

ӘЛЕУМЕТТІК ҒЫЛЫМДАР / СОЦИАЛЬНЫЕ НАУКИ / SOCIAL SCIENCES

УДК 379.85:396.5

ГЕНДЕРНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ: РОЛЬ ЖЕНЩИН В ФОРМИРОВАНИИ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СТРАНЫ*І.Ғ.Қалдыбай, М.Ә. Тәнірбергенова*студенты, Евразийский Национальный Университет им. Л.Н. Гумилева,
г. Астана, Казахстан**Научный руководитель:** Муканов А.Х.

В настоящее время, туризм в Казахстане как отрасль экономики имеет позитивную динамику роста. В условиях ориентации отрасли на устойчивое развитие, возникает необходимость в комплексном изучении факторов, оказывающих влияние на ее тенденции. Целью настоящей статьи является анализ роли женщин в развитии туристской индустрии Казахстана и оценка их вклада в формирование туристской привлекательности страны. В качестве основных задач исследования представлены: проведение анализа современного состояния туристской отрасли Казахстана с учетом участия женщин-специалистов на разных уровнях профессиональной деятельности, выявление ключевых проблем и барьеров, с которыми сталкиваются женщины, работающие в туристской сфере, определение эффективных механизмов повышения роли женщин в развитии туристской привлекательности и конкурентоспособности туристского продукта страны, а также формирование комплексного представления о влиянии женского участия на развитие въездного, выездного и внутреннего туризма Казахстана. Методология исследования основана на двух основных инструментах: качественные данные, полученные в ходе полуструктурированных интервью с женщинами-специалистами туристской индустрии (руководителями, менеджерами, предпринимателями, представителями государственных структур и авиационной отрасли) и использование статистических данных, включающие официальные показатели доли занятости женщин по различным отраслям деятельности, представленности в управленческих структурах и политике. Авторами дополнительно были использованы материалы ЮНЕСКО, ЮНВТО, научные публикации и аналитические отчеты, что позволило обеспечить комплексность исследования и сопоставить национальные данные с международным контекстом. Результаты исследования показывают, что процентная составляющая специалистов-женщин в туристской отрасли Казахстана представляет собой большинство, тем самым оказывает весомое влияние на устойчивое развитие индустрии и экономического сектора в целом.

Ключевые слова: туристская индустрия, женщины в туризме, гендерное равенство, женское лидерство, занятость женщин, гостеприимство, гостиничный бизнес, сервис, устойчивое развитие туризма, психология обслуживания, турист, путешественник.

ВВЕДЕНИЕ

Туристская индустрия представляет собой сферу деятельности, которая обеспечивает возможность карьерного роста как для женщин, так и для мужчин [1]. Благодаря этому туризм привлекает большое количество специалистов, деятельность которых способна в теории влиять на психологию поведения потребителя, изменение динамики посещения той или иной туристской дестинации, а также развития туристских макрорегионов. Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью комплексного анализа перечисленных факторов на развитие туристской индустрии Казахстана. Целью исследования является анализ вклада непосредственно женщин в формирование конкурентоспособного туристского продукта. Женщины, число которых составляет большинство работников сферы туризма [2], могут иметь весомое влияние на данные тенденции в Казахстане. Методология исследования включает качественные методы, в частности структурированные интервью со специалистами-женщинами области туризма, а также анализ официальных статистических данных о занятости и представительстве женщин в отрасли. Роль женщин в туризме как один из факторов устойчивого развития экономического рынка страны возможно рассмотреть с точки зрения социологических и психологических позиций [3]. Помимо этого, предстает также возможность рассмотреть значимость вклада специалистов женского пола в политическую составляющую туризма. Позитивный рост процента образования женщин по всему миру за последние 20 лет [4], является предпосылкой к росту их рабочей занятости. при этом на государственном и международном уровне (на государственной службе, в отраслевых министерствах, объединениях и организациях) процент руководителей женского пола остается в меньшинстве (около 23% по миру на состояние 2018-го года [4] и около 39% в Казахстане на состояние 1-го января 2025-го года [5]). На руководящих должностях в гостеприимстве женщины часто осуществляют трудовую деятельность в собственных (частных) коммерческих предприятиях [2]. Наиболее близкой к туризму является работа туристских агентств [6]. К перечислению частных предприятий, которыми управляют женщины, можно также отнести гостиницы, рестораны, спа-комплексы, санатории и т. д., которые непосредственно влияют на качество проведенного отдыха и впечатления туристов в Казахстане. При выборе туристского продукта путешественники в большинстве случаев опираются именно на такую составляющую как уровень сервиса и обслуживания [7]. Женщины-работники сферы обслуживания демонстрируют черты характера, которые располагают клиента к себе, проявляют эмпатию и относятся чувствительно к невербальным сигналам покупателя, тем самым клиент в большинстве случаев остается удовлетворен качеством обслуживания [1]. Немаловажным является факт о том, что туристы чаще приобретают услуги по рекомендации друзей и знакомых [7]. Клиент, получивший обслуживание на должном уровне, может способствовать распространению хорошей репутации учреждения. *Соответственно, участие женщин в развитии туристской индустрии Казахстана в лице руководящего и исполнительного персонала является крайне значимым, так как специалисты-женщины оказывают позитивное влияние на продвижение тех или иных услуг, посещаемость туристских объектов и обеспечение высокого показателя уровня сервиса.*

Литературный обзор

Вопрос гендерного измерения туризма рассматривался в контексте множества исследований связанных с устойчивым развитием мировой экономики. Эта тема также имеет особое значение для анализа роли женщин в формировании туристской привлекательности

Казахстана. Изучение данного вопроса началось в 1990-е годы. Одним из первых исследований, где была показана связь между туризмом и социальными ролями женщин, стала работа Киннэрд и Холл (1994) [13]. Авторы отмечали, что туризм не является нейтральной сферой, а отражает существующие различия между мужчинами и женщинами, в том числе в занятости и восприятии путешествий. Их подход заложил основу для понимания туризма как части более широкой социальной структуры, где распределение ролей формирует экономическое поведение и развитие дестинаций. Позднее Фергюсон (2011) [8] рассматривает участие женщин в туризме как часть более широкой социальной политики, направленной на достижение равенства и устойчивого развития. Автор показывает, что при поддержке государства и создании равных условий трудовая активность женщин способствует укреплению местной экономики и социальной стабильности. Баум (2013) [11] также исследовал положение женщин в сфере гостеприимства, но в отличие от Фергюсон, сосредоточился на повседневных условиях труда. Он отметил, что женщины чаще заняты в низкооплачиваемых должностях и имеют ограниченные возможности карьерного роста. После принятия Организацией Объединённых Наций Целей устойчивого развития в 2015 году особое внимание было уделено Цели № 5 — «Гендерное равенство». Это стало поворотным моментом в исследовательской повестке, что способствовало активному изучению роли женщин в экономике и социальной сфере, в том числе в туризме [2]. Зарубежные организации также подчеркивают необходимость учета гендерного аспекта в управлении туризмом. В отчетах Европейского института гендерного равенства (EIGE, 2017) и Всемирной туристской организации (UNWTO, 2019) [10][2] подчеркивается, что туризм может выступать инструментом расширения прав женщин, однако на практике сохраняются различия в оплате труда и доступе к руководящим должностям. Эти исследования стали переходом от общих рассуждений к сбору статистических данных и показали неравномерность представления женщин в разных сегментах отрасли. Коч (2019) [1] подчеркивает, что женщины, работающие в сфере гостеприимства, чаще демонстрируют высокий уровень клиентоориентированности и эмпатии, что напрямую влияет на удовлетворенность туристов и репутацию компании. Современные исследования направлены на поиск практических решений. Фигероа-Домек, Сеговия-Перес [14] предлагают внедрять гендерный анализ на всех этапах проектирования и оценки туристских программ. Чжан, Сюй и Чжан [15] показывают на примере стран Азии, что положительное влияние туризма на равенство полов возможно только при активной государственной поддержке и наличии целевых программ. Махвиш и Наваз [9], анализируя публикации по развивающимся странам, отмечают, что туризм может быть инструментом расширения прав женщин, однако эффективность этого процесса зависит от уровня образования, доступа к финансам и культурных особенностей региона. В казахстанской научной литературе тема гендерных аспектов туризма пока раскрыта недостаточно, однако интерес к ней последнее 10-летие постепенно растет. В исследовании Бектурсын, Абдреева, Акбар и Мамадияров (2024) [12] показано, что казахстанские авторы чаще рассматривают вопросы занятости, предпринимательства и профессиональной мобильности женщин, но при этом недостаточно изучено влияние женского лидерства на развитие туристских направлений. По данным Министерства культуры и информации Республики Казахстан (2025) [6], женщины занимают около 39 % руководящих должностей на государственной службе, однако в частном секторе, включая сферу туризма, их доля значительно ниже. Это говорит о необходимости устранения институциональных и культурных барьеров, сдерживающих развитие женского потенциала в туристской индустрии.

Объединив результаты рассмотренных исследований и научных работ, можно заключить, что гендерное измерение туризма является значимым аспектом социально-экономического развития и устойчивого развития отрасли. Настоящее исследование направлено на освещение роли женщин в формировании туристской привлекательности Республики Казахстан, а также на выявление того, какое влияние оказывает их участие в туристской индустрии на продаваемость услуг, посещаемость туристских объектов и уровень туристских потоков в гостиничных и ресторанных предприятиях страны.

Материалы и методы

В ходе исследования, в качестве методов качественного анализа было проведено интервью с заинтересованными лицами – экспертами-представительницами женского пола, работающими в сфере туризма. Выбор данного метода обусловлен стремлением получить целостное представление о состоянии гендерного измерения туристской отрасли Казахстана. Вопросы интервью были составлены на основе данных, выявленных в ходе литературного обзора основных открытых источников, освещающих роль специалистов-женщин в контексте развития мировой экономики и туристской индустрии. На основании данных ресурсов вопросы были структурированы по подтемам, направленных на раскрытие ключевых аспектов исследования. [16][17] Программа интервью состоит из 14 вопросов, каждый из которых предполагает обращение к личному опыту и индивидуальному мнению респондентов. Вопросы включают в себя четыре блока, первый блок вопросов посвящен общей информации касательно респондентов, второй направлен на анализ вовлеченности женщин в сферу туризма, третий рассматривает влияние женщин на привлекательность туристского продукта, четвертый – на рекомендации специалистов относительно дальнейшего развития гендерного измерения туризма в Казахстане. Особое внимание было уделено третьему блоку, в котором рассматривается экспертное мнение о значимости вклада женщин в привлечение туристов, формирование уникального туристского предложения и развитие отдельных видов туристских продуктов и объектов.

Апробация интервью была проведена среди женщин-управляющих крупных туристских агентств, владельцев индивидуальных туристских предпринимательств, сотрудников туристских фирм, представителей государственных структур, занимающихся развитием туризма и спорта Казахстана, а также авиационных специалистов, задействованных в туристской индустрии. Процесс привлечения респондентов осуществлялся с использованием целенаправленного отбора и метода “снежного кома”, что позволило привлечь к интервью женщин-экспертов, обладающих достаточным профессиональным опытом в туристской индустрии Казахстана. Первый этап – целенаправленный отбор, включал в себя непосредственно рассмотрение ключевых организаций на наличие квалифицированных специалистов. Метод “снежного кома” был применен на втором этапе работы, в котором каждая женщина-специалист из числа изначально привлеченных респондентов рекомендовала других специалистов, которые, по личному мнению, соответствовали критериям исследования. Два этапа работы в совокупности предоставили возможность формированию разнообразной выборки экспертов. Перед интервью, участницам были направлены персонализированные электронные письма с кратким описанием целей исследования и приглашением принять участие в интервью. После согласия респондентов, авторами были сформированы основные этические принципы сбора данных, которые включали предварительное информирование респондентов о возможности добровольного отказа от участия в любом вопросе, а также о праве приостановить процесс на любом из

этапов. Интервью проводились на казахском и русском языках, общее количество респондентов составило 22 человека (n=22, Таблица 1).

Таблица 1. Количество респондентов (n=22).

Код	Должность респондента	Профессиональный опыт респондента (начинающий - 2 года и меньше, специалист - 2-5 лет, эксперт - свыше 5 лет)
Представители государственных структур, вовлеченные в процесс развития туризма и спорта Казахстана		
GO01	Сотрудник государственных органов г. Астана	эксперт
GO02	Сотрудник государственных органов г. Астана	эксперт
Исследователи и представители академической среды		
AC01	Специалист в образовательной сфере туризма	эксперт
AC02	Специалист в образовательной сфере туризма	эксперт
AC03	Специалист в образовательной сфере туризма	эксперт
Авиационные специалисты, задействованные в туристской деятельности.		
AV01	Специалист авиационной отрасли	эксперт
AV02	Специалист авиационной отрасли	специалист
Представители туристского бизнеса		
TB01	Основатель туристского предприятия г. Астана	эксперт
TB02	Основатель туристского предприятия г. Семей	специалист
TB03	Директор туристского агентства г. Алматы	специалист
TB04	Директор туристского агентства г. Актобе	эксперт
TB05	Директор туристского агентства г. Караганда	специалист
Сотрудники туристских фирм		
TW01	Специалист по работе с клиентами	специалист
TW02	Специалист по работе с клиентами	специалист
TW03	Сотрудник по организации туристических услуг	эксперт
TW04	Сотрудники по организации туристических услуг	специалист
TW05	Сотрудники по организации туристических услуг	новичок
TW06	Специалист по взаимодействию с клиентами	новичок
TW07	Консультант по туристическим вопросам	эксперт
TW08	Консультант по туристическим вопросам	новичок
TW09	Консультант по туристическим вопросам	новичок
TW10	Офис-менеджер туристского предприятия	новичок

Для обеспечения достоверности представленной в исследовании информации была применена методологическая триангуляция, основанная на сопоставлении результатов интервью со статистическими данными отрасли туризма. Использование нескольких источников позволило обеспечить объективный анализ исследуемой темы.

Выбранные методологические подходы имеют ряд ограничений. Большинство респондентов были привлечены с использованием метода “снежного кома”, что обеспечило доступ к ведущим специалистам. Однако, данный метод мог привести к смещению выборки, поскольку привлеченные специалисты могли принадлежать к узким профессиональным сетям. Процесс интервьюирования был проведен в форматах телефонного звонка, офлайн и онлайн (видеоконференция Microsoft Teams). Несмотря на риск, подобранная методология позволила привлечь к исследованию специалистов-женщин, напрямую вовлеченных в реализацию туристской политики на республиканском и региональном уровнях.

Результаты и дискуссия

Туризм, в современном понимании этого слова, стал активно формироваться и приобретать развитие на территории независимого Казахстана в начале 2000-х годов. Будучи отраслью, способной предоставить большое количество рабочих мест специалистам сферы услуг (в организациях отельного бизнеса, общественного питания, транспортных услуг, а также непосредственно турагентств), туризм представлял интерес для специалистов женского пола. [18] По сей день, опираясь на ответы респондентов интервью, в туризме преобладают работницы-женщины. Агентством по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан Бюро Национальной Статистики в 2021 году была опубликована гендерная статистика Казахстана. [19] Статистика включает в себя занятость населения по различным видам экономической деятельности, изучение которой дает возможность выделить следующие подтверждающие данные: женщины преобладают в таких сферах экономической деятельности, как торговля, предоставление услуг по проживанию и питанию, здравоохранение и социальное обслуживание населения, деятельность которых напрямую связана с туризмом. Процент представителей женского пола в вышеперечисленных сферах варьируется от 57,1 до 73,0. Сведения по статистике представлены в диаграмме 1.



Диаграмма 1.

Анализ роли женщин в формировании туристской привлекательности Казахстана является значимым инструментом для комплексного понимания факторов, определяющих развитие национальной туристской индустрии, поскольку женщины составляют большинство специалистов, непосредственно вовлеченных в сферу туризма. Изучение гендерного аспекта позволяет уточнить механизмы функционирования отрасли и способствует формированию государственной политики, ориентированной на устойчивое развитие. Понимание специфики профессиональной деятельности женщин обеспечивает возможность разработки более точных и адресных мер поддержки, направленных на укрепление их участия в туристском секторе и повышение эффективности кадрового потенциала. Высокий уровень вовлеченности женщин положительно отражается на международном имидже Казахстана, создавая представление о стране как о современном и динамично развивающемся государстве, демонстрирующем приверженность принципам гендерного равенства и инклюзивности. Исследование также выявляет уникальный вклад женщин в повышение качества туристского продукта. Этот вклад проявляется в развитии

сервисной культуры, способности учитывать многообразие потребностей туристов и формировании клиентского опыта, соответствующего международным стандартам. Подобные особенности профессиональной деятельности оказывают прямое влияние на уровень удовлетворенности посетителей, а следовательно — на восприятие страны как привлекательного или, напротив, недостаточно конкурентоспособного туристского направления. Социально-научные исследования такого рода имеют высокую практическую ценность, поскольку позволяют выстраивать долгосрочные стратегии укрепления экономической и имиджевой конкурентоспособности Казахстана на глобальном туристском рынке. Результаты интервью подтверждают, что женщины занимают значимые позиции в туристской отрасли страны и оказывают заметное влияние на формирование ее привлекательности. Стаж опрошенных специалистов варьируется от трёх до пятнадцати лет и охватывает широкий спектр профессиональной деятельности - от преподавания и менеджмента туристских агентств до участия в государственных структурах и работы в авиационной сфере. Это свидетельствует о высокой степени интегрированности женщин в ключевые сегменты туристской индустрии и подчёркивает важность их роли в стратегическом развитии отрасли.

“...Я работаю в сфере туризма уже три года и каждый день получаю новый опыт”. (TW03)

“...Я работаю в сфере туризма более пятнадцати лет, из которых десять лет преподаю в университете”. (AC01)

Анализ ответов респондентов продемонстрировал, что женщины обладают рядом профессиональных преимуществ, которые оказывают непосредственное влияние на качество туристских услуг. Наиболее часто отмечались клиентоориентированность, умение устанавливать доверительный контакт с гостями, а также повышенное внимание к деталям при организации обслуживания. Респонденты подчеркивали, что женщины более эффективно справляются с многозадачностью и проявляют гибкость в процессе решения оперативных вопросов, что особенно важно в условиях динамичного туристского рынка. Эти характеристики позволяют женщинам формировать устойчивую клиентскую базу и обеспечивать высокий уровень сервиса.

“...Женщины хорошо чувствуют комфорт людей, проявляют эмпатию и способны понять потребности клиентов всех категорий” (TB05)

“...Женщины, как правило, внимательны к деталям, что помогает улучшать качество сервиса и создавать благоприятную атмосферу для гостей и клиентов” (TW01)

“...Женщины создают особый уровень сервиса благодаря своей эмпатии, внимательности, многозадачности, эстетическому вкусу и ответственности” (TB04)

Вместе с тем, исследование выявило наличие гендерно обусловленных трудностей, с которыми сталкиваются женщины, несмотря на их значительную представленность в туристской сфере. Респонденты чаще всего указывали на скрытые барьеры, связанные со стереотипными представлениями о распределении ролей и ограничением карьерных перспектив. Открытые формы дискриминации фиксировались реже и, как правило, не были характерны для частного сектора. Отдельно отмечалось, что в частных туристских компаниях доля женщин-руководителей существенно выше, чем в государственных структурах и особенно в авиационной отрасли, где сохраняется традиционно более мужское преобладание в управлении.

“...Да. отдельные сложности встречаются. Чаще всего это недооценка профессиональных компетенций и необходимость доказывать квалификацию сильнее, чем мужчинам.” (AV02)

“...Общественные стереотипы и культурные ожидания часто замедляют карьерный рост женщин, создавая дополнительные препятствия для продвижения по службе” (GO01)

“...В авиационной сфере женщины составляют лишь 5% от общего числа пилотов, и только 1.5% из них являются командирами” (AV01)

Ключевыми факторами успешного карьерного продвижения женщины респонденты называли личностные качества (коммуникативность, стрессоустойчивость, инициативность), систематическое профессиональное развитие, расширение социального капитала и наличие поддержки со стороны семьи. В то же время значимыми препятствиями выступают необходимость совмещать профессиональные обязанности с семейными, повышенная эмоциональная нагрузка, приводящая к выгоранию, а также устойчивые гендерные стереотипы, которые снижают доступ женщин к управленческим позициям и повышают риск их профессиональной маргинализации.

“...Женщинам помогают целеустремленность, поддержка семьи, родных и руководства, а также профессиональное обучение и курсы повышения квалификации” (TB01)

“...Основными факторами являются образование, владение иностранными языками, широкий круг профессиональных контактов и способность создавать устойчивые партнерские отношения” (GO02)

“...Развитию могут мешать необходимость совмещать работу и семейные обязательства, высокий уровень стресса и перегрузка” (TW07)

Исследование также показало, что женщины оказывают значительное влияние на формирование туристских продуктов, внося вклад в развитие устойчивого туризма, гастрономических и этнографических маршрутов, а также образовательных и культурных программ. Их профессиональная деятельность способствует более внимательному учету потребностей различных групп туристов, расширению тематики турпродуктов и адаптации услуг под культурные особенности гостей.

“...Женщины оказывают значительное влияние на развитие туристских продуктов, создавая индивидуальные программы и ориентируясь на комфорт клиентов” (TB02)

“...Многие проекты, ориентированные на культурные маршруты, семейный отдых, гастротуризм, и событийные мероприятия, создавались при активном участии женщин” (TB03)

Отдельное внимание респонденты уделяли роли женщин-руководителей, отмечая, что их присутствие положительно влияет на качество сервиса, корпоративную культуру и репутацию туристских организаций. Женщины-менеджеры, по мнению участников исследования, чаще демонстрируют инклюзивный стиль управления, создают благоприятную рабочую атмосферу и уделяют повышенное внимание стандартам обслуживания, что способствует укреплению конкурентоспособности предприятий на рынке туристских услуг.

“...Присутствие женщин положительно сказывается на качестве услуг, так как они умеют слушать и находить решения для клиентов” (TW08)

“...Женщины на руководящих должностях оказывают комплексное влияние на сервис и репутацию, так как они сочетают в себе умение вовремя обратить внимание, оказать заботу клиенту и женщины-руководители чаще соблюдают корпоративную культуру. Здоровая атмосфера на рабочем месте влияет на очень много процессов” (GO01)

На основе проведенного интервью и классификации ответов респондентов были выделены ключевые, наиболее часто встречающиеся темы. Результаты анализа были

сгруппированы и представлены в Таблице 2, включающей коды и субкоды тем, а также номинальным процентом поддержки высказываний от респондентов.

Таблица 2. Количество тем (n=7)

Тема	Коды	Субкоды	Поддержка высказываний респондентов (n=22)
Роль женщин в туристской индустрии	Женская доминанта в отрасли	Туризм как “женская” сфера	17 (77,3%)
		Большинство сотрудников и руководителей - женщины	15 (68,2%)
Преимущество женщин в туризме	Клиентоориентированность	Эмпатия, забота о клиенте	18 (81,8%)
		Внимание к деталям	16 (72,7%)
	Многозадачность	Способность вести несколько процессов одновременно	14 (63,6%)
	Гибкость графика	Совмещение с семьей, удаленная работа	13 (59,1%)
Качества женщин в профессии	Коммуникабельность	Умение выстраивать доверие с туристами	16 (72,7%)
	Эмоциональность	Как ресурс и как риск	12 (54,5%)
	Ответственность	Высокая организованность	15 (68,2%)
Гендерные трудности	Отсутствие дискриминации	Гендерных барьеров не наблюдается	9 (40,9%)
	Скрытая дискриминация	Недоверие, предпочтение мужчин	7 (31,8%)
	Гендерные стереотипы	Представления о “неженских профессиях”	14 (63,6%)
Представленность женщин в управлении	Руководители в частном секторе	Владельцы турагентств, туроператоров	18 (81,8%)
	Неравномерное распределение кадров	Министерство, авиация, крупные корпорации	11 (50,0%)
Факторы карьерного роста	Личностное качество	Упорство, трудолюбие, целеустремленность	17 (77,3%)
	Профессиональное развитие	Образование, курсы, языки	15 (68,2%)
	Социальный капитал	Связи, репутация	14 (63,6%)
	Поддержка семьи	Одобрение близких	12 (54,5%)
Барьеры карьерного развития	Семейная нагрузка	Дети, быт, двойная занятость	16 (72,7%)
	Эмоциональная выгорание	Перегрузка, стресс	13 (59,1%)
	Стереотипы общества	Недоверие к женщинам-руководителям	15 (68,2%)
	Отсутствие институциональной поддержки	Недостаток менторства. программ	12 (54,5%)

На основе результатов, представленных в Таблице 2 можно выделить, что большинство респондентов отмечают выраженную женскую доминанту в туризме, по мнению 17-ти участниц (77,3%), сама отрасль воспринимается как “женская” сфера, где исторически и профессионально преобладают женщины. Среди ключевых преимуществ участницы выделяют высокую клиентоориентированность. Эмпатию и заботу о клиентах отметили 18 женщин (81,8%). Женщины демонстрируют выраженную многозадачность (63,6%), а также высокий уровень ответственности (72,7%).

Результаты исследования могут быть использованы для развития туристской отрасли Казахстана как на государственном, так и на корпоративном уровнях. Полученные данные позволяют формировать стратегии продвижения туризма с учетом вклада женщин в создание

качественного сервиса и разработку туристских продуктов. Результаты также могут быть применены в образовательных программах для подготовки кадров, направленных на развитие профессиональных и управленческих компетенций женщин в туризме.

Заключение

Проведенное исследование демонстрирует, что женщины занимают ключевые позиции в туристской индустрии Казахстана и оказывают значительное влияние на формирование туристской привлекательности Казахстана. Их профессиональная вовлеченность охватывает широкий спектр деятельности, начиная от преподавания и управления туристическими агентствами до работы в государственных структурах и авиационной сфере, тем самым подтверждая высокий уровень интеграции женщин в различные сегменты отрасли. Преобладание женщин в сферах торговли, предоставления услуг по проживанию и питанию, образования, здравоохранения и социального обслуживания населения тесно связано с развитием туристской деятельности и обеспечивает высокий уровень сервиса [Диаграмма 1]. Интервью с респондентами туристской сферы позволили выявить профессиональные качества, которые способствуют повышению качества туристских услуг и формированию устойчивой клиентской базы. Среди наиболее значимых характеристик респонденты отмечали клиентоориентированность, умение устанавливать доверительный контакт с туристами, внимание к деталям, многозадачность, гибкость и способность учитывать разнообразные потребности посетителей. В совокупности эти качества создают благоприятную атмосферу для туристов и укрепляют репутацию туристских предприятий, включая гостиницы, экскурсионные службы и агентства, что положительно сказывается на восприятии страны как туристского направления [1][7][19]. Вместе с тем исследование выявило ряд барьеров, сдерживающих карьерное продвижение женщин. Наиболее заметными препятствиями являются необходимость совмещать профессиональные обязанности с семейными, эмоциональная перегрузка и стресс, а также устойчивые социальные стереотипы, влияющие на доступ к управленческим должностям. При этом открытые формы дискриминации фиксируются реже и в основном не характерны для частного сектора, где женщины чаще занимают руководящие позиции и проявляют лидерские качества, упорство и стремление к профессиональному развитию [12]. Наличие поддержки со стороны семьи, систематическое повышение квалификации, владение иностранными языками и расширение профессиональных контактов также выступают важными факторами успешного карьерного роста женщин. Результаты исследования показывают, что женщины вносят уникальный вклад в развитие туристских продуктов. Их профессиональная деятельность способствует повышению качества туристских услуг, улучшению клиентского опыта и адаптации предложений под разнообразные потребности туристов. Женщины-руководители, применяя инклюзивный стиль управления, создают благоприятную рабочую атмосферу, соблюдают корпоративную культуру и повышают стандарты обслуживания, что укрепляет конкурентоспособность туристских организаций. Важность вовлечения женщин в туристскую индустрию имеет практическое значение для повышения эффективности отрасли, улучшения клиентского опыта и развития устойчивых моделей туристической деятельности. Профессиональные качества женщин, их лидерский потенциал и участие в разработке туристских продуктов напрямую влияют на формирование имиджа Казахстана как прогрессивного, гостеприимного и конкурентоспособного туристического направления. Усиление поддержки со стороны организаций и государства, внедрение программ менторства и создание условий для совмещения профессиональной и

семейной деятельности способны повысить эффективность участия женщин в отрасли и способствовать долгосрочному развитию национального туризма.

Результаты исследования подтверждают, что женщины являются важным ресурсом для устойчивого развития туристской индустрии Казахстана. Их активное участие в управлении, сервисной деятельности и формировании туристских продуктов обеспечивает высокое качество обслуживания, укрепляет репутацию туристических предприятий и способствует созданию положительного имиджа страны на международной арене. Дальнейшее развитие профессиональных и управленческих компетенций женщин, а также устранение существующих барьеров, позволит повысить эффективность отрасли и обеспечить устойчивость туристического сектора в условиях глобальной конкуренции.

Вклад авторов

Қалдыбай І.Ғ. - формулировка целей работы, сбор и первичный анализ научной литературы, формирование структуры статьи и выбор методов исследования, сбор качественных данных путем проведения интервью с респондентами, интерпретация результатов исследования, написание введения и основной части работы по разделам, оформление списка литературы в соответствии с требованиями.

Тәнірбергенова М.Ә. - анализ литературы, уточнение структуры статьи, разработка формы интервью, сбор качественных данных путем проведения интервью с респондентами, участие в написании основной части и заключения, редакторская проверка текста, контроль логики изложения, проверка соответствия требованиям оформления, утверждение окончательной версии статьи для защиты.

Приложение 1. Форма интервью

Представьтесь.

Подтвердите ваше согласие участвовать в интервью и согласие на обработку данных.

1. Как давно вы работаете в сфере туризма?
2. Какая у вас должность и какие основные обязанности?
3. Какие преимущества, на ваш взгляд, дает работа женщин в туризме?
4. Сталкивались ли вы (или ваши коллеги-женщины) с гендерными трудностями в профессии?
5. Насколько, по вашим наблюдениям, женщины представлены на руководящих должностях в туризме Казахстана?
6. Какие факторы чаще всего помогают женщинам продвигаться в карьере в сфере туризма?
7. А какие, наоборот, мешают развитию?
8. Как, по вашему мнению, работа женщин влияет на уровень сервиса и впечатления туристов?
9. Замечаете ли вы, что женщины в отрасли проявляют иные качества (эмпатия, коммуникация, внимательность), чем мужчины?
10. Есть ли, на ваш взгляд, влияние женщин на развитие конкретных туристских продуктов или объектов?
11. Как вы считаете, увеличивает ли присутствие женщин-руководителей качество сервиса и репутацию туристских предприятий?
12. Как общественное восприятие (стереотипы, ожидания) влияет на карьеру женщин в туризме?

13. Какие меры, по вашему мнению, могут улучшить условия для женщин в туризме?

14. Как вы думаете, какая роль женщин в будущем будет влиять на туристскую привлекательность Казахстана?

Благодарим вас за участие и предоставленную информацию.

СПИСОК использованной литературы

- 1) Кос, Е. Do Women Make Better in Tourism and Hospitality? A Conceptual Review from a Customer Satisfaction and Service Quality Perspective // *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. - 2019. - Vol. 20, № 4. - P. 422-446. - DOI: 10.1080/1528008X.2019.1672234.
- 2) World Tourism Organization (2019), *Global Report on Women in Tourism -Second Edition*, UNWTO, Madrid. - 2019. - P. 187. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420384>
- 3) Катунова В.В. Гендерные аспекты социальных установок в области туризма // *Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова*. - 2011. - Том 17. - С. 142-145.
- 4) Курьер ЮНЕСКО. Устойчивое развитие к 2030 году: задача для каждого из нас // *Курьер ЮНЕСКО*. - 2017. - № 1. - Серия: The UNESCO Courier, 1. - С. 75.
- 5) Миронов, А. Г., Чудаева, О. И. Туристическая индустрия: понятие и структура // *Science Time*. - 2016. - С. 221-224
- 6) Пресс-служба Министерства культуры и информации РК. Казахстан на пути к гендерному равенству: 39% руководящих должностей на госслужбе занимают женщины [Электронный ресурс]. - 2025. - URL: <https://www.gov.kz/> (дата обращения 05.10.2025)
- 7) Гурьева, Е. В. Социальный статус и его влияние на потребительское поведение актора на рынке туристских услуг // *Logos et Praxis*. - 2017. - Vol. 16. - No. 4. - P. 41-49. DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2017.4.5>.
- 8) Ferguson, L. Promoting Gender Equality and Empowering Women? Tourism and the Third Millennium Development Goal // *Current Issues in Tourism*. — 2011. — Vol. 14, No. 3. — P. 235–249. — DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.555522>
- 9) Mahwish, S.; Nawaz, M. A. Tourism and Women Empowerment in Developing Economies: Systematic Literature Review // *iRASD Journal of Management*. — 2022. — Vol. 4, No. 2. — P. 388–397. — DOI: <https://doi.org/10.52131/jom.2022.0402.0086>
- 10) European Institute for Gender Equality (EIGE). *Gender in tourism* // EIGE Publications. — Luxembourg, 2017. — 101 p. — ISBN 978-92-9493-603-5.
- 11) Baum, T. *International Perspectives on Women and Work in Hotels, Catering and Tourism*. — Geneva: International Labour Organization (ILO), 2013. — 98 p.
- 12) Bektursyn, S., Abdreyeva, Sh., Akbar, I., Mamadiyarov, M. An Analysis of Foreign and Kazakh Studies on Gender Issues in Tourism // *Bulletin of the Kazakh University of Economics, Finance and International Trade*. — 2024. — № 3 (56). — P. 145–156. — DOI: [https://doi.org/10.52260/2304-7216.2024.3\(56\).17](https://doi.org/10.52260/2304-7216.2024.3(56).17).
- 13) Kinnaird, V., & Hall, D. (Eds.). (1994). *Tourism: A Gender Analysis*. Chichester: John Wiley & Sons.
- 14) Figueroa-Domecq, C.; Segovia-Perez, M. Application of a Gender Perspective in Tourism Research: A Theoretical and Practical Approach // *Journal of Tourism Analysis (Analisis Turistico)*. — 2020. — DOI: <https://doi.org/10.1108/JTA-02-2019-0009>.

- 15) Zhang, Y.; Xu, S.; Zhang, J. Examining the Relationship between Tourism and Gender Equality: Evidence from Asia // *Sustainability*. — 2022. — Vol. 14, No. 19. — Article 12156. — DOI: <https://doi.org/10.3390/su141912156>.
- 16) Gentry, K. Women and Tourism Employment: Global Perspectives on Gender Equality // *Annals of Tourism Research*. — 2021. — Vol. 89. — No. 3. — P. 102–113. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103207>.
- 17) Ferguson, L. Gender and Development in Tourism: Critical Reflections on Women's Work // *Journal of Sustainable Tourism*. — 2019. — Vol. 27. — No. 7. — P. 1026–1043. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1564749>.
- 18) Sarmento, J., Mukashev, A. S. Kazakhstan, tourism // Springer. — 2015. — P. 276–281. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-01669-6_276-1.
- 19) Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. Гендерная статистика Казахстана [Электронный ресурс]. — Алматы, 2021. — URL: <https://stat.gov.kz/upload/medialibrary/b64/eu4pyce0x8xbyeqq3goevisb0cod2qma/%D0%93%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%28%D1%80%D1%83%D1%81%29%20%281%29.pdf> (дата обращения 01.12.2025)
- 20) Сапарова, А. С. Роль женщин-специалистов в развитии туристского сектора Казахстана // *Центрально-Азиатский экономический журнал*. — 2022. — № 4. — С. 87–95. DOI: <https://doi.org/10.52536/caej.v4i2022.215>.

ТУРИЗМНІҢ ГЕНДЕРЛІК ӨЛШЕМІ ҚАЗАҚСТАНДА: ЕЛДІҢ ТУРИЗМДІК ТАРТЫМДЫЛЫҒЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУДАҒЫ ӘЙЕЛДЕРДІҢ РӨЛІ

І.Ғ. Қалдыбай, М.Ә. Тәнірбергенова

Ғылыми жетекші: Муканов А.Х.

Қазіргі уақытта Қазақстандағы туризм экономика саласы ретінде оң өсу динамикасын көрсетіп отыр. Саланың тұрақты даму қағидаттарына бағдарлануы жағдайында оның даму үрдістеріне әсер ететін факторларды кешенді түрде зерттеу қажеттілігі туындайды. Осы мақаланың мақсаты – Қазақстанның туристік индустриясының дамуындағы әйелдердің рөлін талдау және олардың елдің туристік тартымдылығын қалыптастыруға қосқан үлесін бағалау. Зерттеудің негізгі міндеттері ретінде Қазақстанның туристік саласының қазіргі жағдайын кәсіби қызметтің әртүрлі деңгейлеріндегі әйел-мамандардың қатысуын ескере отырып талдау; туризм саласында еңбек ететін әйелдер кездесетін негізгі мәселелер мен кедергілерді анықтау; елдің туристік өнімінің тартымдылығы мен бәсекеге қабілеттілігін арттыруда әйелдердің рөлін күшейтудің тиімді тетіктерін айқындау; сондай-ақ Қазақстандағы кірмелік, шығу және ішкі туризмнің дамуына әйелдердің қатысуының әсері туралы кешенді түсінік қалыптастыру көзделген. Зерттеу әдіснамасы екі негізгі құралға негізделген: туристік индустриядағы әйел-мамандармен (басшылар, менеджерлер, кәсіпкерлер, мемлекеттік құрылымдар мен авиация саласының өкілдері) жүргізілген жартылай құрылымдалған сұхбаттар нәтижесінде алынған сапалық деректер және әйелдердің әртүрлі қызмет салаларындағы жұмыспен қамтылу үлесін, басқару құрылымдарындағы және саясаттағы

өкілдігін қамтитын ресми статистикалық мәліметтерді пайдалану. Сонымен қатар, зерттеудің кешенділігін қамтамасыз ету және ұлттық деректерді халықаралық контексте салыстыру мақсатында ЮНЕСКО, ЮНВТО материалдары, ғылыми жарияланымдар мен аналитикалық есептер қолданылды. Зерттеу нәтижелері Қазақстанның туристік саласында әйел-мамандардың үлесі басым екенін көрсетеді, бұл өз кезегінде индустрияның және жалпы экономикалық сектордың тұрақты дамуына елеулі ықпал етеді.

Кілт сөздер: туристік индустрия, туризмдегі әйелдер, гендерлік теңдік, әйелдер көшбасшылығы, әйелдердің жұмыспен қамтылуы, қонақжайлылық, қонақ үй бизнесі, сервис, туризмнің тұрақты дамуы, қызмет көрсету психологиясы, турист, саяхатшы.

GENDER DIMENSION OF TOURISM IN KAZAKHSTAN: THE ROLE OF WOMEN IN SHAPING THE COUNTRY'S TOURIST APPEAL

I.G. Kaldybay, M.A. Tanirbergenova

Scientific supervisor: A.Kh. Mukanov

At present, tourism in Kazakhstan as a sector of the economy demonstrates positive growth dynamics. In the context of the industry's orientation toward sustainable development, there is a need for a comprehensive study of the factors influencing its trends. The purpose of this article is to analyze the role of women in the development of Kazakhstan's tourism industry and to assess their contribution to shaping the country's tourism attractiveness. The main objectives of the study include analyzing the current state of Kazakhstan's tourism sector with regard to the participation of women specialists at various levels of professional activity; identifying key challenges and barriers faced by women working in tourism; determining effective mechanisms for enhancing the role of women in increasing tourism attractiveness and the competitiveness of the national tourism product; and forming a comprehensive understanding of the impact of women's participation on the development of inbound, outbound, and domestic tourism in Kazakhstan. The research methodology is based on two main tools: qualitative data obtained through semi-structured interviews with women professionals in the tourism industry (including executives, managers, entrepreneurs, representatives of government bodies, and the aviation sector), and the use of statistical data comprising official indicators of women's employment shares across various sectors, their representation in managerial structures, and policymaking. In addition, the authors used materials from UNESCO and UNWTO, as well as scientific publications and analytical reports, which ensured a comprehensive approach and allowed for the comparison of national data with the international context. The research findings indicate that women constitute the majority of specialists in Kazakhstan's tourism industry, thereby exerting a significant influence on the sustainable development of the industry and the economic sector as a whole.

Keywords: tourism industry, women in tourism, gender equality, women's leadership, women's employment, hospitality, hotel business, service, sustainable tourism development, service psychology, tourist, traveler.

REFERENCES

1. Koc, E. Do Women Make Better in Tourism and Hospitality? A Conceptual Review from a Customer Satisfaction and Service Quality Perspective // *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. 2019. Vol. 20, No. 4. P. 422–446. DOI: 10.1080/1528008X.2019.1672234.
2. World Tourism Organization. *Global Report on Women in Tourism*. 2nd ed. Madrid: UNWTO, 2019. 187 p. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420384>.
3. Katunova, V.V. Gender Aspects of Social Attitudes in the Field of Tourism // *Bulletin of Nekrasov Kostroma State University*. 2011. Vol. 17. P. 142–145.
4. UNESCO Courier. Sustainable Development by 2030: A Task for Each of Us // *UNESCO Courier*. 2017. No. 1. P. 75.
5. Mironov, A.G., & Chudaeva, O.I. Tourism Industry: Concept and Structure // *Science Time*. 2016. P. 221–224.
6. Press Service of the Ministry of Culture and Information of the Republic of Kazakhstan. *Kazakhstan on the Path to Gender Equality: Women Hold 39% of Leadership Positions in Public Service* [Electronic Resource]. 2025. Available at: <https://www.gov.kz/> (accessed: 05.10.2025).
7. Guryeva, E.V. Social Status and Its Influence on Consumer Behavior in the Tourism Services Market // *Logos et Praxis*. 2017. Vol. 16. No. 4. P. 41–49. DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2017.4.5>.
8. Ferguson, L. Promoting Gender Equality and Empowering Women? Tourism and the Third Millennium Development Goal // *Current Issues in Tourism*. 2011. Vol. 14. No. 3. P. 235–249. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.555522>.
9. Mahwish, S., & Nawaz, M.A. Tourism and Women Empowerment in Developing Economies: Systematic Literature Review // *iRASD Journal of Management*. 2022. Vol. 4. No. 2. P. 388–397. DOI: <https://doi.org/10.52131/jom.2022.0402.0086>.
10. European Institute for Gender Equality (EIGE). *Gender in Tourism*. Luxembourg, 2017. 101 p.
11. Baum, T. *International Perspectives on Women and Work in Hotels, Catering and Tourism*. Geneva: International Labour Organization, 2013. 98 p.
12. Bektursyn, S., Abdreyeva, Sh., Akbar, I., & Mamadiyarov, M. An Analysis of Foreign and Kazakh Studies on Gender Issues in Tourism // *Bulletin of the Kazakh University of Economics, Finance and International Trade*. 2024. No. 3(56). P. 145–156. DOI: [https://doi.org/10.52260/2304-7216.2024.3\(56\).17](https://doi.org/10.52260/2304-7216.2024.3(56).17).
13. Kinnaird, V., & Hall, D. (Eds.). *Tourism: A Gender Analysis*. Chichester: John Wiley & Sons, 1994.
14. Figueroa-Domecq, C., & Segovia-Perez, M. Application of a Gender Perspective in Tourism Research: A Theoretical and Practical Approach // *Journal of Tourism Analysis*. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1108/JTA-02-2019-0009>.
15. Zhang, Y., Xu, S., & Zhang, J. Examining the Relationship between Tourism and Gender Equality: Evidence from Asia // *Sustainability*. 2022. Vol. 14. No. 19. Article 12156. DOI: <https://doi.org/10.3390/su141912156>.
16. Gentry, K. Women and Tourism Employment: Global Perspectives on Gender Equality // *Annals of Tourism Research*. 2021. Vol. 89. No. 3. P. 102–113. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103207>.

17. Ferguson, L. Gender and Development in Tourism: Critical Reflections on Women's Work // *Journal of Sustainable Tourism*. 2019. Vol. 27. No. 7. P. 1026–1043. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1564749>.
18. Sarmento, J., & Mukashev, A.S. Kazakhstan, Tourism // Springer. 2015. P. 276–281. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-01669-6_276-1.
19. Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan. Gender Statistics of Kazakhstan [Electronic Resource]. Almaty, 2021. Available at: <https://stat.gov.kz/> (accessed: 01.12.2025).
20. Saparova, A.S. The Role of Women Specialists in the Development of Kazakhstan's Tourism Sector // *Central Asian Economic Journal*. 2022. No. 4. P. 87–95. DOI: <https://doi.org/10.52536/caej.v4i2022.215>.