Правительство Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное

образовательное учреждение высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный университет»

Институт наук о Земле

Кафедра: Страноведение и международный туризм

РЯБУХИНА Дарья Витальевна

Выпускная квалификационная работа

ВЛИЯНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОНТАКТОВ НА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ: ПЕРЕХОД ОТ НЕФТИ К ТУРИЗМУ

Направление 43.03.02 «Туризм»

Основная образовательная программа высшего образования бакалавриата СВ.5108

Научный руководитель:   
кандидат филологических наук, доцент  
Шастина Галина Николаевна

Рецензент:

Начальник операторского отдела

Группа компаний «Петротур»

Курканова Елена Олеговна

Санкт-Петербург

2023

Аннотация

Межкультурная коммуникация является ключевым связующим фактором в развитии туризма на мировом уровне. В выпускной квалификационной работе проанализированы основные межкультурные факторы, влияющие на туристическую индустрию, такие как языковые и культурные барьеры, национальные традиции и обычаи, а также религиозные и социально-политические исторические особенности страны. Работа также содержит анализ современного состояния туристической индустрии в Азербайджане, оценку потенциала развития туризма и выявление факторов, определяющих эффективность межкультурных контактов в рамках развития туризма. В ходе работы проведен опрос населения страны, позволяющий выявить целевую аудиторию по данному направлению туризма, их потребности и возможности. В завершение предлагаются рекомендации по продвижению тура в Республике Азербайджан.

*Ключевые слова*: межкультурная коммуникация, межкультурные контакты, межкультурное взаимодействие, межкультурные стереотипы, Республика Азербайджан.

Abstract

Intercultural communication is a key connecting factor in the development of tourism at the global level. The final qualification work analyzes the main intercultural factors affecting the tourism industry, such as language and cultural barriers, national traditions and customs, as well as religious and socio-political historical features of the country. The work also contains an analysis of the current state of the tourism industry in Azerbaijan, an assessment of the potential for tourism development and the identification of factors that determine the effectiveness of intercultural contacts in the framework of tourism development. In the course of the work, a survey of the country's population was conducted, which makes it possible to identify the target audience in this area of tourism, their needs and opportunities. In conclusion, recommendations are offered for promoting the tour in the Republic of Azerbaijan.

*Key words:* intercultural communication, intercultural contacts, intercultural interaction, intercultural stereotypes, Republic of Azerbaijan.

Оглавление

[ВВЕДЕНИЕ 4](#_Toc135070340)

[Глава 1. Теоретические аспекты межкультурной коммуникации 6](#_Toc135070341)

[1.1. Понятие и сущность межкультурной коммуникации 6](#_Toc135070342)

[1.2. Классификация и виды межкультурной коммуникации 10](#_Toc135070343)

[1.3. Влияние межкультурной коммуникации на развитие туризма 14](#_Toc135070344)

[Глава 2. Анализ туристского потенциала станы и выстраивание межкультурных связей 18](#_Toc135070345)

[2.1. Страноведческая характеристика Азербайджана 18](#_Toc135070346)

[2.2. Особенности туристского потенциала 24](#_Toc135070347)

[2.3. Туризм как средство гармонизации межкультурных связей Азербайджана с другими странами 38](#_Toc135070348)

[Глава 3. Перспективы развития межкультурных контактов в туристском кластере Азербайджана 46](#_Toc135070349)

[3.1. Рекомендации по укреплению межкультурных связей для развития туризма в Азербайджане и оценка их эффективности 46](#_Toc135070350)

[3.2. Разработка тура и расчет стоимости 49](#_Toc135070351)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 65](#_Toc135070352)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 66](#_Toc135070353)

[ПРИЛОЖЕНИЯ 71](#_Toc135070354)

# ВВЕДЕНИЕ

Туризм, уходя своими корнями в далекое прошлое, всегда был неразрывно связан с коммуникативными процессами, позволяющими беспрепятственно осуществлять путешествия. Выстраивание и налаживание контактов между разными культурами является одним из основополагающих аспектов в процессе формирования международных туристских потоков. Потребность населения в перемещении по миру с многочисленными целями и задачами уже подразумевает необходимость координации межкультурных связей, стимулируя развитие экономических, политических, социальных и иных аспектов на межнациональном уровне. С усилением процессов глобализации возникает необходимость изучения природы культурных различий, а также установления прочных отношений с другими через понимание, терпимость и уважение, что является предпосылками для устойчивого межкультурного диалога в индустрии туризма.

На сегодняшний день остаются наиболее выраженными связи, сформированные в постсоветском пространстве, что явно прослеживается в межкультурных контактах Азербайджана, как с Россией, так и со странами Запада и Востока. Находясь территориально на границе Европы и Азии, Республика, сохранив свои этнические особенности, шагнула далеко вперед в развитии политики мульти культуризма на основе своей многонациональности и многоконфессиональности. Нельзя оставить без внимания и тот факт, что Азербайджан, располагая значительными нефтяными запасами, укрепляет внешнеэкономические отношения со многими лидирующими игроками на международной арене, среди которых страны Европы, Турция, Индия, Вьетнам и другие.

Актуальность данной исследовательской работы обусловлена необходимостью установления Азербайджаном неразрывных контактов с Россией на основе их постсоветского прошлого, которые в перспективе будут повышать эффективность туристского продукта в обеих странах, привлекая высококвалифицированные кадры к новым перспективам в сфере туризма и гостеприимства. Кроме того, опыт межкультурного общения поможет туристам узнать и оценить другую культуру, тем самым лучше понять собственную.

Практическая значимость исследования заключается в том, что развитие туризма может стать одним из путей диверсификации экономики Азербайджана и сокращения зависимости от нефтяных доходов. Исследование влияния межкультурных контактов может помочь выявить основные факторы, которые могут привлекать туристов в страну, и на основе этого разработать эффективную стратегию развития туризма.

Объектом исследования является туризм в Республике Азербайджан.

Предмет исследования: перспективы развития туризма в Республике Азербайджан посредством межкультурного взаимодействия.

Целью данной работы является выявление туристской привлекательности региона для российских путешественников, позволяющей преодолеть сложившиеся стереотипы через межкультурное взаимодействие.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

1. Раскрыть понятие и виды межкультурной коммуникации;
2. Выделить особенности влияния межкультурной коммуникации на развитие туризма;
3. Оценить текущее состояние туристского потенциала в Республике Азербайджан;
4. Исследовать проблемы устоявшихся национальных стереотипов и разработать рекомендации по их устранению;
5. Разработать тур на основании полученных результатов и дать рекомендации по его продвижению;
6. Произвести оценку эффективности предложенных мероприятий.

В работе используются следующие методы исследования: аналитический, сравнительный, статистический, картографический, анкетирование, исследование отзывов, экспертный метод.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Первая глава раскрывает теоретические аспекты и особенности межкультурной коммуникации, классификацию и виды исследуемого понятия, влияние ее специфики на перспективы развития туризма. Вторая глава исследования посвящена анализу туристского потенциала Азербайджана: страноведческим особенностям, проблемам и возможностям их устранения путем урегулирования межкультурных контактов Азербайджана с Россией и другими странами. В третьей главе рассмотрены стратегии развития внешнего туризма Азербайджана через диалог культур, даны рекомендации по укреплению уже имеющихся связей, включая разработку тура по Республике на основе проведенного исследования. Работа содержит рисунки и таблицы.

# Глава 1. Теоретические аспекты межкультурной коммуникации

* 1. Понятие и сущность межкультурной коммуникации

Коммуникация является одним из связующих факторов как общественной жизни в целом, так и культурной сферы в частности. Исходя из общепринятого понятия, культура – это совокупность материальных и нематериальных ценностей, принадлежащих определенному обществу. Межкультурная коммуникация или межкультурные контакты, прежде всего, отождествляют процесс взаимодействия разных культур, в основе которого – толерантность и почтение к каждому субъекту данной связи.

В настоящее время межкультурная коммуникация как наука только развивается и формируется, поскольку интегрирована во многие направления, находясь на рубеже таких дисциплин, как философия, психология, лингвистика, социология, культурология, антропология и другие. С межкультурной коммуникацией люди имели дело с древних времен: одновременно с тем, когда появились разные культуры и возникла необходимость в отнесении «себя» к «похожим», наряду с поиском противоположных, к которым невозможно было отнести «себя» по определенным параметрам. Интерес к поиску «себе подобных» или антиподов увеличился с началом эпохи Великих географических открытий. В 17-19 веках идеологи общественной мысли приступили к обоснованию вопроса о культурной преемственности. Однако само понятие в научную среду было введено относительно недавно антропологами Э. Холлом и Д. Трагером в их работе «Culture as communication» («Культура как коммуникация», 1954 год) в ходе подготовки американских дипломатов, военных, специалистов в области политики к стратегической работе за пределами страны на базе Института зарубежной службы (Foreign Service Institute) [4]. Определению была дана следующая интерпретация: «идеальная цель, к которой должен стремиться человек в своем желании как можно лучше и эффективнее адаптироваться к окружающему миру» [1]. Несколькими годами позднее Эдвард Холл отобразил неразрывную связь между культурой и коммуникацией в работе «The Silent Language» («Молчаливый язык», 1959 год). Автор в своем исследовании пришел к суждению о том, что итог процесса коммуникации обусловлен уровнем компетентности его участников и необходимостью установления тесных общественных контактов, позволяющих быстро и беспрепятственно обмениваться информацией [2]. Кроме того, кросс-культуролог, проанализировав данную связь, установил потребность в повышении уровня осведомленности о культуре и необходимости ее преподавания как дисциплины: «если культура изучаема, значит, она и преподаваема» [3].

В Европе формирование этого направления как научной дисциплины произошло несколько позднее. Теоретики связывают этот период с созданием Европейского союза, где, безусловно, требовалось умение находить общий язык с представителями разных национальностей.

Множество зарубежных и отечественных ученых и культурологов, занимаясь исследованиями в данной области, подтверждали и углубляли свои знания в научных трудах. Они же и стали инициаторами необходимости преподавания иностранных языков, полагая, что это станет одним из результативных методов понимания другу друга. Рассмотрим некоторые из них (см. табл. 1).

Таблица 1 – Определения термина «межкультурная коммуникация» [составлена автором].

|  |  |
| --- | --- |
| Определение | Автор |
| Межкультурная коммуникация тесно связана с культурной грамотностью, что подразумевает необходимость наличия минимального количества знаний о культуре своих коллег и участников диалога. Автор использует понятие «межкультурной компетенции» в качестве навыка, требующего релевантного обновления и дополнения актуальных культурных сведений. | Э. Д. Хирш [5] |
| Межкультурная коммуникация представляет собой межличностное взаимодействие с учетом «аффективной» составляющей (эмпатии и толерантности), «когнитивной» (культурная относительность) и «процессуальной» (стратегическое планирование диалога с учетом уже имеющегося опыта). | К. Кнапп и А. Кнапп-Поттхофф [6] |
| Под межкультурной коммуникацией понимается «адекватное взаимопонимание участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам». | В.Г. Костомаров и Е.М. Верещагин [7] |
| Межкультурная коммуникация – взаимодействие разных культур, где человек не единственный, кто является ее носителем. Такая взаимосвязь присуща и животным, которые также являются представителями определённых культур. | М. О. Гузикова и П. Ю. Фофанова [4] |
| «Межкультурная коммуникация – это общение людей, которые представляют разные культуры». Помимо синонимичного определения «межкультурной коммуникации» автор вводит понятие «культурной дистанции» характеризующейся уровнем возможного сходства и противоположности культур по отношению друг к другу. | Т.Б. Фрик [9] |
| Межкультурная коммуникация определена знаковой системой поведения, способствующая интегрированию в культуру других людей. Под знаковой системой в данном случае понимается набор ценностей той или иной культуры: сигналы, признаки, символы, копии, языки и т.д. | Т.Г. Грушевицкая [10] |

Как видно из составленной таблицы, теоретики во многом схожи в интерпретации понятия «межкультурная коммуникация», говоря о том, что, в первую очередь, это вербальное и невербальное взаимодействие обладателей противоположных культур, в ходе соприкосновения которых происходит обмен данными. При этом участники этого взаимодействия сами определяют направление, которое позитивным или негативным образом может сказаться на их дальнейших отношениях.

Рассматривая межкультурную коммуникацию, как научное направление, стоит отметить ряд особенностей. Родоначальники данной теории на этапе подготовки студентов, прежде всего, уделяли свое внимание практическому применению изучаемых навыков. Иными словами, представители разных культур, пытающиеся найти «общий язык и преодолеть недопонимание, так или иначе возникающее в ходе взаимодействия, вынуждены следовать особым инструкциям для конструктивного решения проблемных вопросов. Следовательно, конкретно применить теорию на реальном примере может позволить – практикоориентированность [4].

Повсеместно с развитием межкультурных контактов в научных кругах зарождалась теория кросс-культурной коммуникации, предполагающая возможность ознакомления представителей разных этнических групп с культурным бекграундом друг друга. Такая детальная проработка особенностей отдельно взятого народа предполагала расширение условий для осуществления наиболее взаимовыгодного сотрудничества.

Особое место в развитии теории межкультурных связей отведено языку тела. Невербальное общение, как и вербальное, предусматривает расширение границ в диалоге культур. Исследования в области «несловесного» обмена информацией развивались наряду с вербальными постижениями. Среди них выделяют:

* Проксемику – направление в социальной психологии, изучающее вопросы нахождения человека в определенном пространстве, которое предполагает разграничения внутри на определенные ареалы жизни человека. Как свидетельствует Э.Холл, нарушение таких границ этих ареалов может пагубно повлиять на коммуникативный процесс;
* Хронемика – процесс восприятия и грамотного использования времени;
* Кинесику – непосредственно сам «язык жестов»;
* Паралингвистику или просодику – раздел лингвистики, затрагивающий область звукопередачи, постановки ударения и передачи вербальным путем информации с использованием звуков;
* Сенсорику – средство общения, выраженное в передачи чувств и ощущений;
* Такесика – область невербального общения с применением тактильных жестов [4].

В результате, становится очевидным тот факт, что в основе теоретической составляющей «межкультурной коммуникации» явно прослеживаются описательные концепции последователей этого направления. Однако именно они оказали содействие в практической части научного течения.

* 1. Классификация и виды межкультурной коммуникации

Существенным преимуществом многогранности вовлеченных дисциплин и учений в межкультурную коммуникацию считается возможность применять и совершенствовать не только уже имеющиеся подходы, но и привносить научную новизну. На данный момент существует множество классификаций, позволяющих глубже понять и оценить процесс взаимодействия людей, как в теории, так и на практике.

В широком смысле, классификации можно распределить на несколько групп в зависимости от типологии. Как уже упоминалось в предыдущем разделе, коммуникация по использованию речи бывает – вербальной (с использованием языковой составляющей) и невербальной (с применением языка тела и жестов). Невербальные средства общения также были перечислены ранее.

Как следует из самого названия «межкультурный», коммуникация происходит в результате столкновения интересов разных культур, а значит, носит массовый характер. Что характерно для коммуникации в целом, так же присуще более обширному понятию. Так, межкультурный диалог может быть: межличностным, межгрупповым и носить профессиональный или деловой характер:

1. Межличностная межкультурная коммуникация – взаимодействие двух и более людей из различных культур в рамках одного общения.
2. Межгрупповая межкультурная коммуникация – обмен информацией между двумя и более группами людей из разных культур.
3. Межкорпоративная межкультурная коммуникация – общение между представителями разных культур в рамках международного бизнеса. [10].

На микроуровне межэтническая коммуникация может происходить и внутри самой культуры между представителями определенных социальных классов и групп (религиозных, демографических, половозрастных и иных).

Монокультурная коммуникация: Когда коммуникация происходит между людьми из одной и той же культуры, то это называется монокультурной коммуникацией. Монокультурная коммуникация имеет высокую точность и эффективность и не требует особого анализа культурных различий.

Выделяется следующая классификация межкультурной коммуникации:

* Мультикультурная коммуникация: Когда люди разных культур взаимодействуют между собой, то это называется мультикультурной коммуникацией. Эта форма межкультурной коммуникации необходима в международных бизнес-отношениях, где люди разных культур имеют дело друг с другом.
* Метакультурная коммуникация: Когда люди используют идентификаторы культур для определения сходств и различий, то это называется метакультурной коммуникацией. Эта форма коммуникации позволяет людям лучше понимать различия между культурами и повышает эффективность коммуникационного процесса.
* Транскультурная коммуникация: Когда люди взаимодействуют в разных культурах, но связанных между собой, то это называется транскультурной коммуникацией. Эта форма коммуникации используется в международных бизнес-отношениях, когда люди из разных культур должны взаимодействовать в рамках общего проекта или задачи.

Во взаимодействии культур выделают ряд форм. Межэтническое взаимодействие бывает прямым и косвенным. В случае, когда отправитель передает информацию адресату при помощи средств вербального или невербального общения, имеется в виду прямой диалог. Иная ситуация с косвенным контактом, предусматривающим общение с помощью средств массовой информации в одностороннем порядке [8].

Как и любая другая коммуникация, межкультурная может также быть опосредованной или носить непосредственный характер, что зависит от связующей диалога. Наличие или отсутствие так называемого проводника влияет на техническую составляющую разговора. Особенно это выражено в опосредованной форме коммуникации, где взаимодействие возможно только при наличии другого участника (например, переводчик) или технического средства [8].

В теории межкультурной коммуникации важное место отведено понятию межличностного диалога, как одной из форм взаимодействия. Поскольку в процессе столкновения разных культур чаще всего дело имеется с контактом личностей, принадлежащим противоположным народам, требуется обратить особое внимание на неоднородность мотивов, побуждающих участников вести беседу. Существует три образца в парадигме поведения личности:

* Линейный;
* Трансакционный;
* Интерактивный [9].

Остановимся подробнее на каждом из них. Линейная концепция предусматривает передачу информации получателю при помощи преобразования сообщения в речевую, письменную форму или любой другой способ. Такая модель рассчитана на то, что информация дойдет в одностороннем порядке, и в том случае, если она дошла, то коммуникация считается выполненной. Однако такая форма передачи данных чаще всего сопровождается рядом существенных погрешностей, что напрямую влияет на конечное впечатление адресата, поскольку существует вероятность искажения данных и истинного смысла сообщения. Линейная модель наиболее подходит для средств массовой информации, где важно просто донести до слушателя необходимые данные, а как таковая обратная связь в данном диалоге не требуется.

В отличие от линейного способа коммуникации трансакционный считается более оперативным и продуктивным, так как дает возможность в режиме реального времени производить непрерывную взаимосвязь: отправлять сообщение и в это же время, обработав информацию, второй участник диалога дает незамедлительный ответ. Такая форма позволяет выстраивать плодотворное взаимодействие, формируя крепкие отношения членов коммуникации.

Интерактивный способ предполагает поступательный процесс передачи данных, где сформированная отправителем информация, переданная по определенному каналу коммуникации, должна вернуться обработанной в виде обратной связи. Такой процесс еще называют круговым, поскольку происходит равнозначный обмен и участники взаимозаменяют друг друга по очереди [9].

Каждая из перечисленных классификаций играет существенную роль в практической части выстраивания коммуникации, способствуя выстраиванию крепких социальных связей между культурами. Имеющиеся недостатки в ходе технологического прогресса должны самоустраниться и тогда возможностей для понимания людьми своих партнеров или оппонентов будет гораздо больше.

Стоит отметить, что межкультурная коммуникация во многом определяется степенью близости между причастными к взаимообмену. Не во всех случаях коммуникация означает, что участники сойдутся во мнениях и обретут взаимопонимание. Такое взаимодействие определено дистанциированностью культур и называется культурной дистанцией. Она зависит не только от физической удаленности культур друг от друга: народы, живущие по соседству, могут так же не сходиться в интересах на экономическом, природном, социальном, политическом, религиозном, образовательном и других уровнях [9].

На первоначальном этапе знакомства с другой культурой, когда человеку известно не так много фактов, может возникнуть чувство неоднозначности. Такому диссонансу в теории межкультурной коммуникации дано определение – «межкультурная неопределенность». Неопределенность связана особенно с когнитивными функциями, когда представитель одной культуры не может определенно знать, как поступит в той или иной ситуации человек из другой культуры на эмоциональном и поведенческом уровнях. Поэтому существуют общепризнанные нормы, следуя которым люди в основе своей коммуникации должны придерживаться принципов уважения, терпимости и порядочности.

Преодоление межкультурных барьеров является одной из главных задач в процессе взаимодействия народов. От незнания культуры собеседника возникает вероятность увеличения растерянности участников. Во избежание такого исхода событий, теоретики и практики предлагают придерживаться следующих этапов:

* Этап перед вербальным взаимодействием (преконтакт): необходим для формирования примерного представления о собеседнике. Каждому из участников необходимо заблаговременно изучить общие сведения о культуре, к которой относится ее представитель. Именно эта стадия позволяет сократить неловкость и неуверенность в ходе следующего этапа.
* Непосредственно сам контакт, а точнее его начало на вербальном уровне. Как известно, представление о человеке формируется в первые минуты, когда он производит позитивное или, наоборот, негативное впечатление.
* Конец коммуникации: участники завершают диалог и в результате формируются выводы о каждом собеседнике, на основе которых создаются сторонние мнения о других культурах [9].

Для того, чтобы минимизировать последствия возникновения стереотипов и предрассудков по поводу какой-либо культуры, перед процессом коммуникации важно заранее изучить вопросы, отражающие общие сведения о народе, месте его проживания, традициях, религии, уровне образования и т.д.

* 1. Влияние межкультурной коммуникации на развитие туризма

Туризм содействует сближению и уважению между культурами, а также способствует пониманию и принятию различий между людьми. Поэтому, для обеспечения позитивных результатов, важно уделять внимание межкультурной образованности, рассматривать туристический потенциал как средство повышения культурного разнообразия и оказывать содействие в формировании культурного диалога между туристами и местным населением.

Рассматривая туризм, как социальное явление, можно предположить, что он и является одной из форм контакта между разными обществами и носит опосредованный характер. Из этого вытекает основная схема взаимодействия, которая предусматривает диалог туриста и принимающей стороны, и наоборот.

В настоящее время туризм расширил свои понятийные грани и из перемещения, включающего временную миграцию людей более чем на 24 часа, в места отличные от повседневного и привычного окружения, постепенно перерос в разностороннюю деятельность. Изучение других культур, вдали от дома, предполагает потребление всевозможных благ и услуг, предоставляемых в ответ на потребности туристов, принимающей стороной. Позитивный или негативный опыт использования этих услуг безусловно говорит об экономическом, социально-культурном, экологическом благосостоянии региона [10].

Сегодня каждый второй человек является туристом. Из привилегированного направления, которое было доступно не каждому, поскольку требовало достойный уровень образования и дохода, распространился на более широкую аудиторию, где уже не требуются большие вложения и знания языка в идеале. В связи с нестабильной политической ситуацией, наблюдающейся в данный момент, индустрия туризма, как и другие экономические направления, претерпевает глобальные изменения и ориентирована больше на внутренний туризм (в рамках своей страны), чем на зарубежный. Конечно, не стоит упускать факт того, что сфера туризма всячески поддерживается со стороны правительства: подписываются межправительственные соглашения, регулирующие вектор в дальнейшем взаимодействии стран-партнеров; предоставляются льготы, которыми пользуются туристы в рамках социальной поддержки.

При мировых темпах роста уровень въездного и выездного туризма увеличивается примерно на 5% в год: это говорит о том, что отрасль зарекомендовала себя как одной из быстрорастущих, доказав свою устойчивость к политическим событиям и стихийным бедствиям. Жаждущие новых впечатлений начинают выбирать непривычные направления, смещая ракурс на Азиатские и Ближневосточные страны.

Туризм, как самая важная экспортная и импортная отрасль, продолжает оставаться источником иностранной валюты во многих странах, способствуя повышению уровня занятости населения, вложению инвестиций и развитию предпринимательства. Однако беспрецедентное увеличение мирового турпотока привело к множеству экономических, политических и социально-культурных воздействий, которые сосредоточены в районах назначения.

Можно путешествовать в одиночку, но быть туристом в одиночестве невозможно. Вступление в коммуникацию туриста с другими туристами или поставщиками услуг неизбежно: в транспорте, средствах размещения и питания, в местах туристических аттракций, торговых и развлекательных центрах и т.д. Следовательно, социальное взаимодействие в туризме может происходить между:

* Туристом и другими туристами;
* Туристами и поставщиками услуг;
* Туристами и местными жителями;
* Туристами и работниками сферы туризма [12].

Возможности для успешного взаимодействия зависят от личных качеств, как туристов, так и работников сферы туризма или жителей определенной страны. Людям, присущим доброжелательность, терпимость, щедрость, уважение, способность сострадать, намного легче увеличить шансы на диалог и выстроить гармоничную коммуникацию и оставить положительные эмоции, которые будут характерны не только отдельно взятого человека, но и для культуры в целом.

Кроме того, большую роль играет мотивация в достижении должного социального взаимодействия между туристами и принимающей стороной. В большинстве случаев туристы вступают в диалог с представителями принимающей стороны, у которых отсутствует потребность в более глубокой и длительной коммуникации для обмена личным опытом и развитием приятельских или дружеских отношений. В этом процессе социальное взаимодействие находится под влиянием культурных ценностей, которые также играют доминирующую роль [13].

Культурные ценности стимулируют развитие особых норм поведения и отношения к людям. Так называемая культурная близость или, наоборот, дистанция, о которой говорилось ранее, – значимый фактор, определяющий степень интенсивности взаимодействия культур туризме. Чем больше разрыв, тем больше будет прослеживаться дисбаланс в диалоге культур.

Однако в некоторых случаях культурное неравенство также может привести к демонтажу социальных и культурных препятствий [14]. Народы, говорящие на разных языках, несут разные условности и нормы, используя повсеместно невербальные символы общения. Их взаимодействие также носит межкультурный характер, поскольку каждый представитель, участвующий во взаимодействии, отличается в отношении на фоне своего культурного опыта. Таким образом, взаимодействие будет считаться наименее межкультурным, если вовлеченные лица диалога похожи друг на друга, и наиболее межкультурным, если они существенно отличаются друг от друга [15].

Такое общение формирует позитивное отношение и уменьшает количество этнических стереотипов, снижая расовое напряжение.

Если посмотреть на этот вопрос под другим углом, можно убедиться в наличии и негативных последствий: от эксплуатации и недоверия до отсутствия уважения к местным ценностям и образу жизни со стороны туристов, которые воспринимаются как агрессивные к гражданам принимающей страны. Последствия развития массового туризма, который является доминирующей формой туризма в мире на данный момент, предлагает лишь незначительные возможности узнать о социальных, культурных и политических условиях мест назначения. Вместо того, чтобы разрушать устоявшиеся заблуждения и стереотипы о прибывающих туристах или местных жителях, массовость туризма увековечивает их и часто наживает новые предрассудки, порождая политическую напряженность и конфликты.

Взаимодействие между людьми из разных культур и стран может привести к улучшению взаимопонимания и развитию международных отношений. Туристы, путешествуя в другие страны, могут узнать о различных культурах, традициях, обычаях и языках.

Межкультурная коммуникация может также помочь в развитии туризма, нацеленного на экологический туризм и устойчивое развитие. Взаимодействие с местными жителями и организациями может помочь сохранить и защитить природную среду и культурное наследие туристического места.

Кроме того, межкультурная коммуникация помогает повысить качество обслуживания в туризме и создать лучшие условия для туристов. Умение общаться и понимать культурные различия может помочь персоналу гостиниц и других туристических учреждений лучше удовлетворять потребности туристов и создавать комфортную атмосферу для их отдыха.

Язык, вербальный или невербальный, является частью социального и культурного атрибута любого народа. Поэтому правильная межкультурная коммуникация может внести свой вклад в продвижение благоприятных изменений в местной культуре при сохранении этнокультурной идентичности.

Таким образом, межкультурная коммуникация является необходимым элементом в развитии туризма, помогая усовершенствовать взаимопонимание между людьми из разных культур, защитить природную среду и культурное наследие, повысить качество обслуживания туристов и создать более комфортные условия для их отдыха.

# Глава 2. Анализ туристского потенциала станы и выстраивание межкультурных связей

## 2.1. Страноведческая характеристика Азербайджана

Государство, известное как Азербайджанская Республика, находится в восточном Закавказье. Его площадь составляет 86,6 тысячи квадратных километров, а численность населения – 10,14 миллиона человек (на 2021 год). Официальным языком является азербайджанский. Столицей страны является город Баку. Денежная единица – азербайджанский манат. Азербайджан является членом Содружества Независимых Государств (СНГ), Организации Объединенных Наций (ООН) и ее специализированных организаций, Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ), Совета Европы, является наблюдателем во Всемирной Торговой Организации (ВТО) и также является членом Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР), Международного банка реконструкции и развития (МБРР), Международного валютного фонда (МВФ), Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и других организаций.

1. География Азербайджана

Азербайджан омывается Каспийским морем, и его береговая линия протяженностью 800 км. В состав Азербайджана входят три полуострова: Абшеронский, Сара и Куринская коса, а также множество островов. Азербайджан граничит на севере с Российской Федерацией, на северо-западе с Грузией, на западе с Арменией, на юге с Ираном и на крайнем юго-западе с Турцией [16].

Территория Азербайджана предлагает разнообразие ландшафтов, объединяющих просторные низменности, расположенные ниже уровня Мирового океана, и живописные горные вершины, альпийские луга, пустыни, субтропические леса и солончаки. На севере республики поднимается Большой Кавказ с его главными и боковыми хребтами. Среди высочайших вершин можно назвать Базар-Дюзи (4466 м), Шахдаг (4243 м), Туфандаг (4191 м) и Салаватский перевал (2895 м). На юго-западе расположен Малый Кавказ с такими высочайшими точками, как Капыджик (3906 м), Гямышдаг (3724 м) и Биченекский перевал (2345 м). Между хребтами и отрогами Малого Кавказа находится Карабахское вулканическое нагорье, а его самая высокая точка – Большой Ишихлы (3552 м). На юго-востоке Азербайджана простираются Талышские горы, которые спускаются к Ленкоранской низменности. Среди их высочайших точек можно отметить Кёмуркёй (2477 м) и Кызюрду (2438 м).

Более 50% территории Азербайджана занято низменностями. В Азербайджане находится самая большая низменность – Кура-Араксинская, окруженная склонами равнин и низкогорий. Более 1000 рек протекает по территории Азербайджана, но только 21 из них имеют протяженность более 100 км. Все эти реки впадают в Каспийское море, и среди крупнейших из них следует отметить реку Кура и Аракс. В стране функционирует система ирригации, регулируемая водохранилищами. Всего их шесть: Мингечаурское, Варваринское, Сарсангское, Джейранбатанское, Акстафинское и Арпачайское. Самое крупное из них – Мингечаурское, расположенное на среднем течении реки Кура. От него начинаются главные ирригационные каналы – Верхнекарабахский и Верхнеширванский. В Азербайджане насчитывается около 245 озер [17].

В Азербайджане встречается разнообразие растений, состоящее из примерно 4000 видов, включая редкие и исчезающие. Широколиственные породы деревьев распространены в лесах республики, а также можно встретить отдельные реликтовые массивы старых деревьев. В пустынях и полупустынях равнинных районов преобладают растительность, такая как полынь, солянка и полукустарники. На равнинах обитают различные виды грызунов, рептилий и пресмыкающихся, а также джейраны. На склонах Большого Кавказа можно встретить представителей европейских лесов. В мелководных заливах Каспийского моря обитает разнообразная птичья жизнь.

В Азербайджане обнаружены значительные запасы нефти, промышленных месторождений газа, магнетитового железняка (в Дашкесане), каменной соли (в Нахичеване), мрамора, туфа и пемзы. В различных районах республики также были обнаружены месторождения полиметаллических руд, содержащих золото, серебро и медь. Всего на территории Азербайджана насчитывается более 65 месторождений нефти и газа, а также более 38 рудных и около 298 нерудных месторождений.

Большая часть территории республики Азербайджан находится в субтропическом климатическом поясе. В этой области можно выделить несколько типов климата, включая сухой и влажный субтропический (Ленкорань) и горный тундровый. Разнообразие почв также характерно для Азербайджана, включая горно-луговые альпийские почвы высокогорий, а также сероземы полупустынь и желтоземы в ленкоранских субтропиках.

2. Язык

Азербайджанский язык является родным для большинства населения и используется в правительстве, образовании и средствах массовой информации. Кроме азербайджанского, русский язык также широко распространен, особенно в городах и среди старшего поколения. Это связано с советским прошлым Азербайджана, когда русский язык был языком обучения в школах. [18].

Также выделяют следующие языки:

* Лезгинский язык используется лезгинским народом, этнической группой, проживающей в основном на севере Азербайджана.
* Талышский язык используется талышским народом, этнической группой, проживающей в основном на юге Азербайджана.
* Армянский язык используется армянской общиной, которая преимущественно проживает в регионе Нагорного Карабаха в Азербайджане.
* Грузинский язык используется грузинской общиной, которая преимущественно проживает в южной части Азербайджана.
* Курдский язык используется курдской общиной, которая преимущественно проживает в западной части Азербайджана [19].

3. Население

Население Азербайджана на 2021 года оценивалось примерно в 10,14 миллионов человек. Женщины в среднем живут 75 лет, а у мужчин продолжительность жизни составляет 70 лет. Плотность населения составляет 120 человек на квадратный километр. Этнический состав населения разнообразен и включает в себя азербайджанцев, лезгинов, турков, а также евреев и удинов.

Образовательный уровень населения Азербайджана является достаточно высоким, причем около 90% взрослого населения имеют среднее образование. Азербайджанцы составляют примерно 91% общей численности населения страны, дагестанцы – 3,2%, русские – 2,5%, а другие этнические группы, такие как украинцы, татары, таты, курды, аварцы, турки и грузины, составляют 3,3%. Хотя официальным языком является азербайджанский, в повседневной жизни часто используется русский язык. Численность русского населения сократилась более чем в 2,5 раза и к 2020 году составила около 150 тысяч человек. Количество армян, проживающих в основном в Нагорном Карабахе, к 2020 году оценивалось примерно в 130 тысяч человек.

В Азербайджане основной религией является ислам. Большинство мусульман исповедуют джафаритскую школу (мазхаб) в рамках шиизма. Приблизительно 70% мусульман являются шиитами, а 30% – суннитами. Кроме того, в стране также существуют православная и иудейская общины.

4. Государственное устройство и политическая система Азербайджана

Политическая система Азербайджана была установлена с авторитарным стилем правления президентов страны и столкнулась с проблемой коррупции начиная с 1992 года. Азербайджан, богатый нефтью, обрел независимость от Советского Союза 18 октября 1991 года. Согласно Конституции 1995 года, Азербайджан является республикой с президентской системой правления, при этом премьер-министр также занимает важное положение [20].

Конституция Азербайджанской Республики регулирует организацию и распределение полномочий между учреждениями. Конституционный Суд Азербайджанской Республики осуществляет контроль за соблюдением Конституции. Национальное собрание, являющееся однопалатным парламентом, осуществляет законодательную власть.

Согласно Индексу демократии журнала «The Economist» за 2019 год, Азербайджан занимает 146-е место среди 167 стран в мире и относится к авторитарным режимам [21].

В соответствии с Конституцией, Азербайджан является демократической, правовой и светской унитарной республикой. Государственная власть в Азербайджанской Республике основана на принципе разделения властей:

* Законодательную власть осуществляет Милли Меджлис (Национальное собрание) Азербайджанской Республики;
* Исполнительную власть осуществляет Президент Азербайджанской Республики;
* Судебную власть осуществляют суды Азербайджанской Республики.

В соответствии с положениями Конституции, законодательная, исполнительная и судебная власти в Азербайджанской Республике взаимодействуют и действуют независимо в рамках своих полномочий.

Президент Азербайджанской Республики является главой государства. Он представляет Азербайджан внутри страны и на международной арене. Президент воплощает единство азербайджанского народа и обеспечивает непрерывность государственности. Президент гарантирует независимость и территориальную целостность государства, соблюдение международных договоров, стороной которых является Азербайджанская Республика. Он также является гарантом независимости судебной власти. Исполнительная власть в Азербайджанской Республике принадлежит Президенту.

Законодательная власть в Азербайджанской Республике осуществляется Милли Меджлисом, который состоит из 125 депутатов. Депутаты Милли Меджлиса избираются по мажоритарной избирательной системе на основе всеобщих, равных и прямых выборов через свободное, личное и тайное голосование. Выборы Милли Меджлиса Азербайджанской Республики проводятся каждые пять лет в первое воскресенье ноября.

Для организации исполнительных полномочий Президента Азербайджанской Республики создается Кабинет Министров. Кабинет Министров является высшим органом исполнительной власти, который подчиняется Президенту Азербайджанской Республики и отчитывается перед ним.

Исполнительная власть на местах осуществляется главами исполнительной власти, чьи полномочия определяются Президентом Азербайджанской Республики.

Судебная власть в Азербайджанской Республике осуществляется только судами. Конституционный Суд осуществляет судебную власть.

В Азербайджанской Республике судебная власть осуществляется через ряд судовых органов, таких как Верховный Суд Азербайджанской Республики, апелляционные суды Азербайджанской Республики, общие и специализированные суды Азербайджанской Республики.

Судебная власть выполняется путем проведения конституционных, гражданских и уголовных процессов, а также других форм, предусмотренных законодательством [21].

Таким образом, Азербайджан, расположенный на пересечении Восточной Европы и Западной Азии, является страной с богатой историей, культурой и природными ресурсами. Он проявляет динамизм, достигая значительных успехов в экономическом развитии, развитии туризма и общем уровне жизни за последние годы.

Нефтегазовая промышленность играет значительную роль в экономике Азербайджана и составляет более 90% экспорта страны. Однако в последние годы страна активно работает над диверсификацией своей экономики и уменьшением зависимости от нефти и газа. Правительство проводит различные экономические реформы, включая развитие других секторов помимо нефтяного, поддержку малых и средних предприятий, а также создание специальных экономических зон для привлечения иностранных инвестиций.

Азербайджан богат культурным наследием, которое отражено в его исторических достопримечательностях, музеях и художественных галереях. Наиболее известной туристической достопримечательностью является город Баку, который включен в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Однако, помимо Баку, в Азербайджане существует множество других достопримечательностей, которые стоит посетить, например, Каспийское море и Кавказские горы, где можно насладиться красивыми пейзажами и провести активный отдых, такой как пешие прогулки и катание на лыжах.

В последнее время Азербайджан работает над разнообразием экономики и сокращением зависимости от нефти и газа, которые составляют более 90% экспорта страны. Правительство проводит различные экономические реформы, включая поддержку малых и средних предприятий, развитие нефтяного сектора и создание специальных экономических зон для привлечения иностранных инвестиций.

Азербайджан – это удивительное место, которое славится своими традициями, обычаями и достопримечательностями. Страна имеет древние памятники культуры и богатую историю. Все это привлекает туристов со всего мира в этот райский уголок.

## 2.2. Особенности туристского потенциала

Азербайджан расположен в выгодном географическом положении и обладает богатым набором природных, культурно-исторических и социальных ресурсов. Эта страна является перекрестком двух культур – европейской и азиатской – и богата историческими, археологическими и культурными достопримечательностями, а также футуристическими зданиями с мировым признанием, которые продолжают вызывать восхищение не только у местных, но и у гостей [18].



Рисунок 1 – Карта Азербайджана с основными городами и туристическими дестинациями [35].

Азербайджан имеет широкие возможности для различных видов отдыха, включая культурный, оздоровительный, гастрономический и деловой (см. рис. 2). Эта страна, являющаяся одним из старейших центров человеческой цивилизации, предлагает множество возможностей для любителей путешествий с интересом к истории и культуре. В Республике расположено большое количество уникальных исторических и культурных достопримечательностей, которые продолжают вызывать восхищение и по сей день.

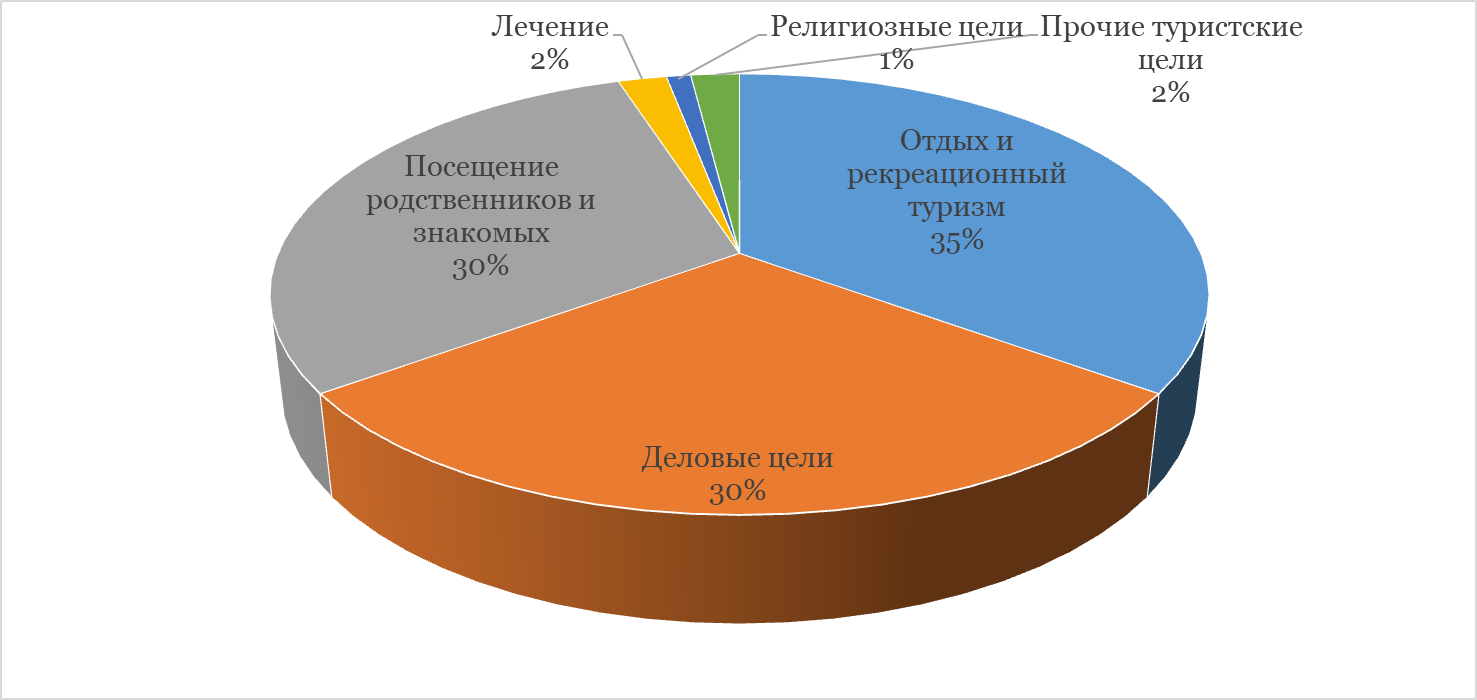


Рисунок 2 – Распределение иностранных туристов по целям поездок в Азербайджан, % [36].

Азербайджан давно известен как «Страна Огней», благодаря богатым месторождениям нефти и газа, которые находятся недалеко от поверхности земли и в Каспийском шельфе. На горе Янар Даг, что находится неподалеку от Баку, расположено небольшое селение Дигях, где из земли вырываются огни, нагревая воздух и раскаляя землю. Это явление называют «Огненной горой», которая до сих пор привлекает внимание людей. Из-за этого места в Азербайджане зародилась религия зороастризма, которая привлекала паломников из Индии до конца 19 века. В Апшеронском полуострове до сих пор сохранился храм последователей этого течения. В 1848 году в Бакинской нефтяной промышленности начались промышленные добычи нефти, и к концу века Баку стал нефтяной столицей мира. Бакинская нефть играла огромную роль в достижении общей победы советского народа над фашистской Германией, обеспечивая около 87% топливно-энергетических нужд фронта. Недавно увеличился интерес к зимнему туризму в Азербайджане. К концу 2010 года был построен зимне-летний туристический комплекс «Шахдаг» на склоне Большого Кавказа, в котором есть горнолыжные трассы, спортивные сооружения, аквапарк и развлекательные комплексы [22].

Азербайджан предлагает туристам три основных вида курортов – морские, горнолыжные (зимние) и бальнеологические, благодаря своей контрастной природе и мягкому климату. Он также имеет выход к Каспийскому морю, которое является главным озером в мире из-за отсутствия выхода в Мировой океан, но благодаря своей крупной площади, его принято считать морем. Многие морские курорты, расположенные на побережье Каспийского моря, также предлагают бальнеологический отдых, что делает Азербайджан конкурентоспособным среди других туристических стран.

Уникальным курортом Азербайджана является Нафталан, который находится в 50 километрах к юго-востоку от города Гянджа. Он предлагает лечение с помощью минерала Нафталан, который является лечебной нефтью и месторождение которого находится только здесь. Санатории Нафталана специализируются на лечении таких заболеваний, как ревматизм, артриты, радикулиты, псориаз, нейродермит, экзема и женские болезни. Курорт также предлагает искусственный горный лесопарк, озеро и пляж. Лечение проводится в санаторном комплексе «Чинар» с помощью нефтяных ванн и обмазывания, а затем облучения солнечными или ультрафиолетовыми лучами.

Исторические памятники, которые охватывают почти все периоды азербайджанской истории, начиная с древности Мидии Атропатена и Кавказской Албании до современности, являются важнейшими материальными объектами богатой культуры Азербайджана. Один из значимых памятников – это историко-культурный заповедник «Гобустан», расположенный в 70 километрах от Баку. Этот заповедник содержит более 4 тысяч уникальных наскальных рисунков, пещер, крепостей и могильников, являющихся крупнейшим скоплением на постсоветском пространстве. Многие из его памятников, которые имеют возраст более 15 тысяч лет, представляют собой национальное наследие Азербайджана [23].

Ансамбль Дворца Ширваншахов – один из символов Баку, построенный в начале 15 века, и считается одной из жемчужин азербайджанского средневекового зодчества. Он расположен на самой высокой точке одного из холмов Баку в старой части города, известной как «Ичери-шехер» (Внутренний город). Еще одним знаковым символом азербайджанской столицы является Девичья Башня. Этот средневековый памятник оборонительного зодчества не имеет аналогов в архитектуре других стран и занимает особое место в прибрежной панораме Баку. Башня окружена множеством легенд и окутана романтическим ореолом. Оба этих культурно-исторических памятника, а также Храм Огнепоклонников, Мавзолей пророка Юсифа ибн Кусейира, Мавзолей Гюлистан, исторический город Шеки с Дворцом хана и другие достопримечательности Азербайджана, включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Азербайджан имеет уникальный потенциал для отдыха и рекреации, который основан не только на особых природно-климатических условиях и многообразии курортов, но и на наличии множества культурно-исторических ресурсов. Визит в эту страну позволяет одновременно укрепить здоровье и расширить свой культурный кругозор, поскольку Азербайджан обладает богатой и многогранной культурой, а также множеством материальных свидетельств имеющейся древней истории, которые заслуживают внимания не только ученых и искусствоведов, но и туристов. Гостеприимство, являющееся важным качеством для туристов, также является неотъемлемой частью азербайджанской культуры [24].

«Страна Огней», когда принимает иностранных гостей, не только демонстрирует свои национальные традиции гостеприимства, но и обеспечивает высокий уровень обслуживания благодаря привлечению международного опыта из других стран-партнеров, таких как Турция, Австрия, Германия, Швейцария, Иордания и ОАЭ в сфере туризма.

В Азербайджане событийный туризм развит на высоком уровне благодаря проведению различных мероприятий, таких как спортивные, политические, экономические и культурные. Например, в стране проводятся Чемпионат Европы по дзюдо, Чемпионаты мира по шахматам и борьбе, Бакинские фестивали джазовой музыки, а также ежегодные Чемпионаты мира по игре «Что? Где? Когда?». Одним из крупнейших мероприятий, которое прошло в Азербайджане, было международное песенное соревнование «Евровидение 2012». Для этого был построен огромный современный концертный зал «Baku Chrystal Hall» на площади Государственного Флага, который вместил более 50 тысяч человек, и была создана необходимая инфраструктура. Благодаря этому мероприятию, которое проходило, удалось привлечь более 350 тысяч иностранных туристов. Азербайджан потратил на организацию и проведение мероприятия более 62 млн. долларов США, а также более 600 млн. долларов США на строительство и модернизацию прилегающих к столице объектов инфраструктуры и дополнительных средств размещения туристов, что сделало это мероприятие самым дорогим и эффектным в истории соревнований, начиная с 1956 года. [21].

Для сравнения, на «Евровидении 2009» в Москве правительство выделило почти 40 миллионов долларов. Азербайджан также вкладывает значительные средства на уровне правительства в развитие туризма в стране, поскольку эта отрасль экономики должна стать основным источником доходов в будущем после исчерпания нефтегазовых ресурсов. Азербайджан также участвует в международных проектах по развитию туризма, включая зарождение «Великого Шелкового пути» из Азии в Европу, который проходит через Каспийское море и Закавказье. Благодаря своему расположению на границе двух континентов, Азербайджан находится под влиянием, как исламской культуры, так и западной модернизации, сохраняя при этом свои традиции и не отставая от современных темпов развития общества.

Азербайджан, подобно Турции, является одним из немногих исламских государств, претерпевших европеизацию. Именно это свойство страны находит свое отражение в формировании ее туристического имиджа, главный слоган Азербайджана, приводимый в рекламных роликах на телеканалах «EuroNews» и «CNN», звучит так: «Azerbaijan. European charm of the Orient» (Азербайджан. Европейское очарование Востока) [25].

Азербайджан обладает значительным туристическим потенциалом и быстро развивается, что делает его привлекательным направлением для российских туристов. Кроме того, Россия и Азербайджан имеют долговременные дружеские отношения и активно сотрудничают на экономическом уровне, что способствует положительному восприятию страны российским населением. Контакты между русскими и азербайджанцами уходят корнями в Древнюю Русь, что подтверждается, например, в знаменитом «Хождении за три моря» тверского купца Афанасия Никитина, где описывается посещение Баку и Шемахи: «Иные остались в Шемахе, иные же пошли в Баку работать. А я пошел в Дербент, а из Дербента в Баку, где огонь горит неугасимый».

Начиная с 19 века, в Азербайджане появились первые русские поселенцы, в основном это были крестьяне-молокане из центральных губерний, которых правительство Российской Империи переселяло на южные окраины. Многие из этих сел до сих пор существуют. В конце 19 – начале 20 века, в период нефтяного бума в Баку, который стал одним из промышленных и культурных центров Российской Империи, произошла вторая волна переселенцев из России. Многие из известных русских писателей и поэтов, таких как Лермонтов, Бестужев-Марлинский, Хлебников и Есенин, посвятили свои произведения этой стране.

В двадцатом веке русские переселялись в Азербайджан по разным причинам, включая гражданскую войну в России, голод в Поволжье в 1920-х годах и Вторую мировую войну. В настоящее время в Азербайджане проживает около 365 тысяч русских, что составляет приблизительно 4,6% от общего населения страны в 9,8 миллионов человек. Большинство из них живут в крупных городах, таких как Баку, Гянджа (ранее известная как Елисаветполь и Кировабад), Сумгаит, Нахчыван, Лянкяран и Астара. Однако в Азербайджане «русскоязычные» не ограничиваются «этническими россиянами», русский язык здесь звучит повсеместно. В Баку продолжает работать единственный в СНГ институт, где готовят преподавателей русского языка и литературы, и с 1990-х в Республике не закрылась ни одна русская школа.

Азербайджан является первой страной, где началось знакомство России с культурой исламского Востока, и до сих пор остается ее «Воротами на Восток». Баку, главный город Азербайджана, известен россиянам благодаря различным советским фильмам, включая «Бриллиантовую руку», «Человека-амфибию», «Тегеран-43», «Не бойся, я с тобой», «Аршин мал алан», «Это сладкое слово – свобода», «Айболит-66» и другим.

Количество иностранных граждан, посетивших Азербайджан с января по октябрь 2022 года, составило 1,3 миллиона человек, что в 2,2 раза выше, чем в аналогичный период прошлого года. Туристический поток в Азербайджан снизился в 2 раза за 10 месяцев 2022 года по сравнению с доковидным периодом с января по октябрь 2019 года (см. рис. 3, 4).

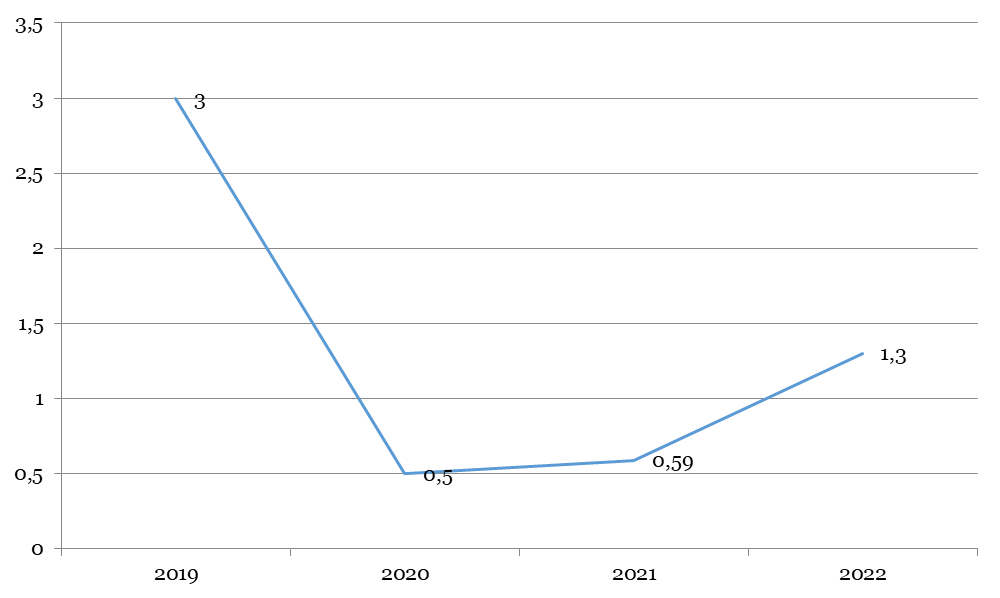


Рисунок 3 – Динамика общего турпотока в Республике Азербайджан в 2019-2022 гг. (млн. человек) [37].

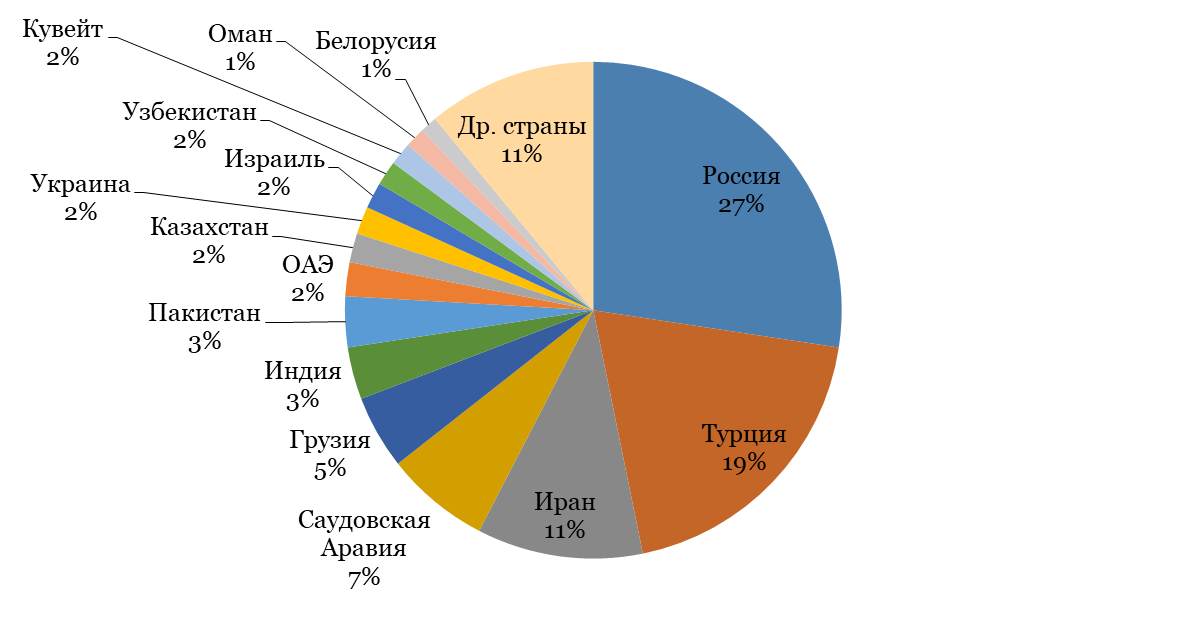


Рисунок 4 – Распределение по странам числа иностранных лиц, въехавших в Республику Азербайджан с туристическими целями, % [36].

Россия и Азербайджан имеют давние связи в историческом, экономическом, политическом и культурном планах. Если организовать выездной туризм профессионально, то совместно с туристической привлекательностью Азербайджана, это может сделать эту страну на Каспийском море одним из новых и популярных направлений для российских туристов, предлагая интересный и доступный отдых. Основные экономические индикаторы предприятий приведены в таблице 2 [16].

Таблица 2 – Основные показатели туристских предприятий Азербайджана [составлена автором].

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Индикаторы | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Количество турагентств и туроператоров, ед. | 243 | 272 | 339 | 374 | 432 | 300 |
| Количество проданных туристских путевок, шт. | 44 615 | 36 978 | 44 066 | 49 992 | 63 885 | 5 342 |
| в том числе: |  | | | | | |
| Путешествующим гражданам Азербайджана внутри страны | 4 695 | 5 842 | 5 850 | 7 390 | 7 501 | 46 |
| Гражданам Азербайджана для выезда за границу | 38 002 | 24 368 | 31 612 | 36 463 | 44 915 | 4 525 |
| Иностранцам для поездки по территории Азербайджана | 1 918 | 6 768 | 6 604 | 6 139 | 11 469 | 771 |
| Стоимость реализованных туристских путевок, тыс. манатов | 33474,7 | 33466,5 | 54612,2 | 66570,7 | 78132,2 | 4988,4 |
| в том числе: |  | | | | | |
| Путешествующим гражданам Азербайджана внутри страны | 4039,7 | 3932,2 | 5608,40 | 6979,3 | 7071,8 | 15,8 |
| Гражданам Азербайджана для выезда за границу | 28622,7 | 23893,5 | 37718,8 | 47108,8 | 50771,4 | 4162,4 |
| Иностранцам для поездки по территории Азербайджана | 812,3 | 5640,9 | 11285,0 | 12482,6 | 20289,0 | 810,2 |

Из представленной таблицы можно увидеть, что в период с 2015 по 2019 годы большинство экономических показателей туристических предприятий росли. В то время как количество предприятий на рынке туристических услуг увеличилось с 243 до 432 за этот период, в 2020 году деятельность прекратили 132 из них. Предварительные данные за 2021 год показывают, что еще 96 предприятий приостановили свою деятельность. Одним из ключевых показателей рынка туристических услуг в стране является соотношение внутреннего и иностранного туризма. Данный показатель показывает, что граждане страны в основном предпочитают путешествовать за границу. За этот период количество туристических путевок, проданных для выезда за границу, составило 179885, а для поездок внутри страны – 64993. Таким образом, количество реализованных туристических путевок для зарубежных поездок в 2,76 раза превышает количество путевок для поездок внутри страны. Это свидетельствует о том, что туристические услуги, предлагаемые в стране, не всегда соответствуют требованиям современных потребительских моделей, доминирующих на рынке туристических услуг. График распределения в процентах граждан Азербайджана, выехавших за рубеж (см. рис. 5), показывает, что большинство граждан предпочитают поездки в Турцию, Россию, Грузию, Иран и т.д. Стоимость турпутевок, проданных для заграничных путешествий, составила 192277,6 тысячи манат (112971 долларов США), а для поездок внутри страны – 78967,2 тысячи манат (46396 долларов США). Это означает, что расходы граждан на турпоездки за границу в 2,43 раза превышают расходы на поездки внутри страны, что приводит к оттоку денежных средств из страны.



Рисунок 5 – Соотношение граждан Азербайджана, выехавших за рубеж, % [36].

Из указанных фактов следует, что, несмотря на принимаемые меры по развитию отечественной туристической индустрии, ее потенциал еще не полностью реализован, и проблемы на рынке туристических услуг не устранены в достаточной мере. Причинами этого являются:

* Неэффективное формирование туристической инфраструктуры, которая не полностью соответствует мировым стандартам. Несмотря на интенсивную работу в этом направлении в последние годы, необходимо предпринять комплексные и устойчивые меры для создания и перестройки инфраструктуры;
* Ограниченность государственной поддержки для предпринимательства в сфере туризма: существует необходимость принятия дополнительных мер по улучшению финансового обеспечения предприятий и доступности финансовых ресурсов;
* Недостаточное качество продуктов и услуг, предлагаемых на рынке туризма, а также проблемы с профессионализмом и этикетом обслуживающего персонала. Решить эти проблемы можно с помощью организации тренингов для обслуживающего персонала и привлечения их в курсы повышения квалификации;
* Недостаточное взаимодействие и интеграция между предприятиями, которые производят различные компоненты продуктов и услуг. Применение кластерного подхода и других мероприятий может способствовать созданию взаимных интересов между предприятиями и решению этой проблемы;
* Низкий уровень использования инновационных технологий на рынке туристических услуг. Использование инновационных технологий может значительно повысить качество, конкурентоспособность, долговечность продукции и услуг, а также обеспечить преимущества при формировании туристических услуг в производственных, рекламных и потребительских процессах. [20]

Развитие инновационной деятельности в компаниях, занятых в сфере туризма, способствует предложению на рынке услуг высококачественных и востребованных продуктов и услуг.

На основании проведенного исследования был проведен SWOT-анализ туристского потенциала в Азербайджане, результат представлен в виде таблицы 3.

Таблица 3 – SWOT-анализ туристского потенциала Азербайджана [составлена автором].

|  |  |
| --- | --- |
| Возможности | Сильные стороны |
| * Разработка новых туристических маршрутов и программ, которые могут привлечь более широкую аудиторию туристов; * Создание более доступных туристических услуг и программ, чтобы привлечь больше людей в относительно недорогой и комфортабельный способ; * Развитие экотуризма и гастротуризма, так как Азербайджан обладает значительным потенциалом в этих сферах; * Привлечение инвестиций для развития туризма и повышения качества туристических услуг; * Увеличение количества международных авиалиний, которые летают в Азербайджан, и развитие внутреннего авиасообщения. | * Богатая история и культура, наличие исторических памятников и мест; * Многообразие природных достопримечательностей, включая горы, пустыни, водопады, озера; * Благоприятное географическое расположение между Европой и Азией, а также на маршруте Шелкового пути; * Развитая инфраструктура в отрасли гостеприимства, включая отели высокого класса, рестораны и туристические агентства; * Развитая авиационная инфраструктура, позволяющая пассажирам быстро и удобно перемещаться по стране и за ее пределами; * Лучшие условия для экотуризма, включая охраняемые природные территории и парки; * Разнообразный климат: от горных ландшафтов до побережья Каспийского моря, что создает возможности для зимнего и летнего туризма. |
| Угрозы | Слабые стороны |
| * Политические и экономические нестабильности в регионе, которые могут отпугнуть туристов; * Негативные последствия глобальных кризисов, таких как пандемия COVID-19, которые могут значительно снизить поток туристов; * Конкуренция с другими туристическими регионами и странами, которые предлагают более доступные и разнообразные услуги; * Ограничения визового режима и процедуры получения виз, что может отпугнуть туристов из-за сложностей и длительности процесса; * Неэффективность управления туристической индустрией и недостаток внимания к качеству услуг, что может привести к недовольству и оттоку туристов. | * Недостаточная осведомленность туристов о туристических возможностях Азербайджана; * Ограниченность туристических маршрутов и нехватка разнообразия туристических услуг. * Ограниченное количество международных авиалиний и маршрутов; * Низкий уровень знания языков в туристической индустрии, что может затруднять общение между туристами и местными жителями; * Высокие цены на туристические услуги и размещение в некоторых областях; * Недостаток удобных и доступных транспортных средств для перемещения туристов по стране. |

Требуется увеличить конкурентоспособность туристического продукта путем выделения достаточных государственных бюджетных средств для некоммерческого продвижения туризма на внутреннем и международном рынках. Однако необходимо учитывать, что в туристической отрасли наблюдается кумулятивный эффект, и эффективность вложений в продвижение туристического продукта и инфраструктуру проявляется через несколько лет. Это означает, что необходимо регулярно вкладывать средства для достижения желаемого результата.

Следует рассмотреть возможность применения передовых международных практик для эффективного государственного регулирования и управления в сфере туризма. Некоторые зарубежные страны уже разделили туристическую деятельность на различные категории. В этой связи, в сфере туризма необходимо четко определить различия между операторской деятельностью и функциями турагентства. Чтобы повысить конкурентоспособность туризма страны на мировом рынке, следует найти приемлемый компромисс между компаниями-новичками и опытными туроператорами, работая с ними в коллегиальной форме.

Рекомендуется продвигать положительный образ Азербайджана как безопасной страны для туристов на различных информационных туристических платформах. Эффективная рекламная кампания, направленная на привлечение туристов в страну, может привести к увеличению числа как иностранных, так и отечественных туристов, что в свою очередь приведет к увеличению доходов экономики страны.

С целью привлечения инвестиций необходимо выявить потенциал Азербайджана в различных видах туризма, таких как лечебно-оздоровительный, охотничий, горный, зимний, пляжный и экологический. Учитывая низкое количество предприятий в этой области в стране, туристический сектор может стать наиболее привлекательным для инвесторов в ближайшем будущем.

Рекомендуется продвигать туристические возможности Азербайджана как туристическое направление на международном и внутреннем рынках путем организации национальной экспозиции на крупнейших международных туристических выставках, проведения некоммерческой рекламы, изготовления рекламно-информационной продукции и организации международных событийных мероприятий с целью увеличения привлечения туристов.

Система кредитования и субсидирования в сфере туризма требует совершенствования. Предпринимателям, занимающимся туризмом, следует предоставлять долгосрочные кредиты из Фонда развития предпринимательства Министерства экономического развития, а также создать аналогичный фонд в составе Министерства культуры и туризма. Это создаст благоприятные условия для увеличения числа компаний в стране [21].

Рекомендуется совершенствовать туристическую инфраструктуру. Автомобильный транспорт является наиболее используемым видом транспорта для туристов. Азербайджан может стать транзитной точкой для международных туристических перевозок. Для развития туризма страны важно построить морской порт и аэропорт в районе Набрана, который является перспективной туристической зоной и ежегодно привлекает множество отдыхающих.

Требуется развивать производственный сектор в туристической индустрии. Один из важных аспектов влияния туризма на экономику Республики заключается в производстве товаров и услуг для туристов, таких как национальная одежда, сувениры и продукты с национальным колоритом. Для развития этого сектора можно ориентироваться на заказы от туристической отрасли.

Рекомендуется стимулировать развитие малого бизнеса в туристической сфере для увеличения количества компаний в отрасли. Это позволит создать сеть ресторанов, кемпингов, отелей, пансионатов, развлекательных центров и производителей сувениров, а также обеспечит занятость населения, привлечение новых инвестиций и развитие социальной инфраструктуры.

Рекомендуется создать сеть, объединяющую всех участников рынка культурного туризма и распространять информацию о стране через международные каналы для развития новых рынков туризма. Например, можно использовать этические группы за границей, которые связаны со страной, такие как азербайджанская диаспора, в США, чтобы привлечь внимание к Азербайджану и турам «Возвращение к своим корням».

Важно сохранить культурное наследие, и одним из наиболее эффективных способов является использование старых зданий под гостиницы. В Азербайджане существует большой потенциал для реконструкции зданий, что способствует их восстановлению по всей стране. К примеру, караван-сараи могут быть развиты в качестве туристических объектов, а некоторые из них уже используются в качестве ресторанов. Можно использовать программу Шелкового пути, чтобы связать эту деятельность с развитием туризма в стране.

Следует создавать новые культурные маршруты. Путем разработки новых маршрутов, которые объединят главные культурные достопримечательности внутри страны, можно изменить существующий туристический поток и расширить его. Тематика маршрутов может быть разнообразной, но, вероятно, лучше начинать с тех, которые уже получили признание, таких как Шелковый путь.

Один из путей развития туризма в Азербайджане – создание религиозных маршрутов. Страна богата религиозными объектами, такими как мечети, мавзолеи, и другие места, связанные с исламской религией, которые могут привлекать туристов.

Развитие лечебного туризма является важным направлением. Для этого необходимо строительство курортно-оздоровительных центров (спа-центров) в разных регионах страны. Наиболее перспективными регионами для этого являются Загатала (Джар), Огуз (Хал-Хал), Габала (Бум), Исмаиллы (Бадо), Губа (Халтан, Джимми, Хаши), Масаллы (Янарбаба), Гедабек (Славянка), Гёйгёль (Тогана, Чайкенд), Нахичевань (Бадамлы, Сираб, Вайхыр, Дарыдаг). Такие центры предоставят возможность туристам получить не только лечебные процедуры, но и насладиться красивой природой и достопримечательностями этих регионов. [20].

Необходимо развивать зимний туризм для того, чтобы привлекать туристов и обеспечивать постоянный поток доходов в район Гусары Азербайджана, не только в летнее, но и в зимнее время.

Важно активно развивать деловой туризм, который включает в себя проведение различных мероприятий MICE (Meetings Incentives Conventions Exhibition) – деловых встреч, конференций, выставок, и является одним из наиболее перспективных направлений туризма в мире. Развитие MICE-индустрии может значительно повысить региональный и национальный доход за счет проведения деловых мероприятий. Устойчивость делового туризма делает его особенно привлекательным для развития в Азербайджанской Республике.

Рекомендуется стимулирование развития агротуризма и экологического туризма. Наличие природных пейзажей, экзотических ландшафтов, природных памятников, а также разнообразность климата на территории страны имеют большое значение в развитии данного сегмента экономики. В настоящее время туризм в Азербайджане развивается по восходящей линии. Реализация государственных программ по развитию туризма приносит свои плоды в виде стремительного развития этой сферы в Азербайджане. В республике уже созданы строительные комплексы и предприятия бытового обслуживания, которые по мере их роста позволят принять достаточное количество туристов.

В связи с этим, развитие туризма как прибыльного сектора, не связанного с нефтью, способно решить задачи социально-экономического развития. Это позволит туризму стать одной из главных опор развития экономики страны.

## 2.3. Туризм как средство гармонизации межкультурных связей Азербайджана с другими странами

В мировой экономике во многих странах мира туризм играет существенную роль и развивается очень высокими темпами. В настоящее время на долю туризма приходится треть всех оказанных услуг, что составляет 4,5% мирового ВВП, 6,3% мировых инвестиций, 5,7% мирового экспорта, 10,5% мировых потребительских расходов. Согласно данным Международной организации труда от 2022 года, в индустрии туризма работает каждый тринадцатый человек и это составляет около 8% от общей численности трудоспособного населения всей планеты.

Туризм на сегодняшний день подразумевает возможность получения больших доходов, предоставляя новые рабочие места наряду с созданием современной инфраструктуры, охраной исторических и культурных памятников, предоставляя возможность для ознакомления с наследием страны и ее достижениями во многих областях тысячами и миллионами людей. От одного туристского прибытия средний доход в мире варьируется в пределах 700-1100 долларов США, однако распределение этих доходов по регионам остается неравномерным. Повсеместно с развитием туристического бизнеса усиливается конкуренция на международном уровне. Такие страны, как Египет, Тунис, Турция, Кипр и др. уже ввели безвизовый режим посещения для туристов из многих стран, в том числе и российских.

Индустрия туризма считается многопрофильной, поскольку включает в себя разные виды деятельности, где сегменты и категории взаимосвязаны, взаимозависимы и взаимодополняемы. Туризм охватывает такие сферы экономики, как индустрии размещения и питания, транспорт, индустрию развлечений, связь, а также иные отрасли экономической деятельности, что характеризует его, как межотраслевую сферу экономики. В разной степени на туризм оказывают влияние и местоположение населенного пункта, региона, государства или континента. При проведении выгодной туристской политики для экономики развитых стран мира важно значение туризма, которое связано, прежде всего, с определенными функционирующими элементами. В данном случае речь идет о приросте количества рабочих мест на предприятиях сферы обслуживания. Мультипликативный эффект от туризма является еще одним важным преимуществом для развития смежных отраслей экономики, как и увеличение налоговых поступлений в государственный бюджет. Помимо этого, туризм стимулирует экспорт местных продуктов региона, тем самым оказывая влияние на развитие местной экономики.

В области межкультурных ценностей у Азербайджана имеются давние традиции, которые, так или иначе, оказывают влияние на укрепление межэтнических и межрелигиозных отношений. Последовательная успешная политика, которую проводит государство в этой связи, оценивается странами всего мира достаточно высоко [17].

На сегодняшний день гармонизация межкультурных связей с другими странами стала больше образом жизни азербайджанского народа, чем просто частью государственной политики государства. В Азербайджане достижение сегодняшнего уровня толерантности является результатом эффективной политики, проводимой руководством государства, а также равного отношения государства и населения к каждому гражданину, независимо от его религии, языка и национальности.

Очень символично, что важные мероприятия проходят в Азербайджане, расположенном на пересечении Востока и Запада. Для достижения высокого уровня проведения таких значимых мероприятий требуются огромные усилия, финансовые вложения и соответствующая инфраструктура для принятия гостей из разных уголков мира. Кроме того, проведение мероприятий политического значения именно в Баку оправдано, поскольку страна является примером стабильности и безопасности в регионе Южного Кавказа.

Одной из характерных черт Азербайджана является возможность каждому гражданину свободно исповедовать свою религию. В течение более чем пятнадцати лет был развит «Бакинский процесс», который создал устойчивую платформу для межкультурного диалога. Азербайджан считается доверенным партнером в ведении диалога между мировыми религиями: представителями ислама, христианства, иудаизма и иными конфессиями.

Азербайджан является примером межкультурных связей со всем миром. Благодаря своему расположению на пересечении Европы и Азии, страна всегда была местом сосуществования представителей различных этнических и религиозных групп.

Исторически Азербайджан был местом, где разные народы и религии сосуществовали в мире и дружбе, где не было противостояния на религиозной или национальной почве, и где была создана уникальная толерантная атмосфера. Это превратило Азербайджан в пример межрелигиозного и меж цивилизационного взаимопонимания.

В течение более двадцати лет в Азербайджане действует Координационный совет общественных организаций российских соотечественников, который объединяет активистов-общественников, представителей религиозных конфессий, интеллигенцию и представителей СМИ.

Туристический сектор, который приносит значительный доход, позволяет экономике страны получать национальное и международное признание, но в то же время возникают определенные проблемы в управлении этим сектором, которые можно сгруппировать следующим образом (см. табл. 4) [26]:

Таблица 4 – Группировка проблем туристского потенциала Азербайджана [составлена автором].

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование проблемы | Сущность проблемы |
| 1. Неудовлетворительное представление туристического потенциала страны | В Азербайджане проводится множество различных международных мероприятий. В этот период важно систематически организовывать презентацию страны для привлечения иностранных туристов. |
| 1. Недостаток квалифицированного персонала | Хотя работа в сфере туризма и нравится молодым людям, сезонный фактор и отсутствие материально-технической базы туристических учебных заведений являются причинами понижения уровня профессионализма в этой области. |
| 1. Неправильно организованная туристическая пропаганда среди местного населения | Неосведомленность жителей регионов с туристическим потенциалом приводит к отсутствию взаимоотношений с гостями (особенно с иностранными). |
| 1. Дисбаланс между ценой и услугами | Целесообразно поощрять малый и средний бизнес и создавать благоприятные условия для них. В частности, это недорогие отели, хостелы и гостиничные дома.  Для этого соответствующие госструктуры могут оказывать финансовую и техническую поддержку для повышения качества обслуживания. |
| 1. Слабое информирование о туристических услугах в регионах | Доставка рекламы и туристических продуктов потребителю через интернет широко распространена в международной практике. Зарубежные агентства, отели и другие организации, связанные с туризмом, пользуются интернетом больше, чем в регионах Азербайджана.  Можно отметить такие проблемы, как отсутствие доступа к туристическим организациям в регионах страны, а также к международным информационным сетям. |

Сравнительно недостаточно развитая туристическая индустрия в Азербайджане связана с несколькими объективными причинами. Однако последние годы государство уделяет особое внимание развитию туризма и активно участвует в международном туристическом обмене. Местные туристические предприятия ориентируются на интеграцию в международный туристический рынок, развивая внутренний туризм и создавая внутренний спрос на туристические услуги. Однако для полноценного развития внутреннего туризма необходима соответствующая национальная законодательная база, инфраструктура и квалифицированные кадры. Правительство Азербайджанской Республики и органы управления туризмом ведут работу в этом направлении. [27].

Азербайджан, расположенный на стыке Европы и Азии и богатый уникальной Евразийской культурой, представляет собой привлекательный объект для туризма. Еще одно преимущество этой страны заключается в том, что туристы могут пересекать различные климатические зоны всего за несколько часов.

Азербайджан уже зарекомендовал себя на международных туристических выставках, и теперь страна готова продемонстрировать свой богатый туристический потенциал в рамках выставок по всему миру, чтобы привлечь внимание экспонентов и посетителей.

Азербайджан активно участвует в международных туристических выставках, где представляет свою рекламную продукцию и информацию на разных языках, таких как французский, японский и английский. Эти мероприятия имеют большое значение для демонстрации туристического потенциала страны.

На стендах Азербайджана представлены различные стилизованные рекламные и туристические продукты, которые подчеркивают богатство туристических возможностей страны, ее регионов, культуры и истории. Кроме того, на выставках можно найти книги и буклеты, посвященные Карабаху и Шуше.

Участие Азербайджана в таких мероприятиях важно, так как это позволяет информировать местное население о туристическом потенциале страны, предоставлять им выбор отдыха на основе каталогов актуального сезона и обмениваться опытом между специалистами по туризму.

В результате объявления 2011 года «Годом туризма» были достигнуты значительные успехи в сфере туризма, которые способствовали экономическому, международному, политическому и культурному прогрессу. Следовательно, необходимо предложить решения, соответствующие международным стандартам, для продолжения развития туристической индустрии. [18].

В настоящее время управление туризмом требует совершенствования, и можно сказать, что это сложная систематическая адресная деятельность, неотъемлемая часть структурных реформ. Основой управления туризмом является цель туризма, его организационная структура и кадровый потенциал. Эффективное управление туризмом должно основываться на мотивации туристов.

Оценка каждого туристического объекта происходит на основе выбора их характеристик, продолжительности поездки, социально-демографического состава и социального статуса туристов, а также выбора мотивации. Оценка потока туристов в каждую страну позволяет определить потенциальный поток туристов. Изучение потенциала туризма включает в себя анализ социальных особенностей, материальных затрат и кадров. Туристический менеджмент формируется через туристические агентства, туроператоров, дилеров, а также определяет количество людей, занятых в основных сферах туризма, и формирует разделение труда между ними. Эффективность управления определяется использованием текущих и перспективных ресурсов и их увеличением. Туристические ресурсы формируют ресурсный потенциал управления, а резервы в соответствии с планом формируют количество туристов и материальные, финансовые и трудовые затраты для каждого туриста.

В разных странах принимаются различные решения по распределению задач в сфере туризма, которые имеют экономическое значение. Туристическая индустрия, инфраструктура, гостиничный бизнес, планирование и материально-технический аспект туризма взаимодополняют друг друга. Каждый этап имеет свои конкретные показатели, критерии и методы управления [21].

При модернизации учитываются структурные изменения, происходящие в экономике страны, и готовятся проекты в соответствии с перспективами развития. Управление земельными ресурсами является одним из важных аспектов улучшения туристической индустрии.

Макроэкономические аспекты туризма имеют глобальное значение и тесно связаны с экономическим развитием страны. Важными факторами являются инвестиционный климат, продовольственная и общая безопасность, предпринимательство, законодательная база, местоположение туристических объектов, преимущества природных и географических условий, а также необходимость их использования. Решение макроэкономических проблем требует планирования и формирования бренда. Создание необходимой инфраструктуры в секторе туризма приобретает приоритетное значение для правительства в связи с устойчивым и сбалансированным развитием, формированием доходов бюджета и увеличением налоговых поступлений. Развитие туристического сектора обеспечивает ускорение социально-экономического развития, расширение международных отношений, а также достижения в области культуры и спорта. Благодаря широкому спектру возможностей, предоставляемых туристическим сектором, Азербайджан имеет потенциал для сотрудничества с развитыми международными организациями в этой области.

Азербайджан получил высокую оценку за свои достижения в туристическом секторе в последние годы от международных организаций и финансовых учреждений. В частности, Всемирный Экономический Форум составил рейтинг конкурентоспособности туризма в странах мира, в котором Азербайджан занял седьмое место. Развитие туризма в Азербайджане также было приветствовано Всемирной туристской организацией (ВТО), особенно в связи с переходом к системе электронной визы, которая упрощает и ускоряет процесс получения визы для туристов и способствует росту потока туристов в страну. Азербайджан является страной с максимально высоким туристическим потенциалом в регионе, и позитивные события ощущаются в этой области каждый год.

В регионах Азербайджана в настоящее время проводятся различные туристические проекты, которые продвигают регионы на международном уровне. Некоторые из этих проектов включают «Великий Шелковый путь», «Винную дорогу», «Ковроводство», «Александр Дюма в Кавказе» и «Германские резиденции в Азербайджане». Цель таких проектов – увеличение количества туристов, посещающих страну, и создание разнообразных туристических возможностей.

Одно из новых и важных достижений в этой области – предоставление электронных услуг в сфере туризма на новом веб-сайте e-services.mct.gov.az, где можно получить порядка пятнадцати различных видов услуг. Этот веб-сайт был создан с целью облегчения доступа граждан к услугам и улучшения эффективности обслуживания.

Принятые государственные программы и меры также содействуют развитию туризма в Азербайджане. В начале 2000-х, благодаря реализации Государственной программы развития туризма, были созданы благоприятные условия, и улучшилась конкурентоспособность национального туристического комплекса. Кроме того, в 2010 году была принята новая Государственная программа развития туризма на грядущие пять лет, которая предусматривала целенаправленные меры по нескольким направлениям, таким как улучшение правовой базы и механизмов государственного регулирования, привлечение местных и иностранных инвестиций в туризм, разработка новых туристических маршрутов и обучение персонала туризму. Также были реализованы меры в направлениях истории, культуры, духовного наследия, национальных традиций и других областях, что привело к реальным положительным результатам. [28].

Для развития туризма в стране важно использовать опыт ведущих стран мира. Это можно достичь путем изучения опыта и использования его лучших практик. Важно также создавать профессиональные рекламные объявления на местах и извлекать выгоду из их работы.

Исследования показывают, что крупнейшим рынком туризма в Азербайджане являются Россия и другие республики бывшего СССР. Это связано с тем, что около 70% туристов, посещающих Турцию, составляют русские и украинцы. Российские туристы широко представлены во всех странах мира. Туристы из южной части страны предпочитают зимний туризм, и у Азербайджана есть большие возможности для развития этого сектора.

Одной из главных связующих скреп между Россией и Азербайджаном является русский язык. На основе их постсоветского прошлого были сформированы и подписаны следующие документы и соглашения: «Договор о дружбе, сотрудничестве и взаимной безопасности между Российской Федерацией и Азербайджанской Республикой» (3 июля 1997 г.); «Декларация о гуманитарном сотрудничестве», предполагающая сотрудничество между странами-участницами «в гуманитарной сфере, включая вопросы культуры, национальных традиций, языков, науки, образования, архивов, информации и массовых коммуникаций, спорта, туризма и молодежного движения» (8 августа 2005 г.).

В результате установления прочных дипломатических отношений с Россией были проведены мероприятия по укреплению межкультурного диалога в рамках сотрудничества. Об этом свидетельствуют открытие памятника А.С. Пушкину в Баку в 2001 г. и аналогичное открытие памятника Низами Гянджеви в 2002 г. в Санкт-Петербурге, где присутствовали главы государств. В вузах России получают образование около 6 тыс. граждан Азербайджана, в т.ч. порядка 1,5 тыс. – за счет средств федерального бюджета. 15 тыс. азербайджанских студентов обучаются на русском языке в вузах Азербайджана. В Баку функционирует филиал МГУ им. М.В.Ломоносова. Русскоязычная пресса занимает порядка 12 % от общего объёма СМИ республики: это более 50 печатных изданий и 14 информационных агентств (Trend, APA, Azertag). Создание Фонда Гейдара Алиева, представителем которого в Москве является Лейла Алиева. Основная цель фонда – проведение в России социальных и культурных инициатив в стиле азербайджанской культуры. Также стоит отметить торжественную церемонию открытия отреставрированного павильона Азербайджана на ВДНХ в Москве в ходе визита в 2019 г. первой вице-президента Азербайджанской Республики Мехрибан Алиевой, где ей был вручен орден Дружбы за заслуги в развитии и укреплении российско-азербайджанских отношений.

В ходе выявления проблем, так или иначе существующих в сфере туризма, в Азербайджане был проведен PESTLE-анализ, использующийся для анализа внешней среды, которая может повлиять на бизнес или организацию. PESTLE – это акроним, который обозначает политические, экономические, социальные, технологические, юридические и экологические аспекты. Каждый аспект рассмотрен отдельно в контексте туризма в Азербайджане в Приложении 1. Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод о том, что наибольшее влияние на развитие туристской отрасли в Республике оказывают политические, социальные, юридические факторы. С небольшим отрывом в значении так же воздействуют экологические и экономические составляющие.

Азербайджан является республикой, где президент имеет сильную власть, и правительство активно продвигает туризм как одно из приоритетных направлений экономического развития. Однако наличие политических рисков, таких как международный конфликт, с Арменией в Нагорном Карабахе и коррупция, могут отпугнуть туристов. Несмотря на это, экономика Азербайджана стабильна, а туризм – ключевой сектор экономики страны. Стоит отметить, что высокий уровень инфляции и нестабильность местной валюты могут повлиять на затраты туристов. Республика обладает разнообразной культурой и историей, которые привлекают туристов, хотя проблемы с правами женщин могут повлиять на решение о посещении страны. Технологический уровень в Азербайджане высокий, и страна активно развивается в области цифровой экономики, что может улучшить туристический опыт. Во всяком случае, не все районы за пределами Баку цифровизированы. В стране есть законодательство, регулирующее туризм, и правительство работает над улучшением правовой базы в этой области, хотя все еще существуют проблемы с безопасностью. В экологическом аспекте Азербайджан благоприятно отличается своими климатическими условиями и ландшафтным районированием, позволяющими благоприятно развивать области сельского хозяйства и фермерства.

Изучив уровень развития рынка туристических услуг в Азербайджане, можно заключить, что существует несколько проблем, требующих решения. Для улучшения ситуации необходимо улучшить культуру обслуживания, производства и предоставления услуг, удовлетворяющих современным потребностям туристов, использовать инновационные технологии, повышать качество услуг, обращать внимание на профессиональное развитие персонала, изучать опыт развитых туристических стран и улучшать сотрудничество и интеграцию. Эти задачи должны стать приоритетными для туристических предприятий и государственных органов управления туризмом. Для эффективного применения новых подходов необходимо объединить усилия частных и государственных структур. Решение этих задач будет способствовать решению проблем на отечественном рынке туристических услуг и его развитию в ближайшем будущем.

Туризм занимает важное место в экономике Азербайджана, приоритетность данной отрасли подтверждается стратегической дорожной картой национальной экономики. Ранее страна была известна своими нефтяными и газовыми ресурсами, но сейчас ее главной целью является развитие туризма и превращение ее в центр туризма. Азербайджан активно участвует в международных туристических мероприятиях и налаживает связи с другими странами в этой области. Туристический потенциал страны регулярно продвигается на зарубежных каналах, и увеличивается количество мест размещения для туристов. Государство предпринимает все необходимые меры для ускорения экономического развития через развитие туризма.

# 

# Глава 3. Перспективы развития межкультурных контактов в туристском кластере Азербайджана

## 3.1. Рекомендации по укреплению межкультурных связей для развития туризма в Азербайджане и оценка их эффективности

Укрепление межкультурных связей может оказать значительное влияние на развитие туризма в Азербайджане, в том числе стабилизации российско-азербайджанских отношений. Ниже приведены некоторые рекомендации по укреплению межкультурных связей, а также дана оценка их эффективности:

1. Проведение культурных мероприятий

Одна из наиболее эффективных мер для укрепления межкультурных связей – это проведение культурных мероприятий. Мероприятия такого рода могут включать концерты, фестивали, ярмарки, симпозиумы и другие. Они позволяют представить гостям Азербайджана различные аспекты местной культуры, что приводит к пониманию и уважению к местным традициям и обычаям. Данные методы будут давать высокую степень эффективности, поскольку культурные мероприятия позволяют гостям Азербайджана находиться в контакте с местным населением, встречаться и общаться с ними. Это мощный инструмент для укрепления межкультурных связей.

1. Усиление информационной кампании о туристических возможностях страны.

Для этого можно использовать средства массовой информации, социальные сети и другие онлайн-платформы. Кроме того, стоит продвигать туристические маршруты и услуги на международных туристических форумах.

1. Обмен культурными делегациями

Обмен культурными делегациями может быть очень эффективным в укреплении межкультурных связей. Делегации могут включать представителей культурных организаций, музыкантов, дизайнеров, художников и других. Обмен культурными делегациями позволит участникам узнавать друг о друге и более глубоко понимать местную культуру.

1. Содействие в обмене языковой информацией

Содействие в обмене языковой информацией также может помочь укрепить межкультурные связи. Различные курсы языков и языковые программы, специально предназначенные для путешественников, могут помочь гостям Азербайджана лучше понимать местную культуру и общаться с местным населением. Программы обмена языковой информацией могут помочь путешественникам чуть лучше понимать культуру, но не обязательно являются главной основой укрепления межкультурных связей. Одним из наиболее эффективных способов укрепления межкультурных связей является содействие взаимодействию международных студентов. Организация культурных программ для студентов, а также создание условий для участия в межкультурных обменах могут помочь студентам лучше понимать культуру и традиции других стран, а также укреплять межкультурные связи.

1. Предоставление совместных проектов

Предоставление совместных проектов, в том числе научных, технических, культурных и экономических, может содействовать укреплению межкультурных связей. Эта мера помогает участникам обмена понять, как работает культура другого человека и эффективно взаимодействовать в рамках проекта. Оценка зависит от типа проекта и его участников, но в целом это действенный способ укрепления межкультурных связей.

1. Развитие гостиничного бизнеса и других услуг, которые могут удовлетворить потребности туристов различных культур и национальностей. Это может включать создание специальных программ и услуг для туристов, организацию гидов и переводчиков, а также усовершенствование инфраструктуры.

Азербайджан имеет огромный потенциал для развития туризма благодаря своему богатому культурному наследию, природным красотам, историческим памятникам, национальным кулинарным традициям, гостеприимству местного населения и другим факторам. Некоторые из перспектив развития туризма в Азербайджане включают:

* Развитие инфраструктуры. Азербайджан уже вложил значительные средства в развитие туристической инфраструктуры, включая строительство новых гостиниц, музеев, парков и других достопримечательностей. В будущем планируется усиленное развитие транспортной инфраструктуры, включая ремонт и модернизацию дорог, расширение аэропортов и развитие общественного транспорта.
* Развитие культурного туризма. Азербайджан богат историческими и культурными достопримечательностями, включая многочисленные памятники архитектуры, музеи и национальные парки. Развитие культурного туризма может привлечь больше туристов, заинтересованных в истории и культуре Азербайджана.
* Развитие экотуризма. Азербайджан имеет обширные природные ресурсы, включая горы, леса, озера и реки. Развитие экотуризма может привлечь больше туристов, заинтересованных в природе и экологии.
* Усиление маркетинга. Развитие туризма в Азербайджане также зависит от эффективности маркетинговых кампаний, в том числе в интернете и социальных сетях, на туристических выставках и мероприятиях. Это поможет увеличить осведомленность о туристических возможностях страны.
* Развитие медицинского туризма. Азербайджан имеет развитую медицинскую инфраструктуру, что может привлечь туристов, заинтересованных в медицинских услугах и процедурах

Оценить эффективность рекомендаций можно по следующим критериям: увеличение количества туристов, прибывающих в Азербайджан, увеличение доли дохода, получаемого от туризма в экономике страны, повышение уровня удовлетворенности туристов.

## 3.2. Разработка тура и расчет стоимости

Формирование оригинального туристского продукта по Азербайджану может быть основано на уникальных культурных, природных и исторических достопримечательностях страны. В качестве одного из мероприятий по укреплению межкультурного сотрудничества России и Азербайджана предлагается турпродукт, основанный на опросе респондентов.

Для выявления целевой аудитории, ее потребностей и возможностей, был разработан опрос для выяснения предпочтений потенциальных клиентов в поездке по Азербайджану. Рассмотрим итоги проведенного анкетирования.

Из 142 респондентов в опросе проголосовали 120 женщин и 22 мужчины (см. рис. 6).

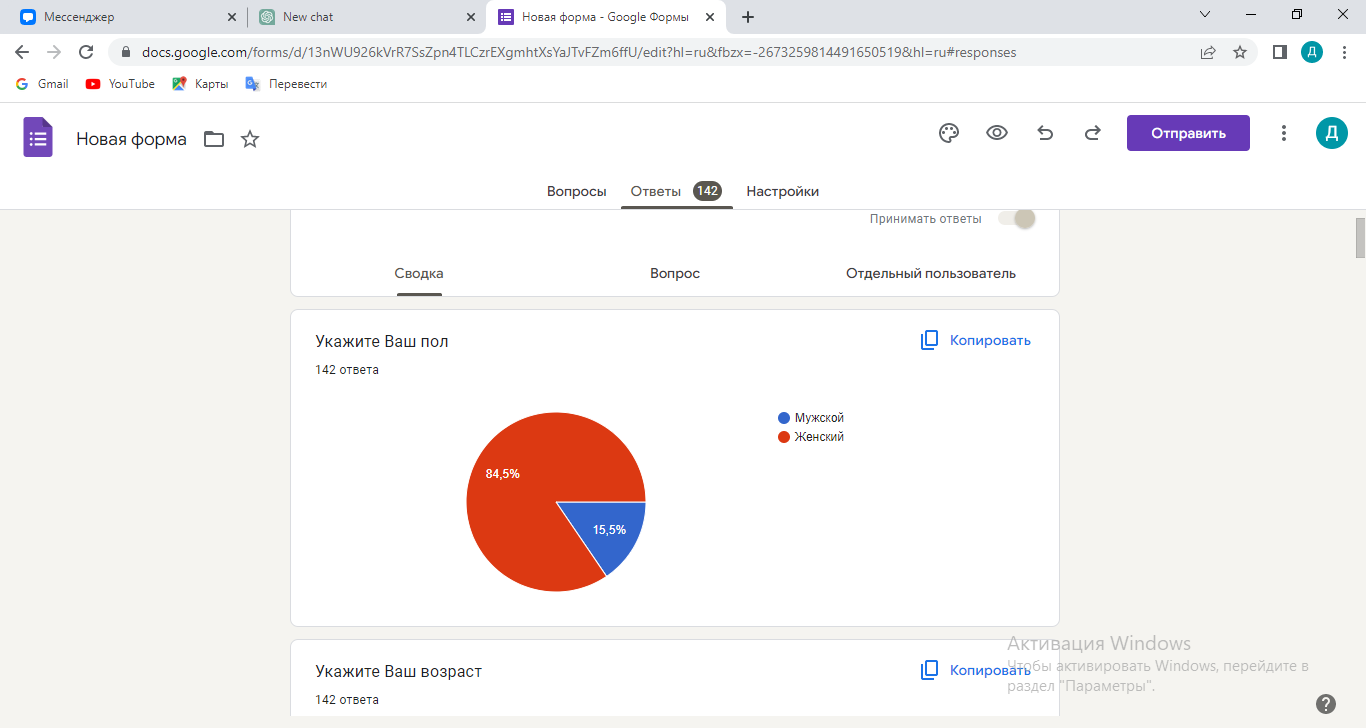


Рисунок 6 – Половая категория участников опроса [составлен с помощью Google Форм].

Большая часть опрашиваемых в возрастной категории 31-50 лет – 80 человек. 26-30 лет – 18 человек, в возрасте 18-25 лет – 21 человек, остальные – более 50 лет (см. рис. 7).

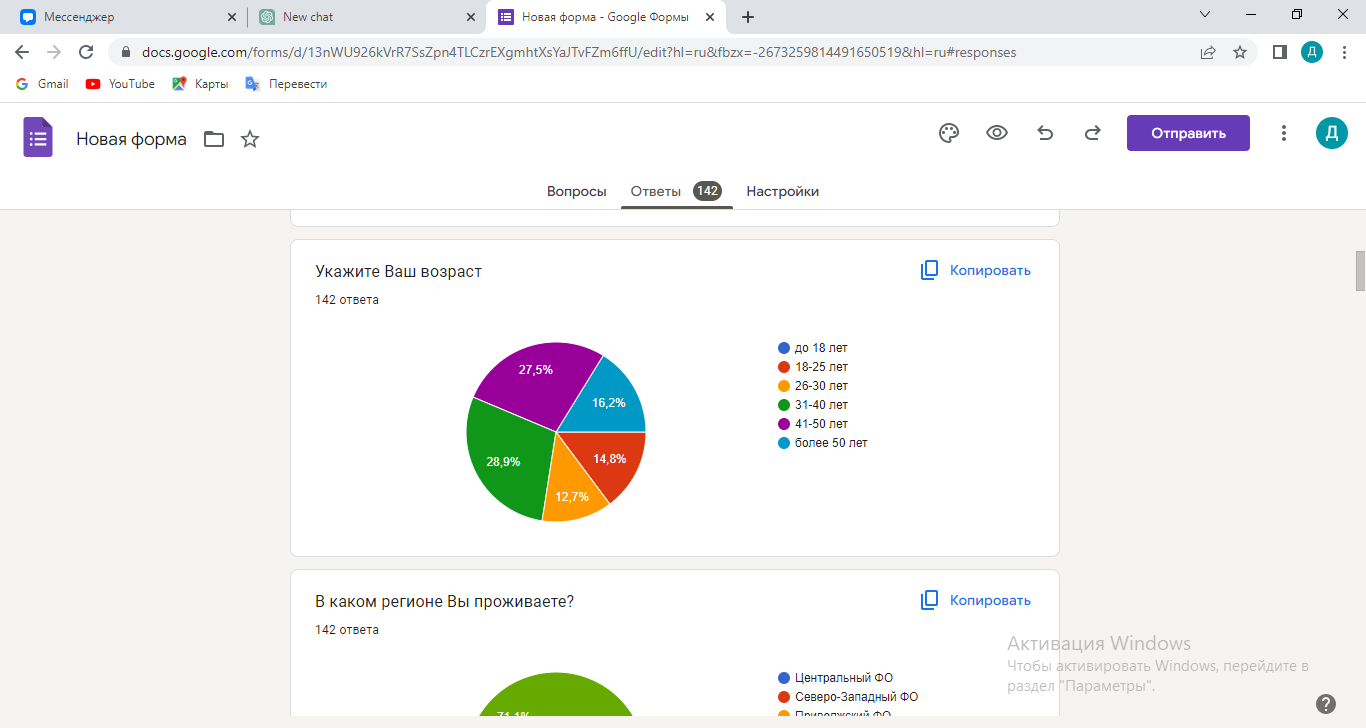


Рисунок 7 – Возрастная категория участников опроса [составлен с помощью Google Форм].

Согласно опросу, 82,4% респондентов в количестве 117 человек относятся к работающим людям, а значит целевая аудитория тура – платежеспособное население. Студентов и пенсионеров – меньшинство, разделились в примерно равном процентном соотношении – по 9% (см. рис. 8).

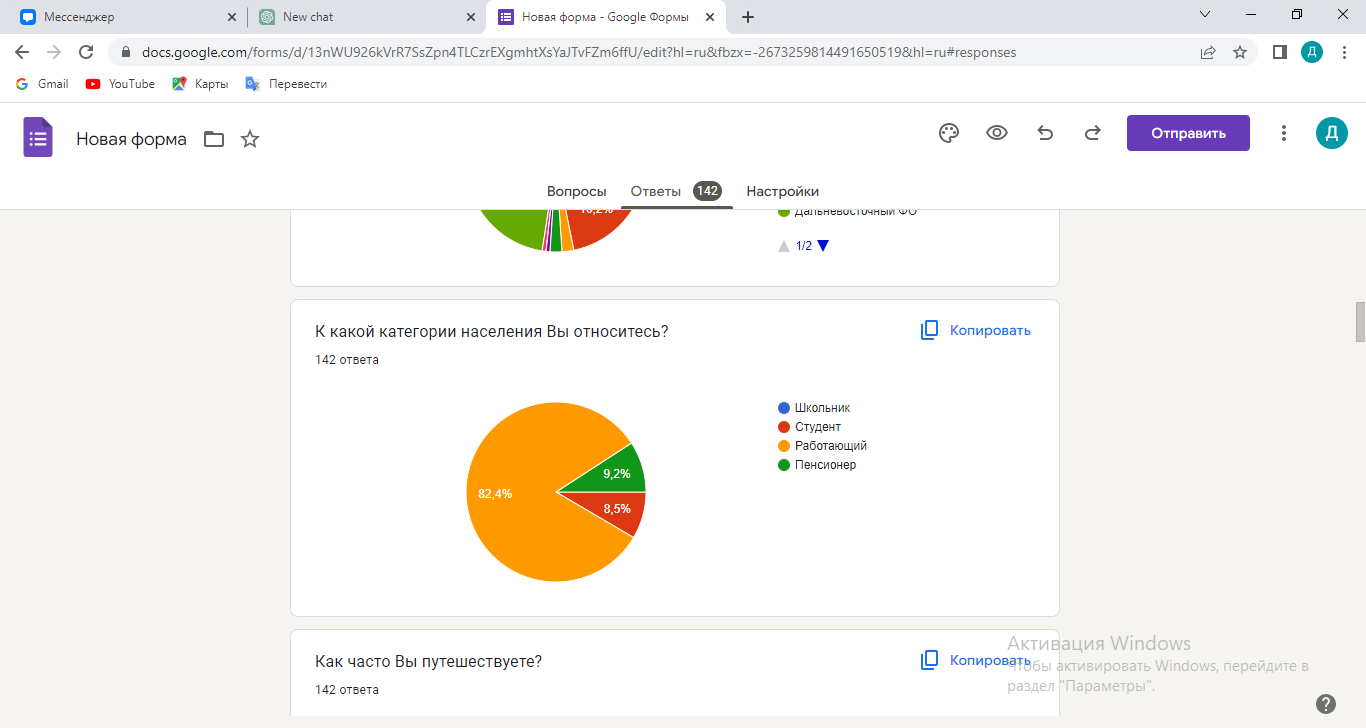


Рисунок 8 – Категория участников опроса [составлен с помощью Google Форм].

Как видно из результатов опроса, большая часть опрошенных путешествуют либо раз в несколько лет, либо раз в год – 103 человека из общего количества респондентов. 27 человек ответили, что путешествуют несколько раз в год и 12 не путешествуют вообще (см. рис. 9).

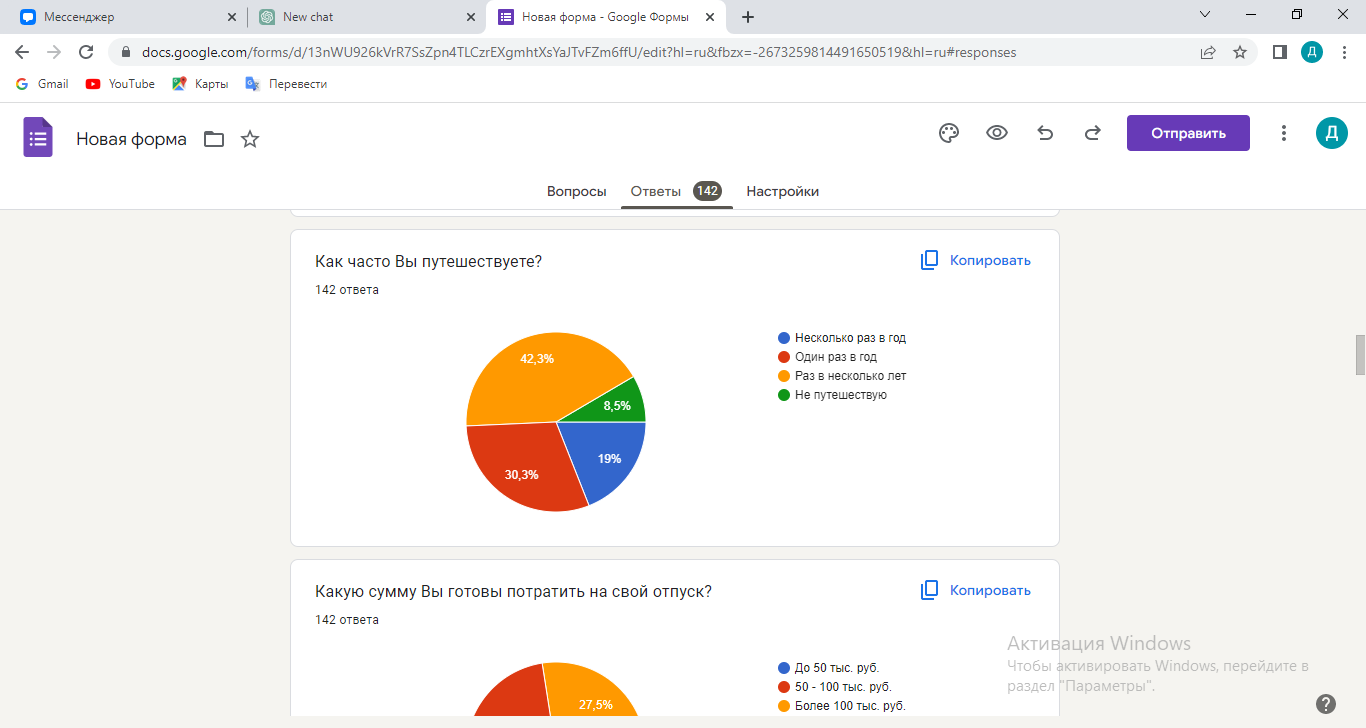


Рисунок 9 – Возможность и потребность участников опроса в путешествиях [составлен с помощью Google Форм].

Более половины опрошенных готовы заплатить за свой отдых от 50 до 100 тыс. рублей. 39 человек могут позволить себе потратить на отдых более 100 тыс. рублей. 24 человека рассчитывают потратить на путешествие до 50 тыс. рублей (см. рис. 10).

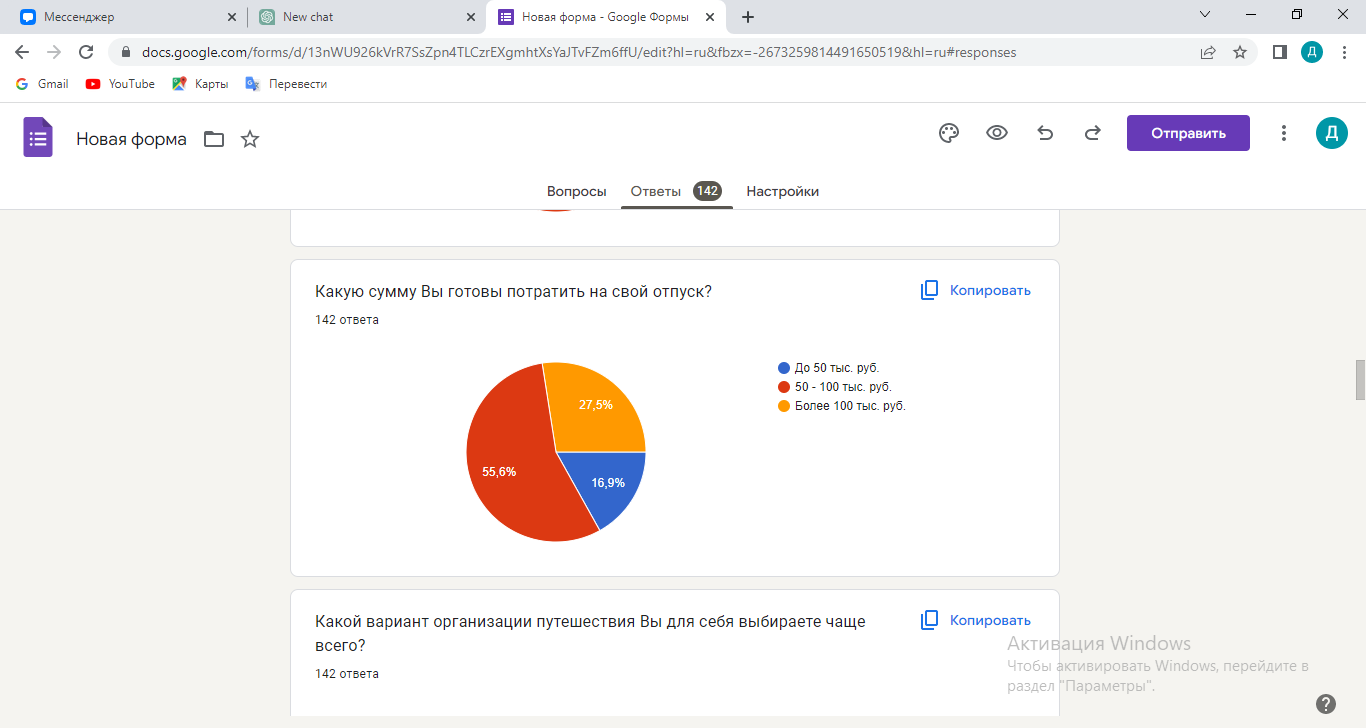


Рисунок 10 – Платежеспособность участников опроса в путешествиях [составлен с помощью Google Форм].

При том, что большая часть опрашиваемых – 65,5% (93 человека) предпочитают организовывать свое путешествие самостоятельно, 33,1% (47 человек) все-таки прибегнут к помощи туроператоров и турагентств. 1 человек из общего числа респондентов пользуется обоими доступными способами. И также 1 человек предпочитает путешествовать при помощи отзывов и рекомендаций (см. рис. 11).

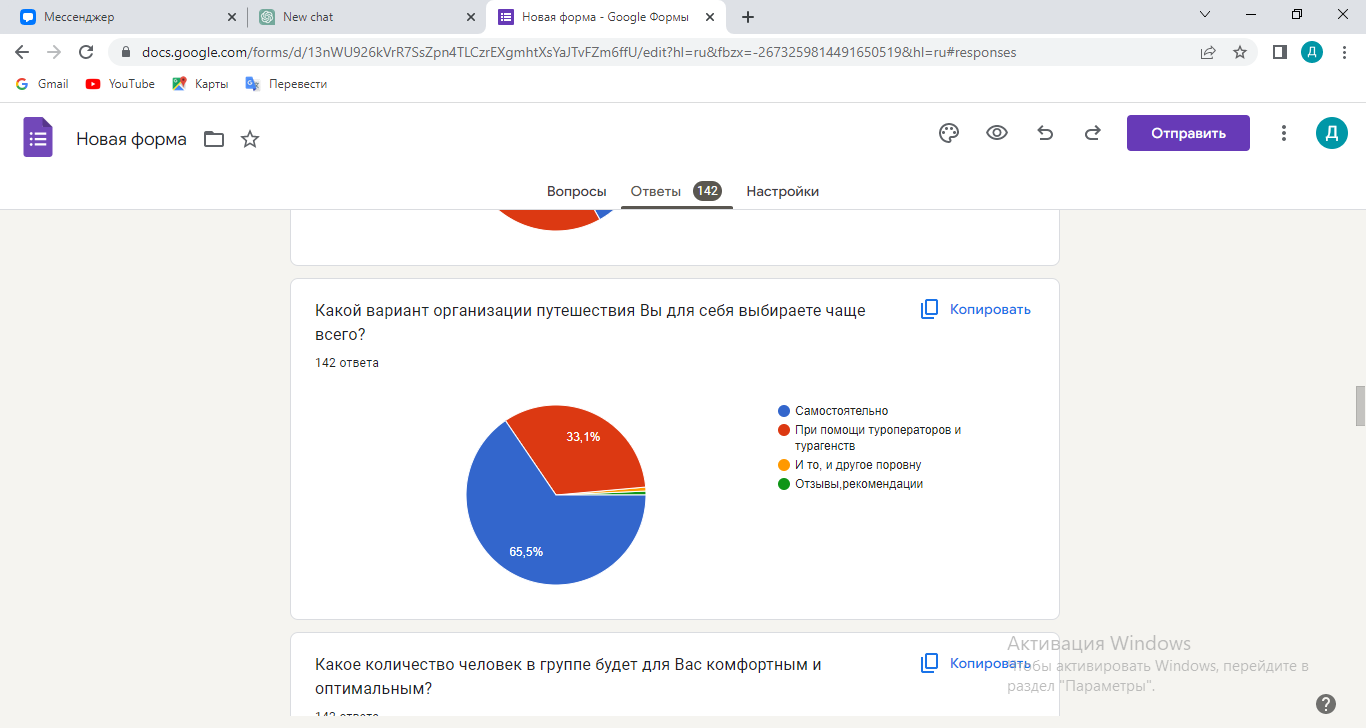


Рисунок 11 – Желание участников опроса к форме организации путешествия [составлен с помощью Google Форм].

Практически в равном процентном соотношении разделились голоса среди желающих путешествовать в группе до 5 человек и без группы, то есть самостоятельно – около 40% голосов в каждой категории. 30 человек готовы поехать в составе от 6 до 10 человек. 1 человек желает поехать со своей семьей (см. рис. 12).

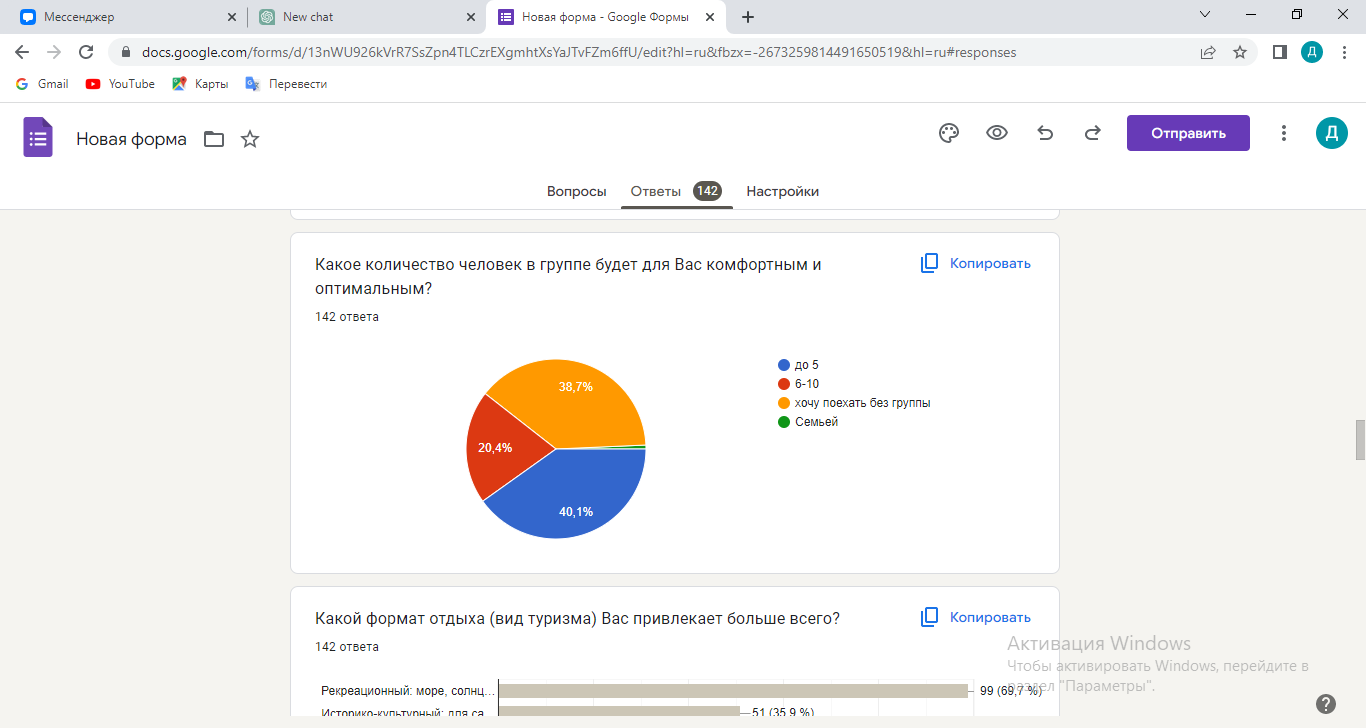


Рисунок 12 – Количество человек в группе в путешествии [составлен с помощью Google Форм].

Результаты опроса по предпочтениям туристов в определённом виде отдыха выявили, что большая часть опрашиваемых выбирает преимущественно пляжный туризм, историко-культурный, лечебно-оздоровительный и гастрономический. Спортивный, деловой, событийный и экотуризм представляют меньший интерес для респондентов, однако их тоже выбирают в качестве вариативных видов отдыха (см. рис. 13).



Рисунок 13 – Интерес к формату отдыха у респондентов [составлен с помощью Google Форм].

Из полученной диаграммы следует, что большинство опрошенных знали или хотя бы слышали о том, что Азербайджан привлекателен для туристов – 99 человек. Остальные 43 человека ответили, что впервые слышат об этом. Из этого следует, что необходимо повышать осведомленность населения о возможности путешествия в «страну огней» (см. рис. 14).

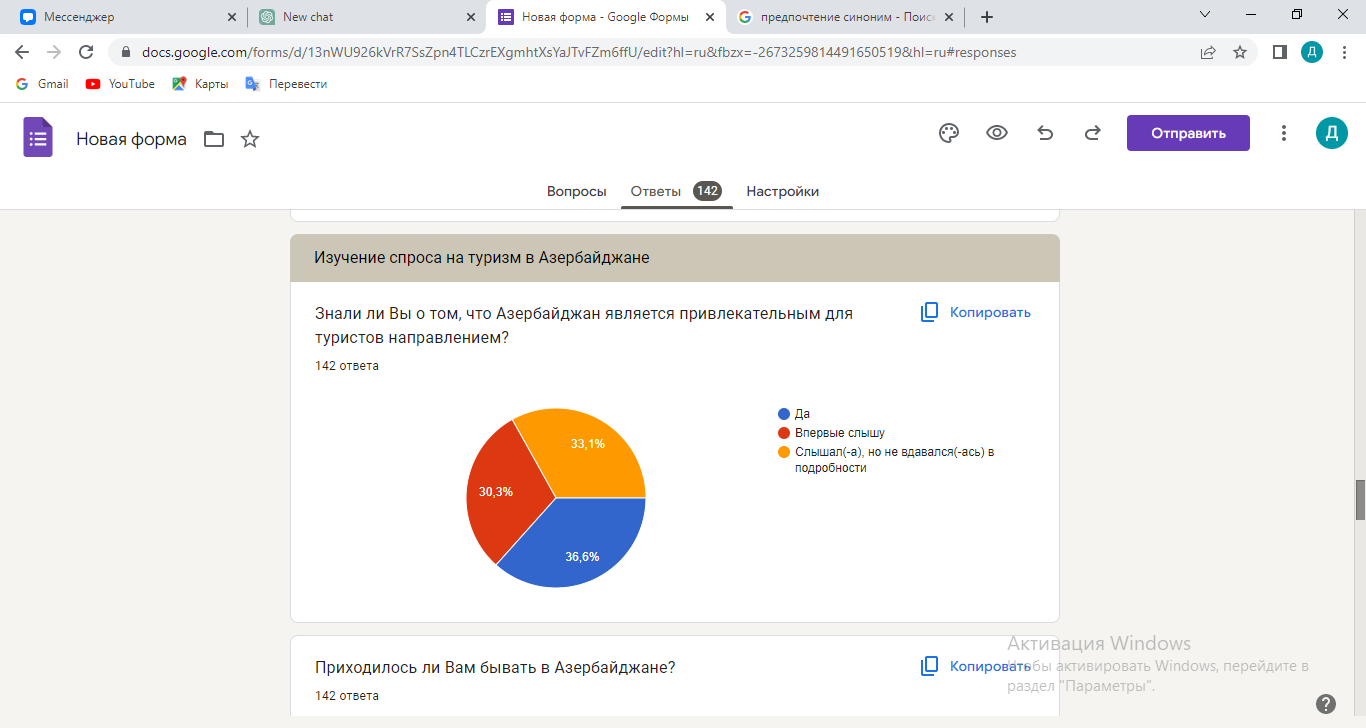


Рисунок 14 – Интерес респондентов к отдыху в Азербайджане [составлен с помощью Google Форм].

Из 142 опрошенных 133 человека не были в Азербайджане, 9 человек уже побывали на момент проведения опроса (см. рис. 15).

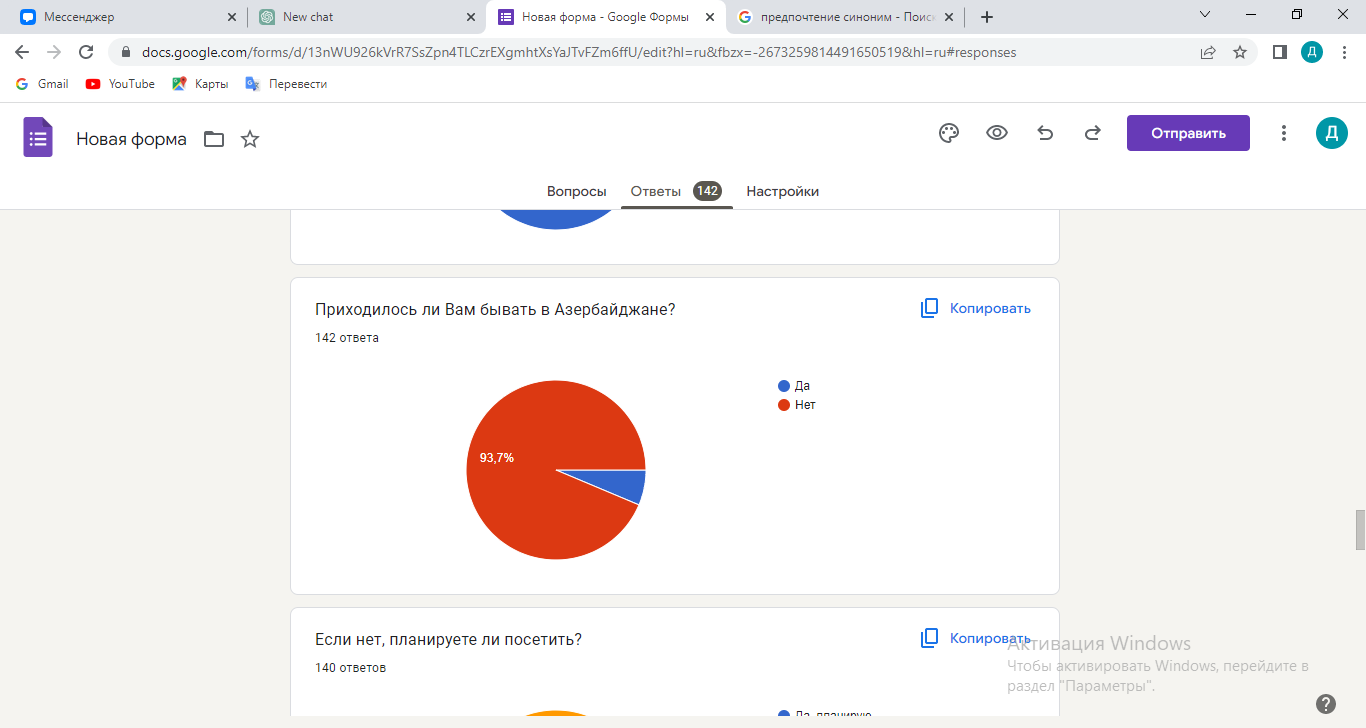


Рисунок 15 – Посещение Азербайджана [составлен с помощью Google Форм].

Более половины респондентов (72 человека) хотели бы посетить страну, однако не имеют возможности. Группа респондентов в количестве 25 человек планируют посетить страну с определенными целями. 34 человека не планируют поездку, а 9 человек вообще не знают, чем там можно заняться (см. рис. 16).

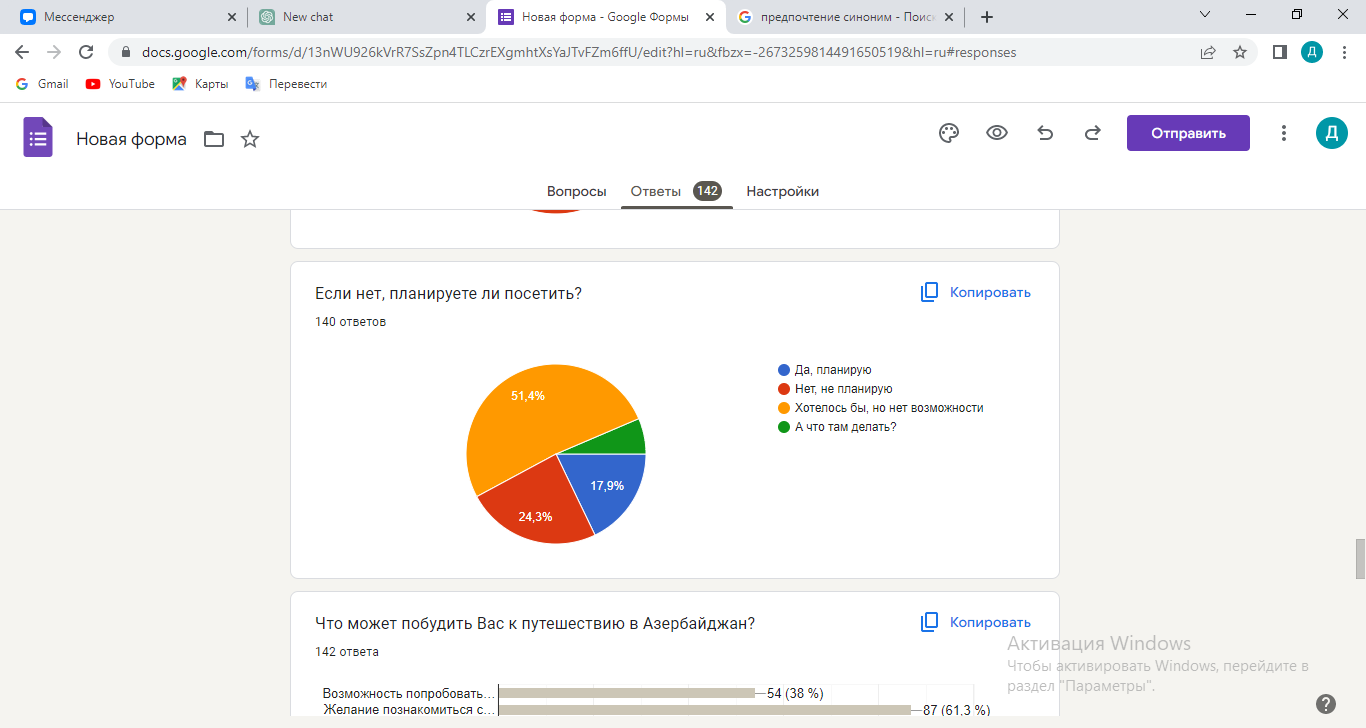


Рисунок 16 – Планирование посещения Азербайджана [составлен с помощью Google Форм].

К основным, побуждающим к поездке в Азербайджан мотивам, исходя из полученных результатов, можно выделить: желание познакомиться с местной культурой, возможность попробовать все виды отдыха, оздоровительные процедуры и непосредственно транспортная доступность (см. рис. 17).

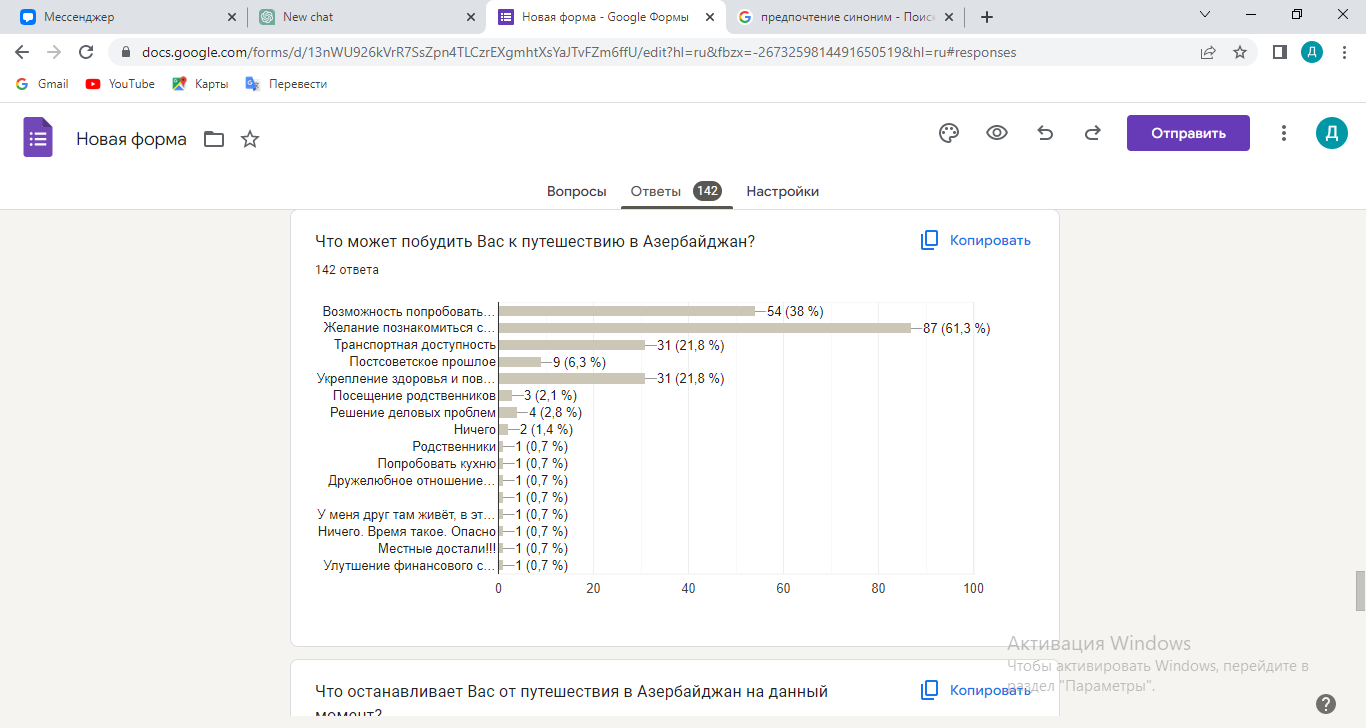


Рисунок 17 –Мотивы к посещению Азербайджана [составлен с помощью Google Форм].

Респондентов на сегодняшний день останавливает от поездки множество факторов: дороговизна путешествия, отдаленность от места постоянного проживания, неосведомленность о наличии и качестве предоставляемых услуг, отсутствие качественного турпродукта и, конечно, сложившиеся стереотипы. Женщины (11 человек) переживают за личную безопасность, а остальные не хотят или имеют в приоритете другие для путешествия направления (см. рис. 18).

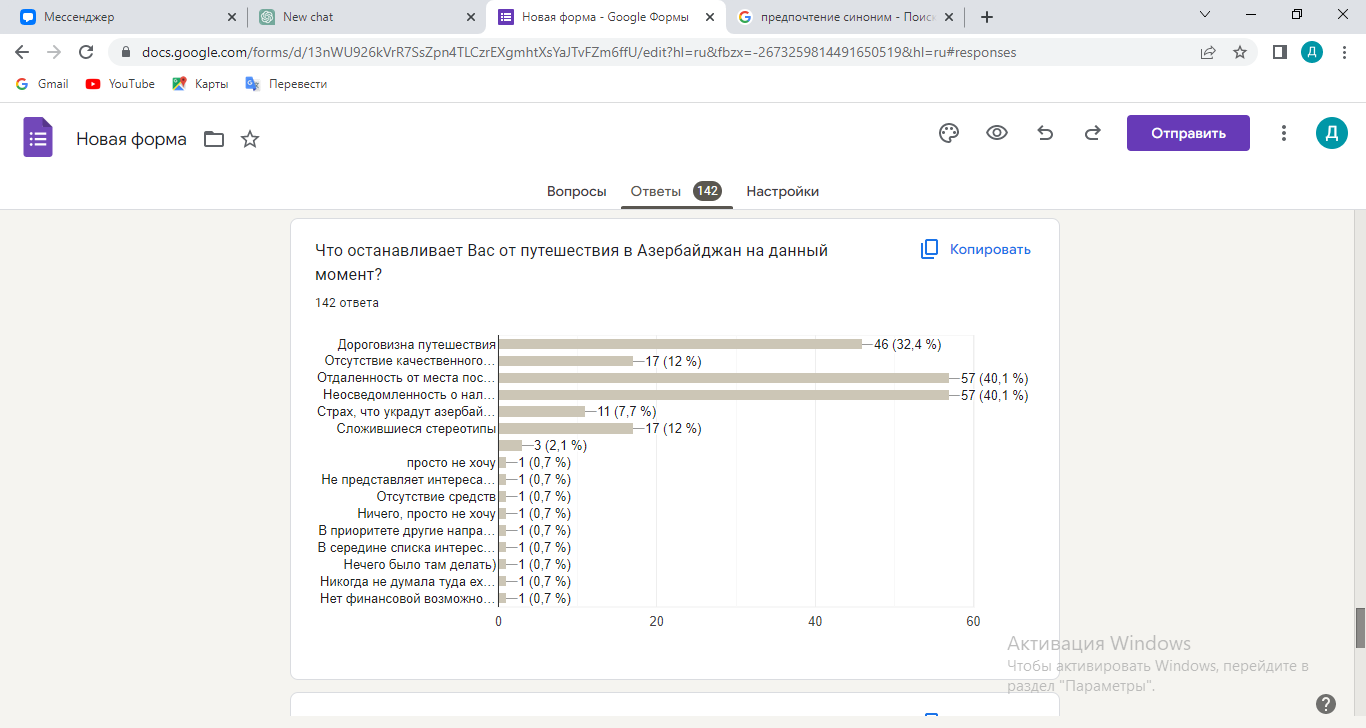


Рисунок 18 – Факторы, останавливающие от посещения Азербайджана [составлен с помощью Google Форм].

Голоса в вопросе длительности поездки распределились среди респондентов неоднозначно: наиболее оптимальной длиной для опрашиваемых будет поездка, которая займет от одной недели до 10 дней – проголосовало 90 человек. 25 человек комфортным для себя сочли нахождение в стране до 12 дней, а 6 человек желают провести на отдыхе более двух недель. До четырех дней в Азербайджане готовы потратить около 21 человека (см. рис. 19).

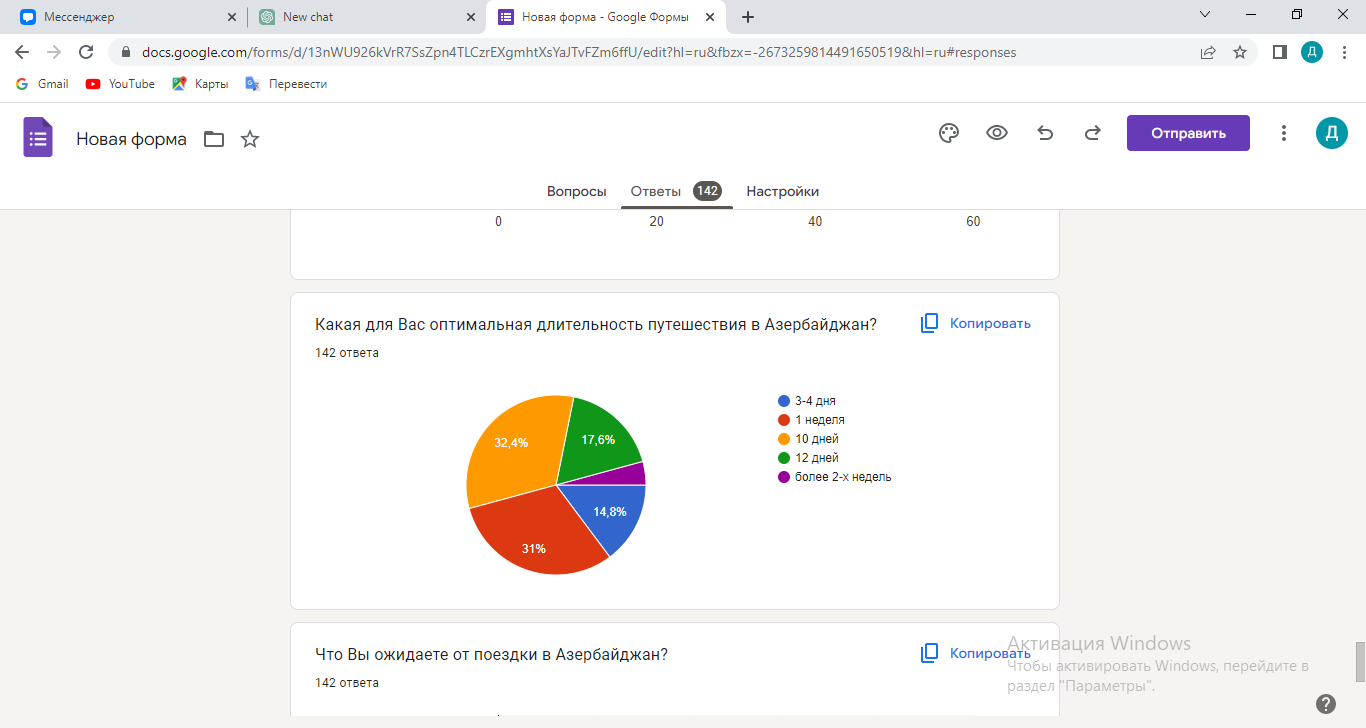


Рисунок 19 – Желаемая длительность посещения Азербайджана [составлен с помощью Google Форм].

В заключении респондентам был задан вопрос ожидания от поездки. Голоса были отданы в пользу смены обстановки, гастрономической составляющей, приобретению новых знаний. Также в приоритете остаются: посещение объектов ЮНЕСКО, оздоровительные процедуры Нафталана и преодоление сложившихся стереотипов. 2 человека из числа опрошенных не ожидают ничего хорошего (см. рис. 20).

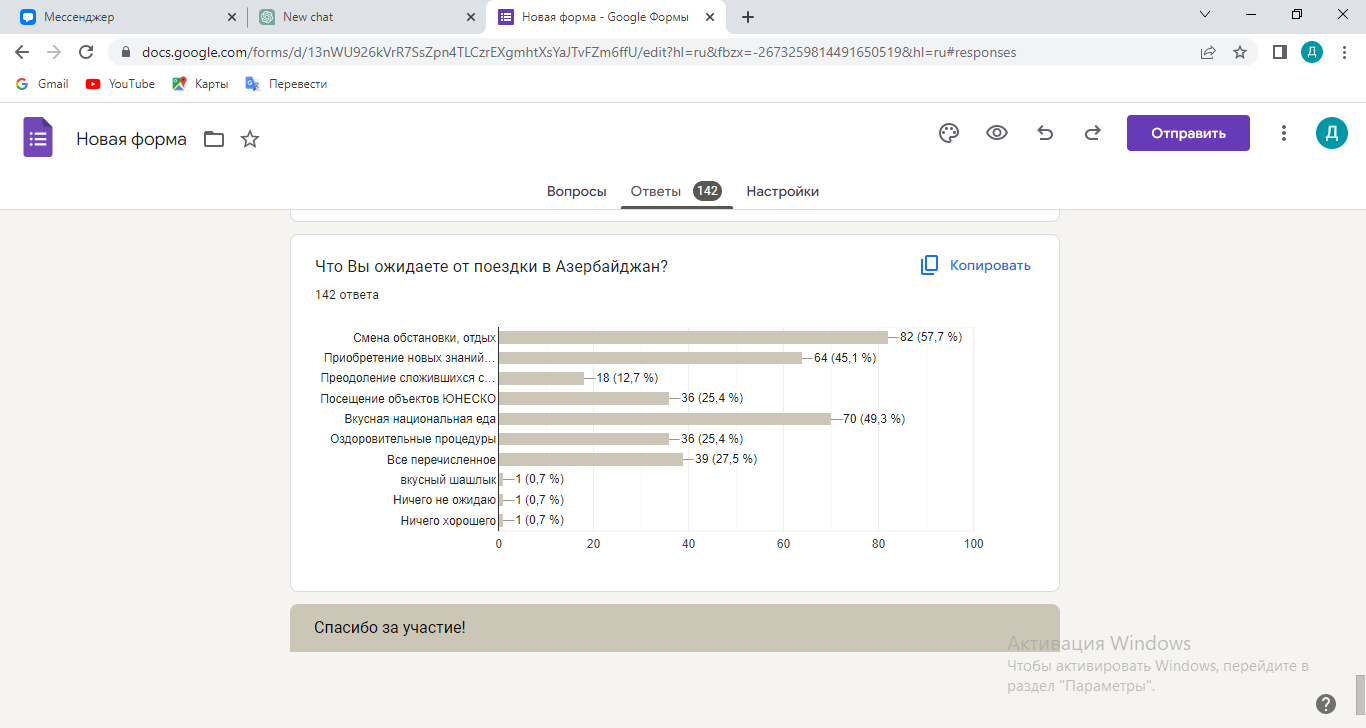


Рисунок 20 – Ожидания от посещения Азербайджана [составлен с помощью Google Форм].

Подводя итоги опроса, можно сделать вывод о том, что Азербайджан все еще остается неизведанным и не изъезженным направлением для российских туристов. Сохраняется небольшой процент людей, которые опасаются национальных стереотипов, что и останавливает от посещения данной дестинации, однако большинство имеют представление о возможностях страны и ее туристской привлекательности, желая посетить и изведать предоставленное наследие. Уникальность Азербайджана в том, что ему удается сочетать все доступные виды туризма, а значит, вполне реальна необходимость создания туристского продукта, способного охватить все составляющие мотивов и потребностей потенциальных туристов.

В рамках выпускной квалификационной работы предлагается тур на 10 дней, включающий основные туристские направления Азербайджана по разным видам туризма. Целью создания данного турпродукта является необходимость повышения туристского спроса у российских туристов на отдых в Азербайджане и преодоление национальных стереотипов.

Туристам будет предоставлена возможность увидеть футуристическую наполненность региона наряду с богатым культурным наследием. Тур будет составлен по предпочтениям туристов в определенных форматах отдыха для комфортного и насыщенного времяпровождения.

Название тура: «Волшебство Азербайджана: от Баку до Нафталана».

Таблица 5 – Детали тура [составлена автором].

|  |  |
| --- | --- |
| Целевая аудитория: | * Любители культуры и истории. * Любители приключений и активного отдыха. * Любители экологического туризма. * Гурманы и любителей кухни. * Любители отдыха на море. * Люди, интересующихся культурным разнообразием и мультикультурностью. |
| Продолжительность тура: | 10 дней/9 ночей |
| Маршрут: | Баку – Шемаха – Лахыдз (Лагич) – Габала – Шеки – Нафталан – Гобустан – Баку |
| Проживание: | отели 3\*, 4\* |
| Тип тура: | Групповой тур |
| Язык: | Русский |
| Количество человек: | 8-10 |
| Протяженность маршрута: | 804 км |
| В стоимость тура включено: | * Трансфер * Проживание в отеле в Баку и регионах (9 ночей на базе завтраков) * Питание (завтраки в отеле + питание, входящее в программу) * Входные билеты в места аттракций * Наземное перемещение согласно программе * Услуги русскоговорящего гида-экскурсовода * Личный водитель |
| В стоимость не включено: | * Питание, не входящее в программу * Страховка * Дополнительные услуги: экскурсии на выбор, транспорт для личного передвижения и т.д. |

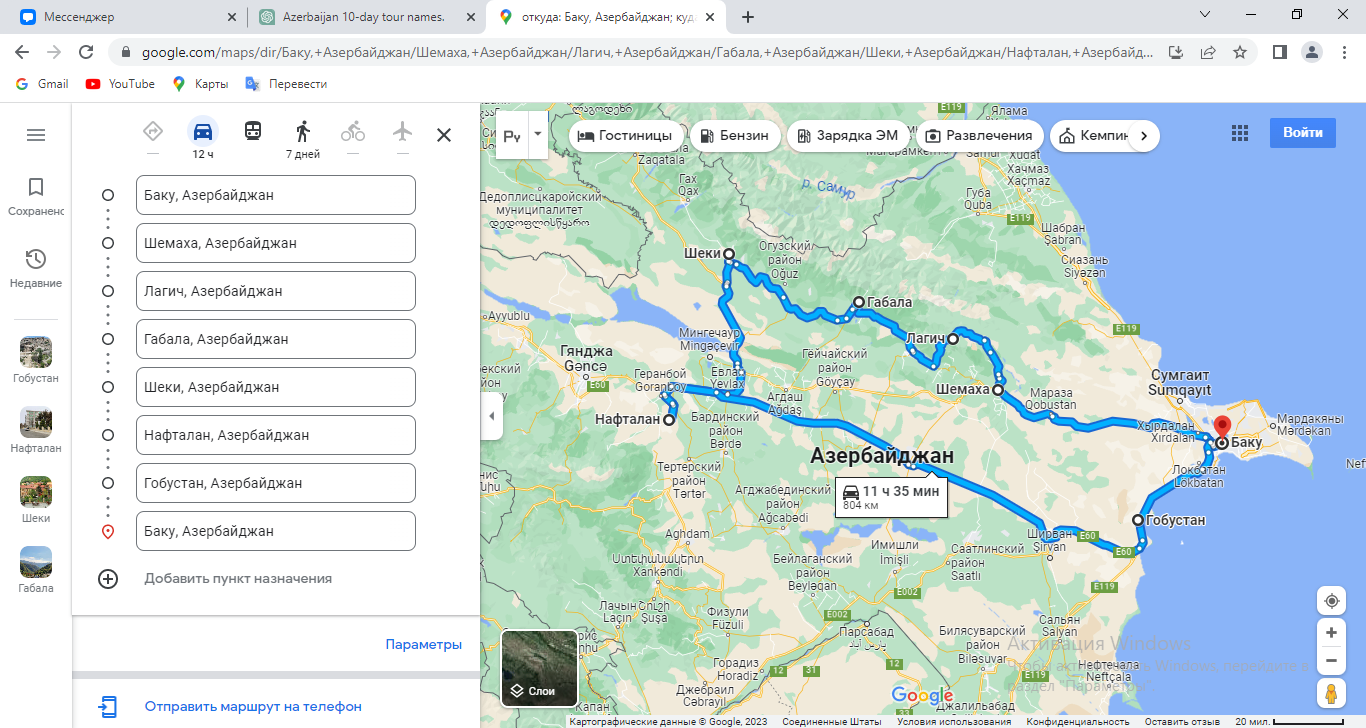


Рисунок 21 – Маршрутная карта тура [составлен с помощью Google Карты].

Программа тура

**1 день**

Прилет в Баку (встреча туристов в аэропорту);

Трансфер в отель;

Размещение в отеле 4\* Alison Hotel;

Ужин в Qəbələ Xanlar restoran;

Свободное время;

21:00 – 22:00 – ночная экскурсия по Баку (по желанию за дополнительную плату – 1300 руб./чел.).

**2 день**

08:00 – 10:00 – завтрак в отеле;

10:30 – 12:30 – обзорная экскурсия по Баку;

13:00 – 14:00 – обед в Qaynana Restaurant;

14:30 – 17:00 – пешеходная экскурсия «Тайны Бакинской крепости»;

17:00 – 18:00 – свободное время;

19:00 – 21:00 – ужин в Dolma Restaurant;

Свободное время.

**3 день**

08:00 – 10:00 – завтрак в отеле;

10:30 – 13:00 – экскурсия «Город нефти», посещение нефтяной скважины;

13:30 – 14:30 – обед в Ajdaha Doner;

15:00 – 16:00 – посещение Азербайджанского национального музея ковра;

17:30 – 18:30 – посещение Центра Гейдара Алиева;

19:00 – 21:00 – ужин на Торговой улице (выбор ресторана по желанию);

Свободное время.

**4 день**

08:00 – 10:00 – завтрак в отеле;

10:30 – 18:00 – по желанию трансфер до Бильге (курортная зона, пляж);

Свободное время.

**5 день**

08:00 – 10:00 – завтрак в отеле;

10:15 – выезд из отеля в г. Шемаха (2 ч. в пути);

12:30 – 13:30 – посещение поселка Мараза (мавзолей эпохи Ширваншахов – «Дири Баба»);

14:00 – 17:00 – Abqora Restaurant & Wine Club (обед, дегустация вина, ферма альпака);

17:00 – отправление в поселок Лахыдз (Лагич) (1,5 ч в пути);

18:30 – 19:00 – размещение в Lahij Guest House;

19:00 – 21:00 – ужин в отеле;

Свободное время.

**6 день**

8:00 – 10:00 – завтрак в отеле;

10:00 – 11:30 – мини-экскурсия по поселку Лахыдз;

11:30 – 12:00 – свободное время;

12:15 – выезд в г. Габала (1,5 ч в пути);

14:00 – 15:30 – посещение водопада «7 красавиц» и обед в местном кафе;

16:00 – 19:00 – Tufandag Mountain Resort (канатная дорога, аттракционы в горах);

19:00 – 21:00 – размещение в шале Tufandag Mountain Resort, ужин в отеле;

Свободное время.

**7 день**

8:00 – 10:00 – завтрак в отеле;

10:15 – выезд в г. Шеки (1,5 ч. в пути);

12:00 – 13:30 – обзорная экскурсия по г. Шеки (караван-сараи, дворец Шекинских ханов);

14:00 – 17:00 – обед и мини-экскурсия в зоне отдыха «Хал-Хал» в Огузе (вблизи водопада);

18:00 – размещение в отеле 3\* Sheki Guest House;

Ужин в отеле, свободное время.

**8 день**

8:00 – 10:00 – завтрак в отеле;

10:30 – выезд в г. Нафталан (2 ч. в пути);

12:30 – размещение в Garabag Resort&SPA;

Отдых в спа-комплексе и оздоровительные процедуры в Нафталане (обед и ужин включены);

Свободное время.

**9 день**

8:00 – 10:00 – завтрак в отеле;

10:15 – выезд в г. Гобустан (4 ч. в пути);

14:30 – 15:15 – обед в рамках джип-тура по Гобустану;

15:30 – 17:30 – джип-тур по Гобустану;

18:00 – выезд в Баку (1 ч. в пути);

19:00 – размещение в отеле 4\* Alison Hotel, ужин в отеле;

Свободное время.

**10 день**

8:00 – 10:00 – завтрак в отеле;

10:30 – 14:30 – аквапарк Шихов (+ пляж) по желанию;

Обед в отеле;

16:00 – 16:30 – сдача номеров, выезд из отеля;

17:00 – 19:00 – экскурсия к горе Янардаг на электромобилях;

19:30 – 21:00 – ужин в Liman Novxani (в Сумгайыте);

Трансфер в аэропорт, вылет из Баку.

Подробное описание городов и достопримечательностей тура представлено в Приложении 2.

Экономическое обоснование турпродукта

Ниже представлена калькуляция тура по Азербайджану. К индивидуальным расходам туристов относятся затраты на проживание и питание по программе тура, а также входные билеты в рамках экскурсионного обслуживания (представлены в Приложении 3). Групповые расходы включают услуги гида-экскурсовода, транспортное обслуживание и суточные водителю (представлены в Приложении 4). Технологическая карта туристского путешествия представлена в Приложении 5. Схема-маршрут пешеходной экскурсии «Тайны Бакинской крепости» – в Приложении 6.

В таблице 6 представлен расчет стоимости туров.

Таблица 6 – Расчет стоимости тура [составлена автором].

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Кол-во чел в группе | Сумма всех расходов, руб. | Себестоимость в расчете на  1 чел., руб. | Маржинальная прибыль (25% от себестоимости), руб. | Итоговая стоимость  тура в расчете на 1 чел., руб. |
| 8 | 373 974 | 46 747 | 467 468 | 58 434 |

**Общая стоимость тура за группу** (групповые и индивидуальные расходы): 373 974 руб.

**Стоимость тура на 1 человека** (групповые и индивидуальные расходы): 46 747 руб.

Прибыль организации + налог = 25%, где 15% – это налог/агентские и 10% – это прибыль.

**Итого стоимость за группу:** 467 468 руб.

**Итого стоимость за человека:** 58 434 руб.

Сезонная выручка тура рассчитана в таблице 7.

Таблица 7 – Расчет выручки тура за сезон [составлена автором].

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Выручка за сезон | Переменные затраты | Постоянные затраты | Маржинальность турпродукт | Сумма переменных затрат на сезон | Сумма постоянных затрат за сезон | Порог рентабельности | Чистая выручка | Точка безубыточности |
| 4 674 680 руб. | 311 274 руб. | 62 700 руб. | 373 974 руб. | 3 112 740 руб. | 627 000 руб. | 1 844 118 (не менее 4 групп) | 934 940 руб. | 3,2 |

Ниже приведены подробные расчеты и дано их обоснование.

Выручка за сезон:

Планируется реализовывать 2 группы в месяц с мая по сентябрь = 10 групп

467 468\*10 = 4 674 680 руб.

Маржинальность турпродукта = сумма переменных и постоянных затрат.

**Переменные затраты** (размещение, питание, транспорт, экскурсии) = 137 400 + 70 800 + 71 600 + 31 474 = 311 274 руб.

руб.

**Постоянные затраты** (гид-экскурсовод, реклама) = 37 200 + 25 500 = 62 700 руб.

**Маржинальность турпродукта:** 373 974 руб.

Валовая маржа = разность между выручкой и суммой переменных затрат за сезон

**Сумма переменных затрат на сезон**= 311 274\*10 = 3 112 740 руб.

**Валовая маржа** = 4 674 680 – 3 112 740 = 1 561 940 руб.

**Удельный вес валовой маржи** = вал маржа/сезон выручка = 1 561 940/4 674 680 = 0,34

Порог рентабельности = постоянные затраты/удельный вес

**Сумма постоянных затрат за сезон** = 62 700\*10 = 627 000 руб.

**Порог рентабельности** = 627 000/0.34 = 1 844 118 руб. (минимальная выручка для покрытия расходов)

Порог рентабельности: 1 844 118/стоимость за группу 467 468= 3,9

Нужно отправить не менее 4 групп

**Чистая выручка =** сезонная выручка – сумма всех затрат = 4 674 680 – 373 974\*10 = 934 940 руб.

**Точка безубыточности:** постоянные затраты/(цена реализации – переменные затраты на 1 человека) = 62 700/58 434 – 38 910 = 3,2

Для продвижения туров по Азербайджану можно использовать следующие рекламные средства:

* Интернет-маркетинг: создание сайта, поисковая оптимизация, контекстная реклама, социальные сети, блоги, вебинары, онлайн-туры.
* Реклама в туристических изданиях: размещение рекламных объявлений, статей, репортажей и фотографий в журналах, газетах, буклетах и каталогах.
* Реклама на местах: наружная реклама (баннеры, вывески, билборды), рекламные ролики на телевидении и кинотеатрах, радио-реклама, распространение листовок, буклетов и прочей печатной продукции.
* Спонсорство мероприятий: поддержка культурных, спортивных и иных мероприятий может помочь увеличить узнаваемость туристического продукта и привлечь внимание к нему.
* Работа с туристическими агентствами: участие в туристических выставках, организация обучающих туров для туристических агентов, поддержка совместных программ и предложений для клиентов.
* Сотрудничество с блогерами и туристическими сообществами: проведение пресс-туров, участие в блогерских и туристических сообществах, создание партнерских отношений с популярными блогерами и инфлюенсерами.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования было установлено, что межкультурные контакты имеют важное влияние на перспективы развития туризма в Азербайджане. Азербайджан является многонациональной страной, где существует богатое культурное наследие, и разнообразие культурных и этнических групп может представлять привлекательность для туристов.

В выпускной квалификационной работе были рассмотрены главные подходы к изучению межкультурной коммуникации, даны определения изучаемого феномена отечественными и зарубежными теоретиками, выделены основные критерии и виды понятия. Рассмотрено и обосновано влияние туризма, как одного из способов установления и гармонизации межкультурных контактов.

При выполнении работы было обнаружено, что улучшение межкультурных отношений может содействовать развитию туризма в Азербайджане. Важным фактором является обеспечение комфортного пребывания туристов, что можно достичь благодаря повышению качества сервиса, а также повышению уровня культурной осведомленности местного населения.

В работе были проанализированы туристско-рекреационный потенциал Азербайджана, существующие проблемы, замедляющие развитие дестинации, а также даны рекомендации, позволяющие увеличить турпоток российских туристов. Другой важной составляющей развития туризма в Азербайджане является продвижение туристического продукта. Для этого необходимо использовать разнообразные рекламные и маркетинговые инструменты, которые должны быть адаптированы к целевой аудитории и учитывать межкультурные различия. Извлечение языковых и культурных барьеров, проведение культурных мероприятий и создание национальных парков и музеев с учетом традиций и обычаев населения страны, сможет привлечь большее количество туристов, что в свою очередь повысит экономический рост и улучшит имидж страны в глазах мирового сообщества.

Итогом выпускной квалификационной работы стала разработка турпродукта по Азербайджану на 10 дней, основанного на результатах опроса потенциальной целевой аудитории, а также даны предложения по рекламной кампании. Разработанный турпродукт предусматривает реализацию большинства видов туризма, охватывая обширную географию страны. Туристам будет предоставлена возможность посетить памятники природного и культурного наследия в современной футуристической интерпретации, а также произвести лечебную профилактику в знаменитой нафталанной нефтью. В программе тура будет предусмотрено размещение, как в столице Азербайджана – Баку, так и в «районах» за пределами Апшеронского полуострова. Питание будет предоставлено согласно программе тура, кроме того, туристы будут вправе выбирать наиболее комфортное времяпровождение для себя в свободное время.

Таким образом, межкультурные контакты играют важную роль в развитии туризма в Азербайджане. Для улучшения перспектив развития туризма в стране необходимо уделять больше внимания улучшению межкультурных отношений, повышению уровня культурной осведомленности населения, а также продвижению туристического продукта с учетом межкультурных особенностей и предпочтений туристов.

# 

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Trager G., Hall E. Culture and Communication; A Model and an Analysis // Explorations and Communication. 1994. №3.
2. Hall E.T. The Silent Language. – Fawcett, 1968.
3. Межкультурная коммуникативная компетенция специалиста современной России // КиберЛенинка. [Электронный ресурс] URL: <file:///C:/Users/Dasha/Downloads/mezhkulturnaya-kommunikativnaya-kompententsiya-spetsialista-sovremennoy-rossii.pdf> (дата обращения: 02.03.2023).
4. Основы теории межкультурной коммуникации : [учеб. пособие] / М. О. Гузикова, П. Ю. Фофанова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд‑во Урал. ун-та, 2015. – 124 с.
5. Гришаева Л.И., Цурикова Л.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М., 2008. С.19.
6. Межкультурная компетентность как содержательная проблема готовности студентов к межкультурной коммуникации // КиберЛенинка. [Электронный ресурс] URL: <file:///C:/Users/Dasha/Downloads/mezhkulturnaya-kompetentnost-kak-soderzhatelnaya-problema-gotovnosti-studentov-k-mezhkulturnoy-kommunikatsii.pdf> (дата обращения: 03.03.2023).
7. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. М., 1990. С 25-30.
8. Межкультурная коммуникация. [Электронный ресурс] URL: <https://www.grandars.ru/college/sociologiya/mezhkulturnaya-kommunikaciya.html> (дата обращения: 03.03.2023).
9. Основы теории межкультурной коммуникации: учебное пособие /Т.Б. Фрик; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 100 с.
10. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов /Под ред. А.П. Садохина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 352 с.
11. Mason, P., Tourism, Impacts, Planning and Management, 4th ed., Routledge: London, 2020.
12. Albu, C.E., International communication in tourism. Cross Cultural Management Journal, XVII(I), pp. 7-14, 2015.
13. Zain Sulaiman, M. & Wilson, R., Translation and Tourism, Springer Nature: Singapore, 2019.
14. OECD, The Impact of Culture on Tourism, OECD Publishing: Paris, 2009.
15. Lustig, M.W. & Koester, J., Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Cultures, 5th ed., Shanghai Foreign Language Education Press: Shanghai, 2007.
16. Зорин, И.В. Феномен туризма: Миссия и функции туризма. Этнологические начала путешествий. Профессиональное туристское образование. Образование и карьера в туризме / Зорин И.В. – М.: Наука, 2018. – 368 с.
17. Квартальнов, В.А. Туризм в Азербайджане. – М.: Финансы и статистика, 2018 – 316 с.
18. Гасанов Ш.М. Курортные богатства Азербайджана / Ш.М. Гасанов. - Баку: Азер-Медиа, 2020. – 204 с.
19. Ильина, Е.И. Основы туристской деятельности. – М.: Проспект, 2019. – 245 с.
20. Гусейнов А.К. Современные международные отношения и внешняя политика Азербайджана / А.К. Гасанов. – Баку: «Oy.a-Ay.a», 2017. – 574 с.
21. Соколова, М.В. История туризма Азербайджана. – М.: Прогресс, – 283 с.
22. Здоров, А.Б. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 358 с.
23. Романов, А.А. География туризма Азербайджана: учеб. пособие. – М.: Молодой учёный. №5. – 365 стр.
24. Азизова, Г. Азербайджан: инвестиции и занятость. [Электронный ресурс] URL: <http://www.chelt.ru/> (дата обращения: 10.04.2023).
25. Биржаков, М.Б. Индустрия туризма Азербайджана. - М.: Герда, 2019. – 317 стр.
26. Мамедов, А.Б. Туристскими тропами Азербайджана / А.Б. Мамедов. – Баку. Азернеш, 2018. – 168 с.
27. Чилилов, A.M. Проблемы ресурсного обеспечения сферы туризма Азербайджана / A.M. Чилилов. – М.: Экономика, 2017. – 255 с.
28. Анчукова Н.В., Москвина О.С. Туризм в экономике Азербайджана / Анчукова Н.В., Москвина О.С. – Баку: Азер-Медиа, 2020. – 204 с.
29. Александрова, К.С. Международный туризм / К.С. Александрова. – М.: Аспект пресс, 2019. – 380 с.
30. Алиев, М.А. Организационно-экономический механизм развития рынка туристических услуг / М. А. Алиев, Т. Ш. Джалалова СПб.: СПбГУ, 2019. – 145 с.
31. Захарин, Н.Д. Инвестиционное развитие туристского потенциала Азербайджана / Н.Д. Захарин. – СПб.: Д.А.Р.К., 2020. – 197 с.
32. Официальный сайт Азербайджана. [Электронный ресурс] URL: <http://www.azerbaijan.az/> (дата обращения: 15.04.2023).
33. Рустамов, С.Г. Курортные богатства Азербайджана / С.Г. Рустамов. – Баку: Азер-Медиа, 2020. – 534 с.
34. Савельева, Н.К. Экономика и стратегия развития туризма в Азербайджане: аналитическая база, современные требования и подходы. / под ред. Н.К. Савельева, Немковича. – Петрозаводск: Издательство Карельского научного центра РАН, 2020. – 247 с.
35. Путешествие в Азербайджан. [Электронный ресурс] URL: <https://www.advantour.com/rus/azerbaijan/> (дата обращения: 20.04.2023).
36. Государственный Комитет Азербайджанской Республики по статистике. [Электронный ресурс] URL: <https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/36746/item_2.2_azerbaijan.pdf> (дата обращения: 23.04.2023).
37. STATISTICS OF TOURISM / Azerbaijan. [Электронный ресурс] URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics> (дата обращения: 23.04.2023).
38. Щукина Ю.А. Азербайджан // Вокруг Света, 2010. С. 13-245.
39. Географическое положение, площадь, границы. [Электронный ресурс] URL: <http://www.hyno.ru/tom1/43.html> (дата обращения: 15.04.2023).
40. Географическое положение Азербайджана. [Электронный ресурс] URL: <https://guide.travel.ru/azerbaidjan/geo/> (дата обращения: 15.04.2023).
41. Azərbaycanın təbii ehtiyatları. [Электронный ресурс] URL: <https://kayzen.az/blog/Az%c9%99rbaycan-co%c4%9frafiyas%c4%b1/4614/az%c9%99rbaycan%c4%b1n-t%c9%99bii-ehtiyatlar%c4%b1.html> (дата обращения: 20.04.2023).
42. Население Азербайджана. [Электронный ресурс] URL: <https://countrymeters.info/ru/Azerbaijan> (дата обращения: 23.04.2023).
43. Goverment of Azerbaijan. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin İşlər İdarəsi / Azərbaycanın statistik göstəriciləri / Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. — Baku: PREZİDENT KİTABXANASI, 2020. — С. 32-202. — 234 с.
44. Мачмудов Ю.М. Азербайджан: краткая история государственности. Баку, «Образование», 2005, - 140 с.
45. AZERBAIJAN ECONOMIC REFORMS REVIEW. [Электронный ресурс] URL: <http://ereforms.org/store//media/ekspert_yazilari/islahat%20icmali/iyul/Turizmin_%C4%B0nki%C5%9Faf%C4%B1_En.pdf> (дата обращения: 27.04.2023).
46. Туры в Баку. [Электронный ресурс] URL: <https://azterra.az/> (дата обращения: 02.05.2023).
47. Alison Hotel. [Электронный ресурс] URL: <https://sp.booking.com/hotel/az/alison-baki.ru/> (дата обращения: 05.05.2023).
48. Экскурсия – Баку город нефти и миллионов. [Электронный ресурс] URL: <https://azterra.az/tour/ekskursiya-baku-gorod-nefti-millionov/> (дата обращения: 05.05.2023).
49. Средневековый Азербайджан: мавзолей Дири Баба и деревня Лагич. [Электронный ресурс] URL: <https://experience.tripster.ru/experience/22149/> (дата обращения: 06.05.2023).
50. Sheki Guest House. [Электронный ресурс] URL: <https://sp.booking.com/hotel/az/s-ki-ailevi-qonaq-evi.ru> (дата обращения: 05.05.2023).
51. Garabag Resort&Spa. [Электронный ресурс] URL: <https://www.booking.com/hotel/az/garabag-resort-amp-spa.ru> (дата обращения: 05.05.2023).
52. Джип тур «Тайны Гобустана» + Грязевые вулканы. [Электронный ресурс] URL: <https://azterra.az/tour/jeep-tour-tayni-gobustana-vulkani/> (дата обращения: 05.05.2023).
53. Природные чудеса Апшерона. [Электронный ресурс] URL: <https://experience.tripster.ru/experience/15523/> (дата обращения: 05.05.2023).

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Таблица – PESTLE-анализ туристского потенциала Азербайджана [составлена автором].

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Описание фактора | Вес фактора | Экспертная оценка | Взвешенная оценка |
| **Социальные** | | | |
| Информационная доступность | 5 | 3 | 15 |
| Уровень образованности населения | 5 | 2 | 10 |
| Религиозные особенности страны | 5 | 4 | 20 |
| Общественное мнение о стране | 5 | 3 | 15 |
| Итого: | | | 60 |
| **Политические** | | | |
| Правительственная стабильность | 4 | 5 | 20 |
| Политические конфликты между государствами | 5 | 5 | 25 |
| Коррупционная составляющая | 4 | 5 | 20 |
| Правительственная политика государства в сфере туризма | 5 | 4 | 20 |
| Итого: | | | 85 |
| **Экономические** | | | |
| Изменение курса валют | 5 | 3 | 15 |
| Высокий уровень инфляции | 5 | 3 | 15 |
| Низкий уровень доходов населения | 4 | 4 | 16 |
| Динамика развития рынка туристской инфраструктуры | 4 | 3 | 12 |
| Итого: | | | 58 |
| **Технологические** | | | |
| Возможность автоматизации и роботизации определенных процедур или участков работы в сфере туризма | 4 | 3 | 12 |
| Внедрение передовых технологий электронного маркетинга | 4 | 2 | 8 |
| Различия в сервисном и технологическом обслуживании туристов | 3 | 4 | 12 |
| Внедрение CRM-программ в работу туристических предприятий | 4 | 3 | 12 |
| Итого: | | | 44 |
| **Юридические** | | | |
| Изменение законов, регулирующих туристическую отрасль | 5 | 4 | 20 |
| Законы, регулирующие охрану здоровья и безопасности туристов | 5 | 4 | 20 |
| Ухудшение финансового положения предприятий в сфере туризма и гостиничного бизнеса | 4 | 3 | 12 |
| Введение ограничений на пребывание на территории страны | 4 | 2 | 8 |
| Итого: | | | 60 |
| **Экологические** | | | |
| Природные катаклизмы | 5 | 3 | 15 |
| Климатические условия | 4 | 3 | 12 |
| Ландшафт территории | 4 | 4 | 16 |
| Фермерская деятельность | 4 | 4 | 16 |
| Итого: | | | 59 |

– наиболее сильное влияние; – наименее выраженное влияние.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Таблица – Описание достопримечательностей в рамках тура [составлена автором].

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № дня | Город/экскурсия | Название | Описание |
| 1-2 | Ночная экскурсия/обзорная экскурсия (Баку) | Смотровая площадка на горе Гюзю Гала | С этой площадки открывается потрясающий вид на ночной Баку. Здесь можно увидеть не только городские здания, но и Каспийское море. |
| Flame Towers | Это высотный комплекс в Баку, включающий в себя три небоскреба, которые являются одними из самых высоких зданий в городе. Названы они так из-за своей формы, напоминающей языки пламени. Flame Towers стали символом современного Баку и одним из главных туристических объектов города. Они особенно красиво смотрятся в ночное время, когда здания подсвечиваются яркими огнями и создают потрясающий вид. |
| Набережная Баку | Одно из самых популярных мест в городе. Вечером здесь свет фонарей и зданий отражается в море, а на берегу города можно увидеть великолепные фонтаны. На набережной расположено колесо обозрения, крупнейший торговый центр Баку – Дениз Молл (Deniz Mall) в архитектурном стиле Сиднейской оперы, Кристал холл (Baku Crystal Hall), построенный для провдения Евровидения-2012. |
| Старый город Баку | Ночью Старый город Баку приобретает особый шарм. Здесь множество узких улочек, арочных проходов, красивых двориков и музеев, которые выглядят очень романтично и таинственно в свете фонарей. Одной из главных достопримечательностей на набережной является Бакинская башня (Maiden Tower) – символ города Баку, которая находится в самом сердце набережной. Рядом с башней находится музей, где можно узнать больше о истории города и культуре Азербайджана. |
| Гранд-отель «Европа» | Этот знаменитый отель находится в центре Баку и является настоящей жемчужиной архитектуры. Ночью здание выглядит очень красиво и загадочно, а увидеть его в темное время суток – незабываемое впечатление. |
| Площадь Фонтанов | Это одно из самых красивых мест в Баку. Ночью здесь включаются светомузыкальные фонтаны, а вокруг располагаются различные кафе и рестораны. |
| 2 | Пешеходная экскурсия «Тайны Бакинской крепости» (Баку) | Старый город (Ичери Шехер) | Этот район является одним из самых древних городов на территории Кавказа и был включен в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО в 2000 году. Расположен на холме в центре города и окружен крепостной стеной, построенной в 12 веке. Внутри стен находится множество достопримечательностей, музеев, мечетей, мавзолеев и других исторических и культурных объектов В Старом городе можно увидеть остатки зданий, построенных в средние века, когда Баку был важным торговым и культурным центром на перекрестке Старого Света и Востока, а также найти множество примеров архитектуры различных эпох – от средневековых крепостей и мечетей до барочных дворцов и роскошных резиденций нефтяных магнатов начала 20 века. Здесь также расположен музей миниатюр «Шехеразад», где можно увидеть миниатюрные копии знаменитых зданий и достопримечательностей Ичери Шехера и других городов Азербайджана. |
| 3 | Экскурсия «Город нефти» (Баку) | Нефтяной музей Азербайджана | В музее можно увидеть экспозиции, посвященные истории развития нефтяной индустрии в Азербайджане, а также различные экспонаты, связанные с добычей и переработкой нефти. |
| Район Биби-Хейбат | Здесь находится комплекс «Азернефтехимзавод», который является крупнейшим производственным комплексом в стране. Завод был построен в 1953 году и на протяжении многих лет производил широкий спектр нефтехимической продукции. |
| Мемориал Мартыров | Открыт в 2008 году. На мемориале установлены статуи нефтяников и памятные таблички в память о тех, кто погиб во время катастроф и аварий на нефтяных скважинах. |
| Современное здание азербайджанской нефтяной компании SOCAR (State Oil Company of Azerbaijan Republic) | Крупнейшая нефтегазовая компания в Азербайджане, занимающаяся добычей, переработкой и транспортировкой нефти и газа. Была создана в 1992 году после получения Азербайджаном независимости от СССР. Имеет дочерние компании и представительства в различных странах, в том числе в Турции, Германии, Украине, Грузии, России и др. странах мира. Является участником международных проектов, таких как «Шахдениз», «Газпромнефть-Шельф» и др. Одним из наиболее известных проектов, реализованных SOCAR, является строительство нефтепровода Баку-Тбилиси-Джейхан, который соединил Азербайджан, Грузию и Турцию и стал важным элементом энергетической инфраструктуры региона. |
| Дом-музей миллионера-нефтепромышленника Гаджи Зейналабдин | Находится в исторической части Баку, в районе Ичери-Шехер. Это здание, построенное в начале XX века, было домом и бизнес кварталом Гаджи Зейналабдина – богатого нефтепромышленника и мецената, который сделал большой вклад в развитие экономики и культуры Азербайджана. В музее также можно увидеть образцы нефти, старинные карты и схемы нефтяных месторождений, инструменты для бурения скважин и т.д. |
| Здание братьев Ротшильдов | Также известное как «Дом Ротшильдов», было построено в 1905 году на улице Низами. Это здание, как и многие другие в центре Баку, было построено благодаря богатству, которое нефтяные бароны Азербайджана накопили в начале XX века. Братья Ротшильды были одними из крупнейших инвесторов нефтяной промышленности Азербайджана и вложили значительные средства в развитие экономики страны. В настоящее время здание братьев Ротшильдов используется в качестве гостиницы «Баку Палас». В гостинице сохранены и восстановлены оригинальные элементы интерьера, такие как камины, стеклянные стены и потолки с росписью. |
| Баку | Азербайджанский национальный музей ковра | Расположен в центре города Баку и является одним из уникальных музеев мира, посвященных искусству ковроткачества. Музей был открыт в 1967 году и находится в историческом здании XIX века, которое ранее использовалось как торговый центр ковров. Коллекция музея включает в себя около 14 000 экспонатов, среди которых находятся как античные, так и современные ковры и ковровые изделия, созданные в различных регионах Азербайджана. В музее можно увидеть инструменты, использованные при их создании. Музей также проводит мастер-классы по изготовлению ковров, что позволяет посетителям более глубоко понять процесс создания ковров. |
| Центр Гейдара Алиева | Современный комплекс, расположенный в центре города Баку, который посвящен жизни и деятельности Гейдара Алиева – первого президента Азербайджана. Центр был открыт в 2013 году и стал важным символом современной Азербайджанской государственности. В музее можно увидеть его личные вещи, документы и фотографии, а также изучить историю развития Азербайджана в период его правления. |
| 4 | Бильге | Бильге | Археологический комплекс, расположенный в 15 км от города Шеки в западной части Азербайджана. Он состоит из нескольких памятников архитектуры и мастерства, которые были построены между VII в. до н.э. и XVIII в. н.э. Основными архитектурными достопримечательностями Бильге являются древние гранитные башни и каменные мечети, которые были построены в период средневековья. Одной из наиболее интересных достопримечательностей является мечеть Джума, которая была построена в XI в. и сохранила свой первоначальный вид. В 2007 году Бильге был внесен в список Всемирного наследия ЮНЕСКО как один из важнейших объектов культурного наследия Азербайджана. На территории Bilgah Beach Hotel есть выход на пляж, оборудованный лежаками и зонтами. |
| 5 | Шемаха | Мавзолей эпохи Ширваншахов – «Дири Баба» | Расположен на южном склоне горы Бойук-Даш в предгорьях Баку. Мавзолей является одним из наиболее значимых памятников архитектуры эпохи Ширваншахов. Был построен в 1402 году. Название мавзолея переводится как «Дедушка-лабиринт», что связано с тем, что внутри мавзолея находятся лабиринты и закрытые комнаты. Архитектура мавзолея «Дири Баба» представляет собой глубоко вдавленный в землю цилиндр, выполненный из камня. На вершине купола находится фигура ангела. Внутри мавзолея находятся погребальные камеры. |
| Abqora Restaurant & Wine Club | Ресторан высокой кухни и винный клуб. Ресторан предлагает своим гостям широкий выбор блюд из азербайджанской, европейской и средиземноморской кухонь, а также более 700 видов вин из разных стран мира. На территории расположена ферма альпака. |
| 6 | Поселок Лахыдз (Лагич) | Лахыдз (Лагич) | Расположен в горной местности на северо-востоке Азербайджана, недалеко от города Исмаиллы. Этот живописный поселок славится своими мастерами по обработке металла и созданию изделий из меди, серебра и золота. Мастерская по производству изделий из меди в Лагиче существует уже более 1 500 лет и передается из поколения в поколение. Поселок также известен своей живописной природой, включая горные ландшафты, водопады и красивые пейзажи, что делает его популярным туристическим направлением в Азербайджане. |
| Габала | Габала | Город на северо-западе Азербайджана, расположенный в горном регионе Кавказа. Одной из основных достопримечательностей является Древний город Габала, который был крупным центром в древности и имел богатую историю. |
| Водопад «7 красавиц» | Расположен в горах Губа. Этот водопад является одним из самых красивых водопадов в стране. Водопад назван таким образом из-за того, что вода падает на 7 различных уровней, как будто создавая 7 прекрасных красавиц. Высота водопада составляет около 60 метров. Рядом с водопадом находятся кафе и магазины с сувенирами. |
| Tufandag Mountain Resort | Горнолыжный курорт, находится на высоте около 1 300 метров над уровнем моря и предлагает широкий спектр зимних видов спорта. На территории курорта находится отель, рестораны, кафе и магазины. Также здесь есть бани и сауны для отдыха после дня на склонах. В летний период курорт работает как горнолыжный парк, где можно кататься на летних аттракционах, таких как зорбинг и катание на воздушных шарах. |
| 7 | Шеки | Дворец Шекинских ханов | Исторический дворец был построен в XVIII веке в традиционном стиле азербайджанской архитектуры и имеет два этажа. Состоит из нескольких залов, которые были использованы для различных целей, включая жилые комнаты, приемные и библиотеку. Комнаты украшены резными деревянными элементами, фресками, керамическими плитками и гобеленами. Дворец также имеет красивый дворик, украшенный фонтаном и цветами. Вокруг дворца расположены парки и сады с разнообразными растениями. |
| Зона отдыха «Хал-Хал» в Огузе | Расположена в живописной горной местности на высоте около 1600 метров над уровнем моря и представляет собой прекрасное место для отдыха и развлечений на свежем воздухе. Здесь можно насладиться красивыми горными пейзажами, покататься на лошадях, съездить на квадроциклах или посетить туристический комплекс. Кроме того, на территории зоны отдыха есть ресторан, где можно попробовать свежевыловленную форель. В зоне отдыха есть также озеро, где можно рыбачить и наслаждаться купанием. |
| 8 | Нафталан | Оздоровительный комплекс Нафталан | Город в западной части Азербайджана, известный своими природными источниками нефти и лечебными свойствами нафталановой грязи. Нафталанская грязь известна своими лечебными свойствами, которые были известны еще в древности. Грязь содержит множество полезных минералов и элементов, таких как сера, кремний, радон и другие, которые благоприятно влияют на состояние кожи, суставов и многих других органов и систем организма. Грязевые процедуры, массаж и другие лечебные процедуры на основе нафталановой грязи являются основой лечения в местных курортах и медицинских центрах. |
| 9 | Гобустан | Национальный парк Гобустан | Известен своими уникальными геологическими образованиями и историческими памятниками. В переводе с азербайджанского языка «Гобустан» означает «земля гудящих камней». Расположен на полуострове Апшерон в 60 километрах к юго-западу от Баку. Парк знаменит своими гротами, на стенах которых высечены рисунки и петроглифы, датирующиеся несколькими тысячелетиями назад. Наиболее интересными являются рисунки, изображающие древних людей, животных и различные ритуальные символы. |
| Грязевые вулканы Гобустана | Вулканы являются частью активных геологических процессов, происходящих в подземных слоях региона. Выглядят как небольшие конусы, из которых вырывается горячий грязевой и газовый выброс. Имеют разные размеры и формы, от нескольких метров до десятков метров в высоту. Вулканическая активность в этом районе продолжается уже несколько тысяч лет. Туристы могут наблюдать за выходом грязи из вулканов, принимать грязевые ванны и делать фотографии в уникальной обстановке. |
| 10 | Баку | Янардаг | Естественный газовый кратер, расположенный в 25 км к северо-западу от Баку. Знаменит своим непрерывным горением, которое продолжается уже более семидесяти лет. В переводе означает «горящая гора», представляет собой яму диаметром около 10 метров и глубиной около 20 метров. Газовый фонтан, который поддерживает горение, выбрасывает пламя на высоту 10-15 метров. Причина горения до сих пор не до конца изучена, но считается, что это естественный газовый выброс из глубоких слоев Земли, который при взаимодействии с кислородом воздуха начинает гореть. Местные жители считают Янардаг святым местом и проводят здесь религиозные церемонии. Туристы могут приехать сюда, чтобы наблюдать за горением, сделать фотографии и купить сувениры. Рядом с Янардагом есть музей, где можно узнать больше о геологии и истории этого уникального места. |

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Таблица – Индивидуальные расходы туристов [составлена автором].

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Индивидуальные расходы | | | | | | |
| № | Вид услуги | Организация | Кол-во (дн/шт) | Кол-во (чел) | Стоимость  (руб/чел) | Стоимость за группу (руб.) |
| 1 | **Размещение** | Alison Hotel (2 человека в номере) | 5 | 8 | 5\*1740 = **8700** | 8\*8700 = **69600** |
| Lahij Guest House (2 человека в номере) | 1 | 8 (+2) | **1230** | 10\*1230 = **12300** |
| Qafqaz Tufandag Mountain Resort Hotel (2 человека в номере) | 1 | 8 (+2) | **2300** | 10\*2300 = **23000** |
| Sheki Guest House | 1 | 8 (+2) | **800** | 10\*800 = **8000** |
| Garabag Resort&SPA | 1 | 8 (+2) | **2450** | 10\*2450 = **24500** |
| 2 | **Экскурсии** | Входные билеты в Девичью башню | 1 | 8 (+1) | **680 (для туристов)**  **91 (для местных)** | (8\*680)+91 = **5531** |
| Входные билеты во Дворец Ширваншахов | 1 | 8 (+1) | **91 (для туристов)**  **10 (для местных)** | (8\*91)+10 = **738** |
| Входные билеты в Азербайджанский Национальный Музей Ковра | 1 | 8 (+1) | **456 (для туристов)**  **320 (для местных)** | (8\*456)+320 = **3968** |
| Входные билеты в Культурный Центр им. Гейдара Алиева | 1 | 8 (+1) | **683** | 9\*683 = **6147** |
| Входные билеты в Янардаг | 1 | 8 (+1) | **410** | 9\*410 = **3690** |
| 3 | **Питание** | Ужин в Qəbələ Xanlar restoran | 1 | 8 | **1050** | 8\*1050 = **8400** |
| Обед в Qaynana Restaurant | 1 | 8 (+2) | **450** | 10\*450 = **4500** |
| Ужин в Dolma Restaurant | 1 | 8 | **750** | 8\*750 = **6000** |
| Обед в Ajdaha Doner | 1 | 8 (+2) | **350** | 10\*350 = **3500** |
| Обед в Abqora Restaurant & Wine Club | 1 | 8 (+2) | **1200** | 10\*1200 = **12000** |
| Обед в зоне водопада «7 красавиц» | 1 | 8 (+2) | **400** | 10\*400 = **4000** |
| Обед в зоне отдыха «Хал-Хал» в Огузе | 1 | 8 (+2) | **600** | 10\*600 = **6000** |
| Ужин в Liman Novxani | 1 | 8 | **550** | 8\*550 = **4400** |
|  | Организованное питание в гостиничном комлексе Lahij Guest House (ужин) | 1 | 8 (+2) | **450** | 10\*450 = **4500** |
|  | Организованное питание в гостиничном комлексе Qafqaz Tufandag Mountain Resort Hotel (ужин) | 1 | 8 (+2) | **600** | 10\*600 = **6000** |
|  | Организованное питание в гостиничном комлексе Sheki Guest House (ужин) | 1 | 8 (+2) | **500** | 10\*500 = **5000** |
|  | Организованное питание в гостиничном комлексе Garabag Resort&SPA (ужин) | 1 | 8 (+2) | **650** | 10\*650 = **6500** |
|  | Итого за человека: |  |  | 1 |  | **28 535** |
|  | Итого за группу: |  |  | 8 (+2) |  | **228 274** |

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Таблица – Групповые расходы туристов [составлена автором].

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Групповые расходы | | | | | |
| № | Вид услуги | Организация | Кол-во (дн) | Стоимость (руб) | Итого (руб) |
| 1 | Аренда Hyundai H1 с водителем | Транспортная компания «Rent a car Baku» | 8 дней полных  2 дня – трансфер (не более 2-х часов) | 5950 аренда Hyundai H1 руб./день  500 трансфер руб./час  2500 руб. суточные водителю | 69600 руб. |
| 2 | Гид-экскурсовод азербайджанец со знанием русского языка | Заур «Glober Land» | 6 | 6200 руб./день | 37200 руб. |
| 3 | Джип-тур по Гобустану | «AzTerra» | 1 | 11400 руб. | 11400 руб. |
| 4 | Рекламные расходы | Интернет- платформа ВКонтакте,  Instagram (запрещен в РФ), поисковые системы Яндекс и Google, таргетированная реклама | за 3 месяца до начала сезона | 25500 руб. | 25500 руб. |
| 5 | Дополнительные расходы | Трансфер до «Бильгя» (курортная зона, пляж); | 1 | 500 руб./час | 1500 руб. |
| Трансфер до аквапарка Шихов | 1 | 500 руб./час | 500 руб. |
|  | Итого за человека: |  | 10 дн. |  | **18 213** |
|  | Итого за группу: |  | 10 дн. |  | **145 700** |

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА

ТУРИСТСКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ на май-сентябрь 2023 г.

**Маршрут путешествия**: тур «Волшебство Азербайджана: от Баку до Нафталана»

**Протяженность маршрута (км):** 804 км

**Продолжительность путешествия (суток)**: 10 дней/9 ночей

**Число туристов в группе (рекомендуемое)**: 8 человек

**Стоимость (ориентировочная):** 59 836 руб.

**Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту «Волшебство Азербайджана: от Баку до Нафталана»:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Населенные пункты, расстояния между ними** | **Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения** | **Запланированные туристские и экскурсионные услуги.** | **Перевозка туристов** | **Другие услуги** |
| Международный аэропорт им. Гейдара Алиева – Баку, 24,2 км | Размещение в отеле Alison Hotel 4\* в двухместных номерах (с завтраком) | Ночная экскурсия по Баку (по желанию за доп. плату) | Аренда микроавтобуса | Билеты до Баку; ужин в Qəbələ Xanlar restoran; ночная экскурсия по Баку (1300 руб./чел.) |
| Баку | Размещение в отеле Alison Hotel 4\* в двухместных номерах (с завтраком) | Обзорная экскурсия по Баку; пешеходная экскурсия «Тайны Бакинской крепости» | Аренда микроавтобуса | Обед в Qaynana Restaurant**; у**жин в Dolma Restaurant |
| Баку | Размещение в отеле Alison Hotel 4\* в двухместных номерах (с завтраком) | Экскурсия «Город нефти», посещение нефтяной скважины; посещение Азербайджанского национального музея ковра; посещение Центра Гейдара Алиева | Аренда микроавтобуса | Обед в Ajdaha Doner; |
| Баку – Бильге (курортная зона, пляж) – Баку, 86,3 км | Размещение в отеле Alison Hotel 4\* в двухместных номерах (с завтраком) | Свободное время | Аренда микроавтобуса (трансфер) | Нет |
| Баку – Шемаха, 125 км  Шемаха – Лахыдз, 50,2 км | Размещение в Lahij Guest House в двухместных номерах (с ужином и завтраком) | Посещение поселка Мараза (мавзолей эпохи Ширваншахов – «Дири Баба»); ферма альпака, | Аренда микроавтобуса | Обед в Abqora Restaurant & Wine Club |
| Лахыдз – Габала, 79,5 км | Размещение в Tufandag Mountain Resort в двухместных номерах (с ужином и завтраком) | Экскурсия по поселку Лахыдз; посещение водопада «7 красавиц»; Tufandag Mountain Resort (канатная дорога, аттракционы в горах) | Аренда микроавтобуса | Обед вблизи водопада «7 красавиц» |
| Габала – Шеки, 93,6 | Размещение в Sheki Guest House в двухместных номерах (с ужином и завтраком) | Обзорная экскурсия по г. Шеки (караван-сараи, дворец Шекинских ханов); | Аренда микроавтобуса | Обед в зоне отдыха «Хал-Хал» в Огузе |
| Шеки – Нафталан, 124 км | Размещение в Garabag Resort&SPA в двухместных номерах (с обедом, ужином и завтраком) | Отдых в спа-комплексе и оздоровительные процедуры в Нафталане | Аренда микроавтобуса | Нет |
| Нафталан – Гобустан, 280 км  Гобустан – Баку, 60,5 км | Размещение в отеле Alison Hotel 4\* в двухместных номерах (с ужином, завтраком и обедом) | Джип-тур по Гобустану | Аренда микроавтобуса | Обед в рамках джип-тура |
| Баку – Международный аэропорт им. Гейдара Алиева, 24,2 км |  | Аквапарк Шихов (по желанию); экскурсия к горе Янардаг на электромобилях | Аренда микроавтобуса (трансфер) | Ужин в Liman Novxani (в Сумгайыте) |

**Визовая поддержка и оформление въездных и выездных документов:**

СПАО «Ингосстрах», СПАО «РЕСО-Гарантия», ООО «Абсолют Страхование»

**Размещение туристов осуществляется следующими средствами размещения:**

1. Alison Hotel 4\*. Местоположение: 4 Nobel Prospekti, AZ1025 Баку, Азербайджан.
2. Lahij Guest House. Местоположение: Lahij, Исмаиллы 3100 Азербайджан.
3. Tufandag Mountain Resort. Местоположение: Duruca kəndi, Qəbələ 3600, Азербайджан.
4. Sheki Guest House. Местоположение: Sabit Rəhman küçəsi 1 mərtəbə, AZ5500 Шеки, Азербайджан.
5. Garabag Resort&SPA. Местоположение: 4600, 11 Shixali qurbanov, Naftalan 4600, Азербайджан.

Размещение в двухместных номерах.

**Перевозки осуществляются предприятиями:**

Все автобусные перевозки осуществляются транспортной компанией «Rent a car Baku».

**Питание туристов осуществляются предприятиями:**

1. Ресторан «Alison Hotel» 4\*, 4 Nobel Prospekti, AZ1025 Баку, Азербайджан.
2. Ресторан «Lahij Guest House», Lahij, Исмаиллы 3100 Азербайджан.
3. Ресторан «Tufandag Mountain Resort», Duruca kəndi, Qəbələ 3600, Азербайджан.
4. Ресторан «Sheki Guest House», Sabit Rəhman küçəsi 1 mərtəbə, AZ5500 Шеки, Азербайджан.
5. Ресторан «Garabag Resort&SPA», 4600, 11 Shixali qurbanov, Naftalan 4600, Азербайджан.
6. Ресторан «Qəbələ Xanlar restoran», Məhəmməd Naxçıvani, Bakı, Азербайджан.
7. Ресторан «Qaynana Restaurant», 9R9P+C9X, Kichik Qala, Bakı, Азербайджан.
8. Ресторан «Dolma Restaurant», Downstairs, 53 ул. Истиглалият, Baku, Азербайджан.
9. Ресторан «Ajdaha Doner», 106 Qara Qarayev, Bakı 1119, Азербайджан.
10. Ресторан «Abqora Restaurant & Wine Club», JHWP+49J, Meysəri, Şamaxı, Азербайджан.
11. Ресторан «Хал-Хал» в Огузе, дорога в с. Вайхыр, Бабек, AZ6700, Азербайджан.
12. Ресторан «Liman Novxani», HPFH+H34, Novxanı, Азербайджан.

**Экскурсионные услуги:**

Туроператор «AzTerra Travel», J. Jabbarli 609, Globus Center, 12th floor., Bakı 1065, Азербайджан.

**Перечень дополнительной информации**

1. Рекомендуемый возраст путешествия по данному маршруту – от 14 лет. Маршрут не предназначен для лиц с ограниченными возможностями.
2. Гражданам РФ и большинству стран бывшего СНГ, въезжающим в Азербайджан на срок не более 90 дней, виза не требуется. Все туристы нуждаются в российских и заграничных паспортах для въезда в Азербайджан.
3. Временная разница между Москвой и Баку – 1 час.
4. Во время перемещения туристов на микроавтобусе запрещается курение и распитие спиртных напитков в салоне микроавтобуса.
5. В Азербайджане существует государственная монополия на экспорт изготовленных в стране ковров и ковровых изделий. Для вывоза приобретенной ковровой продукции необходимо специальное разрешение Министерства культуры Азербайджана.

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

СХЕМА МАРШРУТА ПЕШЕХОДНОЙ ЭКСКУРСИИ

**Маршрут экскурсии:** Парные Ворота «Гоша Гала» – «Караван-сараи» – «Археологический сад» – Девичья башня – Джума Мечеть – Памятник Алиага Вахиду – Дворец Ширваншахов – мастерская Али Шамси.

**Продолжительность (ч):** 2-2.5 ч.

**Протяженность (км)**: 2 км

**Схема маршрута:**

