espana, Cana Berri (Іспанія) та інші пропонують багато «жіночих штучок»: шафи і ванні кімнати більших розмірів, спеціальні вішалки для суконь та спідниць, дзеркала з додатковим підсвічуванням «а-ля кіно-

зірка», надпотужні фени з подовженим шнуром, низькокалорійне печиво у мінібарах замість пива і солоних горішків, особливе відчуття спокою і тиші. Загалом у світі нараховується понад 200 готелів для жінок, чверть яких припадає на США і Канаду. В усіх куточках світу засновуються туристичні компанії, які обслуговують лише клієнток жінок. Це такі як Women Travel (Нова Зеландія), Tiger Travel (Індія), NORDventure (Німеччина), міжнародна мережа Tam Tam Femme, Women Walkers Travel (Ізраїль), Sappho Travel (Греція), Wild Women Expedition (Канада) та багато інших. Розроблено та проводиться безліч турів, екскурсій та подорожей для жінок: The 12 Muses get Inspired (Натхнення для 12 муз) – пізнавально-духовна подорож Італією, Lottsa Women Walking – пішохідні тури різного спрямування по Іспанії, Adventurous Women of London – прогулянки Лондоном для жіночих груп з жінкою-екскурсоводом і т.п.

Таким чином, можна з великою впевненістю сказати, що роль жінок в розвитку туризму від давніх часів до наших днів була і залишається досить значною. Жінки значною мірою впливатимуть і на тенденції розвитку туризму в майбутньому.

1.Барлетта М. Как покупают женщины. – М.: Вершина, 2007. – 282 с. 2. Корсак К. Явище гендерної інверсії у вищій освіті та його наслідки // Науковий світ, №3, березень, 2008 р. Лавриненко Н.В. Женщина: самореализация в семье и обществе (Гендерный аспект). – Институт социологии (Киев). – К.: ВІПОЛ, 1999. – 172 с. 3.Трохим І.Б., Воробець О.В., Чумало М.С. Гендерна та вікова дискримінація на ринку праці: моніторинг преси / Західноукраїнський центр «Жіночі перспективи», Делегація Європейської комісії в Україні, Мережа жінок «Схід-Захід». – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2006. – 104 с. 4.Anderson D., Hayes C. Gender, Identity and Self-Esteem: A New Look at Adult Development. Springer Publishing Company, 1996. 5.Fisher H. The First Sex – The Natural Talents of Women and How They are Changing the World. Ballantine Books, 1999. 6.Peters T. The Circle of Innovation. Alfred A. Knopf, Inc., 1997. 7.Catalyst – expanding opportunities for women and business [electronic source] – www.catalystwomen.org 8.Tourism Gender [electronic source] – www.tourismgender.com 9.Wikipedia [electronic source] – www.wikipedia.org 10.World Survey on the Role of Women in Development, 1999: Globalisation, Gender and Work/ Department of Economic and Social Affairs; Division for the Advancement of Women – New York: UN, 1999. – 76 p.

УДК 911.3

Самоленко І.С.

СЕКС-ТУРИЗМ СВІТУ

Розкривається тема секс-туризму у світі. Визначені види секс-туризму, досліджується географія поширення явища. Аналізуються фактори попиту та пропозиції секс-туризму.

It was discribed the subject of the sex tourism in the world. There was defined the kinds of the sex tourism and dissemination of this phenomenon. There were analyzed demand and supply factors of sex tourism.

Актуальність. На сьогодні тема секс-туризму є дуже актуальною, так як він розвивається дуже швидкими темпами, поширюється його гео-