



НАСЛЕДИЕ ШЕЛКОВОГО ПУТИ И УСТОЙЧИВЫЙ ТУРИЗМ: ВЗГЛЯДЫ ТУРОПЕРАТОРОВ БУХАРЫ

Мухриддин Киличов

Кандидат экономических наук, лектор

Бухарский Государственный Университет

mkilich@doctor.upv.es

Аннотация. Организация Объединенных Наций (ООН) утвердила Повестку дня в области устойчивого развития на период до 2030 года, где устойчивый туризм занимает важное место. Развитие устойчивого туризма может помочь решить ключевые глобальные проблемы, такие как сокращение бедности, уменьшение неравенства, смягчение последствий изменения климата и охрана окружающей среды, одновременно способствуя культурному, социальному и экономическому прогрессу. Это исследование рассматривает туроператоров Бухарского региона как значимых участников и оценивает их понимание наследия Шелкового пути и их готовность использовать это наследие для устойчивого развития туризма. Для сбора данных о взглядах и отношениях туроператоров была использована методология опроса. Результаты показывают, что туроператоры поддерживают развитие устойчивого туризма и признают наследие Шелкового пути важным элементом для достижения этой цели. Кроме того, исследование выявляет существующие недостатки в сотрудничестве между частным и государственным секторами, такие как недостаток осведомленности о стимулах для устойчивого развития. На основе этих результатов статья предлагает академически обоснованные рекомендации, направленные на решение этих проблем и улучшение сотрудничества всех заинтересованных сторон, вовлеченных в развитие устойчивого туризма.



Ключевые слова: *Шелковый путь, устойчивое развитие туризма, заинтересованные стороны, сотрудничество.*

Введение. Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года, установленная ООН в 2015 году, включает 17 взаимосвязанных целей, направленных на борьбу с бедностью, неравенством, изменением климата и деградацией окружающей среды. Туризм, как одна из крупнейших отраслей мира, играет значительную роль в достижении этих целей. Устойчивый туризм может способствовать социальному прогрессу, сохранению окружающей среды и инклюзивному экономическому процветанию (Buckley et al., 2019; Koens et al., 2018). Он способствует экономическому росту за счет создания доходов, рабочих мест и поощрения местного предпринимательства (SDG 8) (UNWTO, 2017). Однако важно контролировать негативные последствия туризма, такие как чрезмерная зависимость от этой отрасли, неравенство доходов и коммерциализация местной культуры (Mihalic, 2016). Туризм может способствовать достижению Целей устойчивого развития (SDGs) 1, 4, 5 и 10: сокращению бедности, образовательным возможностям, гендерному равенству и уменьшению неравенства (Scheuyvens, 2011; Tucker & Voonaabaana, 2012). Важность инклюзивного участия заинтересованных сторон и политических рамок, способствующих социальной ответственности, невозможно переоценить (Jamal et al., 2017). Туризм может способствовать охране окружающей среды, увеличивая знания, принося доход охраняемым территориям и поощряя устойчивое поведение (Balmford et al., 2015). Однако он также ставит под угрозу природные ресурсы (SDG 6, 7, 12, 13, 14, 15) из-за таких проблем, как использование энергии, производство отходов, нехватка воды и потеря биоразнообразия (Gössling et al., 2012). Продвижение экотуризма и других форм туризма, ориентированных на природу, должно помочь смягчить эти



эффекты (Honey, 2008). Для достижения Целей устойчивого развития через туризм необходимо сотрудничество между государственным и частным секторами (SDG 17). Создание общественных проектов, государственно-частных партнерств и многосторонних инициатив может помочь реализовать политику устойчивого туризма (Bramwell & Lane, 2011; Nunkoo & Smith, 2013).

Ограниченная осведомленность, нехватка ресурсов, слабые политические рамки и конкурирующие интересы заинтересованных сторон являются одними из препятствий на пути к интеграции туризма с Целями устойчивого развития (Buckley et al., 2019; Gössling et al., 2015). Инновации в технологиях, адаптивное управление и этичный маркетинг являются потенциальными способами улучшения устойчивого туризма (Ruhanen et al., 2015).

Ключевые заинтересованные стороны включают:

- а. Местные сообщества: их участие обеспечивает, что развитие туризма приносит пользу местным жителям, сохраняет культурное наследие и поддерживает местные ценности (Scheuvens, 2011).*
- б. Государственные организации: они несут ответственность за разработку правовых и институциональных рамок, правил и инфраструктуры, которые позволяют развивать устойчивый туризм (Nunkoo & Smith, 2013).*
- в. Туристические компании: частные участники могут способствовать инновациям, принимать этические стандарты и поддерживать региональное экономическое развитие (Dodds & Butler, 2010).*
- г. НПО: эти организации могут продвигать социальную справедливость, охрану окружающей среды и этические туристические привычки (Videanu, 2005).*



е. Путешественники: сознательный выбор туристов может способствовать устойчивым туристическим проектам и снижать негативные воздействия (Weaver, 2006).

Участие заинтересованных сторон в принятии решений является ключевым фактором эффективности и устойчивости программ устойчивого туризма (Reed, 1997; Simpson, 2008). Существуют различные форматы для совместного принятия решений, такие как:

а. Воркшопы и публичные консультации: на этих встречах участники могут выразить свои мнения, проблемы и идеи (Gursoy et al., 2002).

б. Многосторонние форумы и комитеты: объединение различных заинтересованных сторон для общения, обсуждения и принятия совместных решений (Bramwell & Lane, 2011).

с. Партисипативное планирование и совместное управление: вовлечение местных сообществ и других заинтересованных сторон в разработку, внедрение и оценку туристических программ (Timur & Getz, 2009).

Существуют также лучшие практики, которые могут быть использованы для повышения участия заинтересованных сторон в принятии решений о устойчивом туризме (Medi et al., 2015; Aas et al., 2005):

а. Раннее вовлечение: оно позволяет лучше понять и учесть интересы и проблемы заинтересованных сторон в процессе планирования и принятия решений.

б. Инклюзивные процессы: обеспечение участия обделенных и недопредставленных групп в процессах принятия решений способствует социальной справедливости и расширяет влияние местных сообществ.

с. Укрепление потенциала: предоставление ресурсов и обучения заинтересованным сторонам, особенно местным сообществам, может помочь им более эффективно участвовать в процессах принятия решений.



d. Открытое и прозрачное общение: оно способствует доверию, сотрудничеству и общему пониманию среди заинтересованных сторон.

e. Адаптивное управление: поощрение гибкости и адаптации в процессах принятия решений позволяет непрерывно учиться и совершенствоваться на основе обратной связи от заинтересованных сторон и изменения обстоятельств.

Развитие туристической отрасли зависит от туроператоров, которые играют роль посредников между различными участниками индустрии, такими как поставщики жилья, транспортные компании и путешественники (Holloway & Taylor, 2006). Они значительно влияют на выбор направлений, планы путешествий и общее качество предоставляемых услуг, поскольку служат "хранителями ворот" туристического опыта (Tapper & Font, 2004). Их маркетинговые стратегии и методы дистрибуции могут влиять на выбор туристов, что может как способствовать, так и препятствовать развитию устойчивого туризма (Dodds & Butler, 2010). Поэтому туроператоры играют особую роль в продвижении практик устойчивого туризма, таких как предложение экологически чистых товаров, сотрудничество с этичными местными поставщиками и информирование туристов об этичных туристических привычках (Budeanu, 2005). Следовательно, участие и приверженность туроператоров развитию устойчивого туризма имеют решающее значение для долгосрочных экономических, социальных и экологических выгод этой отрасли (Tapper & Font, 2004).

Бухара, расположенная на древнем Шелковом пути - сети торговых маршрутов, которые тысячелетиями связывали Восток и Запад, является исторически значимым местом. Бухара долгое время была культурным, религиозным и коммерческим центром, привлекавшим торговцев, ученых и путешественников со всего мира (Wood, 2002). Как объект Всемирного наследия ЮНЕСКО, Бухара предоставляет уникальную возможность



исследовать пересечение многочисленных культур и цивилизаций, процветавших вдоль Шелкового пути (UNESCO, 1993). Впечатляющие базары, искусная работа мастеров и живописная атмосфера Бухары до сих пор очаровывают посетителей, делая этот город важной остановкой для тех, кто хочет пойти по следам древних торговцев и путешественников в самом сердце Узбекистана. Исходя из вышеизложенного, было проведено исследование среди туроператоров, действующих в Бухаре, чтобы понять их знание наследия Шелкового пути, использование его в своей деятельности и поддержку устойчивого туризма.

Методология. Исследование было проведено в 2022 году. Согласно информации, предоставленной Департаментом туризма и спорта Бухары, в конце 2021 года в регионе насчитывалось 115 туроператоров. Для данного исследования был выбран метод анкетирования, поскольку он более выгоден по сравнению с интервью при работе с большим количеством респондентов или при сборе информации по широкому кругу тем. Выбор анкетирования обусловлен несколькими причинами: экономия времени и средств, стандартизация, анонимность и конфиденциальность, упрощение анализа данных и снижение предвзятости интервьюера.

Для определения подходящего размера выборки был использован калькулятор размера выборки. В исследованиях калькулятор размера выборки важен для обеспечения надежности работы, так как он помогает получить репрезентативную выборку целевой популяции. Определив правильный размер выборки на основе заданного уровня доверия и допустимой погрешности, можно сократить погрешность и обеспечить более точные и надежные результаты. Этот процесс добавляет надежности и применимости исследовательских выводов, что важно для поддержания высоких академических стандартов (Bryman, 2016; Creswell, 2014). Таким



образом, было установлено, что для исследования будет достаточно получения анкетных ответов от не менее 89 туроператоров.

Перед началом сбора ответов на анкету был проведен пилотный тест, что является широко поддерживаемой методологией в процессе исследований. В фазе предтестирования было получено обратное мнение от руководителя, группы ученых, ответственных лиц из общественных служб, а также экспертов и заинтересованных сторон. Как утверждает Брайман (2016), их мнение может помочь улучшить содержание, дизайн и общее качество анкеты, сделав ее более пригодной для достижения исследовательских целей.

Полученные результаты были проанализированы с помощью программы SPSS (Статистический пакет для социальных наук) для описательного анализа, и были сделаны выводы.

Результаты и анализ. На первом этапе в ходе опроса были выявлены типы и области деятельности участвующих туроператоров. По данным, 59 (66,3%) туроператоров занимались одновременно внутренним, выездным и въездным туризмом. Следующий по величине показатель - туроператоры, сосредоточенные на внутреннем туризме, с 15 (16,9%) участниками (Таблица 1). Можно считать, что внимание, уделяемое развитию внутреннего туризма в последние годы, повлияло на эти показатели. Кроме того, большое количество туроператоров значительно способствует повышению конкуренции и созданию качественных туристических продуктов.

Таблица 1. Направления деятельности туроператоров, участвовавших в анкетировании

Таблица 1. Направления деятельности туроператоров, участвовавших в анкетировании

Направление	Частота	Процент	Валидный
-------------	---------	---------	----------



			процент
Внутренний туроператор	15	16.9	16.9
Внутренний и въездной	3	3.4	3.4
Внутренний, выездной и въездной	59	66.3	66.3
Въездной туроператор	2	2.2	2.2
Выездной туроператор	3	3.4	3.4
Выездной и въездной	7	7.9	7.9
Итого	89	100.0	100.0

Источник: Автор

Большинство анкет было заполнено директорами (66,3%), менеджерами (25,8%) и остальными администраторами и руководителями. Эти должности указывают на иерархическую структуру, существующую в туристических компаниях. Количество сотрудников в этих организациях варьировалось от 2 до 20, в среднем по 4,91 сотрудника на туроператора. Основное распределение компаний включало 12 компаний с 3 сотрудниками, 24 компании с 4 сотрудниками и 18 компаний с 5 и 18 компаниями с 6 сотрудниками.

Заключение и предложения. Основываясь на анализе и результатах, можно увидеть наличие возможностей для развития туризма и ведения туристического бизнеса в Бухарском регионе сегодня. Тот факт, что в одной только Бухаре зарегистрировано 115 туристических операторов, указывает на



конкурентоспособность рынка. Кроме того, в Узбекистане есть много других туроператоров, привлекающих клиентов для туристических направлений Бухары.

Широкое использование туроператорами социальных сетей для продвижения своих услуг помогает устанавливать коммуникацию с клиентами и способствует увеличению конкурентоспособности на актуальном сегодня рынке. Однако следует отметить, что 21% не присутствовали на платформах социальных сетей. В то же время, изучая инфраструктуру оплаты, можно увидеть, что все клиенты имеют возможность осуществлять платежи через различные платежные системы. Для удобства иностранных туристов, банкоматы установлены вблизи Исторического центра Бухары и всех туристических достопримечательностей, работая круглосуточно.

Туроператоры региона высоко оценивают существующее наследие как часть наследия Шелкового пути. Эта ситуация несомненно укрепляет позицию Бухары как значимого направления Шелкового пути, способного конкурировать с другими направлениями на этом пути. Основным фактором здесь является использование бренда Шелкового пути. По результатам опроса, почти 50% операторов не используют этот бренд. В развитии устойчивого туризма также важны сильный имидж и бренд. Следовательно, необходимо, чтобы государственный сектор предпринял необходимые меры для расширения использования бренда Шелкового пути и его дальнейшего развития.

Устойчивое развитие туризма в Узбекистане поддерживается различными проектами и стимулами на разных уровнях по всей стране. По результатам опроса, почти 70% туроператоров либо не осведомлены о стимулах, либо указывают на их отсутствие. Эта ситуация подчеркивает



недостаток или неадекватность обмена информацией и сотрудничества между всеми заинтересованными сторонами. На основе этого, для дальнейшего развития партнерства между заинтересованными сторонами, предлагаются следующие рекомендации, основанные на мерах, предложенных учеными, такими как Bramwell & Lane (2011), Nunkoo & Smith (2013), Koens et al. (2018), Ruhanen et al. (2015), и UNWTO (2013):

Установление государственно-частных партнерств (ГЧП);

Поощрение регулярного общения и сотрудничества между всеми заинтересованными сторонами, включая государственные учреждения, туристических поставщиков, местные сообщества, неправительственные организации (НПО) и туристов;

Предоставление программ повышения квалификации и учебных возможностей для туристических поставщиков и государственных служащих, чтобы повысить их понимание практик и политик устойчивого туризма;

Разработка и обеспечение соблюдения четких правил и руководств, способствующих устойчивому развитию туризма;

Создание систем для мониторинга и оценки инициатив устойчивого туризма, чтобы обеспечить подотчетность как поставщиков, так и государственного сектора за их действия и достижения;

Пропаганда осведомленности и образования среди туристов, поставщиков и государственных служащих о важности устойчивого туризма и конкретных действиях, которые можно предпринять для его поддержки;

Разработка или продвижение схем сертификации и маркировки, которые признают и поощряют устойчивые практики среди туристических поставщиков;

Поощрение и поддержка местных и общинных туристических инициатив, направленных на сохранение окружающей среды, продвижение социальной справедливости и сохранение культурного наследия;



Использование инновационных технологий и практик для повышения устойчивости туристических операций.

Ограничения исследования. Во время исследования анкеты неоднократно отправлялись в группы в социальных сетях, организованные туроператорами, для сбора ответов. Однако только 35% анкет были заполнены после нескольких попыток. Остальные анкеты были получены путем прямого контакта с туристическими организациями по их телефонам или в офисах, а затем проанализированы. В свою очередь, это потребовало значительного количества времени.

Библиография:

1. Holloway, J. C., & Taylor, N. (2006). The role of networks in the development of UK sustainable tourism. In *Tourism, Recreation, and Sustainability* (pp. 244-263). Routledge.
2. Jamal, T., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186-204.
3. Jamal, T., Camargo, B. A., & Wilson, E. (2017). Collaborative governance and the challenges of sustainable tourism planning and development. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(1), 44-50.
4. Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(12), 4384.
5. Mihalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse—Towards ‘responsustainable’ tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111, 461-470.
6. Medic, S., Milovanovic, V., & Palic, R. (2015). Stakeholders' influence on the environmental strategy of the hotel sector: The case of Serbian hotels. *Journal of Environmental Planning and Management*, 58(6), 1091-1111.



7. Mowforth, M., & Munt, I. (2015). *Tourism and sustainability: Development, globalization and new tourism in the Third World*. Routledge.
8. Nunkoo, R., & Smith, S. L. (2013). Political economy of tourism: Trust in government actors, political support, and their determinants. *Tourism Management*, 36, 120-132.
9. Reed, M. S. (1997). Power relations and community-based tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 566-591.
10. Reed, M. S. (2008). Stakeholder participation for environmental management: A literature review. *Biological Conservation*, 141(10), 2417-2431.
11. UNESCO. (1993). Historic Centre of Bukhara. Retrieved from <https://whc.unesco.org/en/list/602>
12. UNWTO. (2013). *Sustainable tourism for development guidebook*. World Tourism Organization.
13. UNWTO. (2017). *Tourism for Development. Volume I: Key Areas for Action*. United Nations World Tourism Organization.
14. Weaver, D. B. (2006). *Sustainable tourism: Theory and practice*. Elsevier.
15. Wood, F. (2002). *The silk road: Two thousand years in the heart of Asia*. University of California Press.
16. Xayrullayeva, N. (2021). THE IMPORTANCE OF SUSTAINABLE AND EDUCATIONAL TOURISM IN THE INTERNATIONAL PANDEMIC PERIOD (ON THE EXAMPLE OF UWTO AND UZBEKISTAN). *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 8(8).
17. Xayrullayeva, N. (2021). THE IMPORTANCE OF SUSTAINABLE AND EDUCATIONAL TOURISM IN THE INTERNATIONAL PANDEMIC PERIOD (ON THE EXAMPLE OF UWTO AND UZBEKISTAN). *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 8(8). Xayrullayeva, N. (2021).



- The essence and main directions of innovative development of the Uzbekistan economy. *Центр научных публикаций (buxdu. uz)*, 8(8).
18. Nematilloevna, K. N., Salimovna, N. G., & Muxammedovna, T. M. (2021). Potential, Mechanisms and Scenarios of Sustainable Tourism Development in Regions of Uzbekistan. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 2(12), 32-39.
19. Xayrullayeva, N. (2021). THE IMPORTANCE OF SUSTAINABLE AND EDUCATIONAL TOURISM IN THE INTERNATIONAL PANDEMIC PERIOD (ON THE EXAMPLE OF UWTO AND UZBEKISTAN). *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 8(8).
20. Olimovich, D. I., & Salimovna, N. G. INNOVATIVE WAYS OF IMPROVING EXCURSION SERVICE AROUND THE TOURISTIC DESTINATIONS.