

УДК 338.48

Гурова Д.Д.¹, Шевченко Р.А.²

¹ канд. геогр. наук, доцент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² студ. гр. ГФ-214м, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

ЩО ТАКЕ ЛГБТ-ТУРИЗМ?

Лесбійки, гомосексуали, бісексуали та трансгендерні особи (ЛГБТ) є окремим, але різноманітним сегментом споживачів готельного бізнесу та туризму. ЛГБТ-туризм загалом стосується відвідування місць та подій, пов'язаних з ЛГБТ-спільнотою, а також уподобань самої ЛГБТ-спільноти щодо гостинності, подорожей та туризму. Хоча ЛГБТ-мандрівники завжди існували, можливості для подорожей, специфічні для ЛГБТ, з'явилися в 1980-х роках і зростають завдяки зростаючій видимості та можливостям заробітку ЛГБТ-осіб, зростаючій популярності фестивалів прайду та кінофестивалів ЛГБТ, легалізації одностатевих шлюбів та бажанню ЛГБТ-осіб відвідувати місця, які вважаються дружніми до гомосексуалів (геїв) або трансгендерів..

Потенційні економічні наслідки туризму для ЛГБТ привернули увагу науковців, маркетологів та туристичних напрямків, що підкреслює ЛГБТ-суспільство як прибутковий сектор, а також вказує на особливі потреби ЛГБТ-спільноти. Ринок туризму для ЛГБТ у 2018 році становив приблизно 218 млрд доларів, і очікується, що до 2030 року він досягне 568,5 млрд доларів [1], і вони становлять приблизно 6% світового туристичного ринку. Відомою характеристикою ЛГБТ-спільноти є те, що вона складається з осіб з високим рівнем доходу. Однак, новіше дослідження показало, що різниця в доходах між гетеросексуальними чоловіками та гомосексуалами є статистично незначущою, але представники ЛГБТ подорожують частіше порівняно зі своїми гетеросексуальними колегами. Як наслідок, для туристичного сектору критично важливо отримати глибоке розуміння цього ринку, щоб ефективно орієнтуватися на нього.

Згідно з національним опитуванням, проведеним Community Marketing & Insights [2], 85% ЛГБТ-споживачів щорічно їдуть у відпустку, порівняно з 67% їхніх цисгендерних гетеросексуальних колег. Ці ЛГБТ-мандрівники поділяються на дві категорії: ті, хто просто ідентифікує себе як ЛГБТ, та ті ЛГБТ-

мандрівники, які шукають культурного та соціального досвіду, характерного для ЛГБТ. В обох випадках більшість цих ЛГБТ-мандрівників шукають «дружнє до геїв» житло, ресторани та інші місцеві заклади. Вони також можуть вибрати авіакомпанію або інші варіанти транспорту на основі історії компанії щодо її ставлення до ЛГБТ-співробітників та підтримки ЛГБТ-справ.

У більшості випадків ЛГБТ-мандрівники обирають місце для відпочинку на основі свого сприйняття ним ЛГБТ-людей, а також своїх знань про місцеві, державні, федеральні та міжнародні закони, які можуть захищати ЛГБТ-людей від дискримінації. 93% ЛГБТ-мандрівників кажуть, що відчуття безпеки в місці подорожі є для них важливим, і багато хто повідомляє, що «прогресивна соціальна політика» є важливою для них при виборі місця для відвідування, окрім вибору транспорту та проживання [2].

ЛГБТ-туризм включає, але не обмежується, туристичними пакетами та турами, організованими ЛГБТ-туристичними агентствами спеціально для ЛГБТ-туристів. Він включає гей-туристичні автобуси в Нью-Йорку та Сан-Франциско, відвідування історичних гей- та лесбійських кварталів, а також перебування в місті під час фестивалів прайду та ЛГБТ-кінофестивалів. Він також включає пригодницькі тури, кулінарні тури, культурні тури та активний відпочинок, головною метою яких є можливість зустрітися з іншими ЛГБТ-людьми у спільних заходах, що їх цікавлять.

Водночас, ЛГБТ-мандрівники є різноманітним сегментом споживачів готельного бізнесу та туризму з різними інтересами та вподобаннями. ЛГБТ-молодь, самотні люди, пари, пари з дітьми та люди похилого віку мають різні звички подорожей та по-різному планують свої відпустки, пов'язані з ЛГБТ. Геї та лесбійки, загалом, не вибирають однакові типи відпусток або не мають однакових інтересів до подій, пов'язаних з ЛГБТ. Часто геї витрачають більше, ніж лесбійки-мандрівники, і частіше подорожують з друзями [3].

Намір повторного відвідування стосується ймовірності повернення осіб до певного місця призначення після попереднього його відвідування. ЛГБТ-мандрівники частіше відвідують місця призначення, які є гостинними та

враховують їхню сексуальну орієнтацію та гендерну ідентичність. Цей висновок підкреслює важливість створення позитивного та незабутнього досвіду для ЛГБТ-мандрівників, оскільки це може вплинути на їхнє рішення повернутися до певного місця призначення в майбутньому.

Більшість досліджень ЛГБТ-туризму проводиться в таких країнах, як США, Велика Британія та Австралія, які довгий час вважалися дружніми до ЛГБТ напрямками. Однак, з нещодавнім обранням президента Дональда Трампа, чийї заяви були сприйняті як анти-ЛГБТ, зростає занепокоєння щодо того, чи можна США все ще вважати безпечним та гостинним місцем для ЛГБТ-туристів. Політичні зрушення в США, поряд з аналогічними подіями в інших традиційно дружніх до ЛГБТ країнах, сигналізують про ширшу тенденцію зростання консерватизму та анти-ЛГБТ-риторики з боку урядовців. Ці зміни порушують важливі питання щодо сталості ЛГБТ-туризму в цих країнах.

Оскільки політичний клімат стає менш сприятливим для прав ЛГБТ, існує потенціал для ЛГБТ-мандрівників переглянути свої туристичні напрямки, що, у свою чергу, може вплинути на туристичні галузі, які колись процвітали за рахунок ЛГБТ-відвідувачів. З огляду на ці зрушення, існує критична потреба в майбутніх дослідженнях, щоб вивчити, як політичні зміни змінюють глобальні моделі ЛГБТ-туризму. Зокрема, потрібні додаткові дослідження, щоб з'ясувати, як альтернативні напрямки – країни чи регіони, які традиційно не були відомі як центри ЛГБТ – стають життєздатними та гостинними варіантами для ЛГБТ-туристів. Ці альтернативні напрямки можуть надати нові можливості для туристичної галузі скористатися дедалі мобільнішою та політично свідомою базою ЛГБТ-мандрівників, а також враховувати потреби та проблеми цієї спільноти. Визначаючи фактори, що впливають на вибір напрямків ЛГБТ-туристами з огляду на політичні зміни, дослідники можуть запропонувати цінну інформацію про розвиток ландшафту ЛГБТ-туризму та потенціал появи нових туристичних точок.

Список використаних джерел:

1. Understanding society. URL : <https://www.understandingsociety.ac.uk-research/findings/#:~:text=Insights> (дата звернення: 15.10.2025).
2. Community Marketing & Insights. URL: <https://www.taskus.com/industries/social-media> (дата звернення: 15.10.2025).
3. LGBT-tourism. URL: https://sk.sagepub.com/ency/edvol/the-sage-international-encyclopedia-of-travel-and-tourism/chpt/lgbt-tourism#_=_ (дата звернення: 16.10.2025).