UOT 332.122.64

Yeganə Elman qızı TEYMUROVA
doktorant, AMEA-nın İqtisadiyyat İnstitutu
E-mail:yegana_teymurova@mail.ru
10.30546/1.72.2024.22

REGİONAL TURİZM DESTİNASİYALARININ İDARƏ EDİLMƏSİNƏ KLASTER YANAŞMASI

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi – Azərbaycanın regionlarında turizmin idarə edilməsində klasterlərin tətbiqini əsaslandırmaqdan ibarətdir.

Tədqiqatın metodologiyası – ölkədə aparılan islahatlar nəticəsində regionlarda klasterlərin tətbiqi ardıcıllığının araşdırılması və müqayisəsi əsasında qiymətləndirilir.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti – tədqiqatın əsas müddəaları və hazırlanmış təkliflər ölkənin regionlarında, xüsusən işğaldan azad edilmiş ərazilərdə klasterlərin yaradılmasında istifadə edilə bilər.

Tədqiqatın nəticələri – ölkəmizin bölgələrində turizm destinasiyalarının idarə edilməsi ilə bağlı müasir nəzəri-praktiki müddəalardan istifadə etməklə kənd turizminin inkişafı üçün istifadə etmək olar.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi – məqalədə regional səviyyədə turizm klasterlərinin idarə edilməsi ardıcıllığı və konkret mərhələləri dəqiqləşdirilir, onların Azərbaycan regionlarında tətbiqi əsaslandırılır. Ölkəmizdə mövcud dünya təcrübəsinə və müasir klaster nəzəriyyəsinə əsaslanaraq, regionlarda, o cümlədən işğaldan azad edilmiş ərazilərdə yeni turizm destinasiyalarının yaradılması zəruriliyi sübuta yetirilir.

Açar sözlər: region, klaster, turizm destinasiyaları, idarəetmə, klaster siyasəti.

Giriş

Turizm klasteri (TK) könüllülük əsasında birləşən şirkətlərin fəaliyyətini özündə birləşdirən rekreasiya sahəsidir. Şirkətlərin fəaliyyəti bir-birindən asılıdır, buna görə də bir şirkətdə problemlər yarandıqda, vəziyyəti həll etmək üçün digər şirkətlər də qoşulur, çünki problemlərin təkbaşına həlli klasterin yaradılmasının mahiyyətinə zidd olmaqla yanaşı, həm də bütün klasterin gəlirlərini azaldır.

Klasterlər yaradılarkən infrastruktur amillərini nəzərə almaq, həmçinin təbii və iqlim amillərini qiymətləndirmək lazımdır. Bu qiymətləndirmə bölgənin səviyyəsi haqqında real fikir yaradacaq və onu hansı səviyyədən inkişaf etdirmək lazım olduğunu, layihəyə nə qədər pulun "tökülməsi" lazım olduğunu və geri qaytarılmalı olduğunu müəyyən etməyə imkan verməsi nəzərə alınır. Klasterin yaradılması bir sıra problemləri həll edə bilər: infrastrukturun yaxşılaşdırılması, turizm gəlirlərinin ÜDM-də payının artırılması hesabına iqtisadiyyatın gücləndirilməsi, regionda ekoloji vəziyyətin yaxşılaşdırılması [3, s.100-106].

Əvvəlcə klasterin yeri və sərhədləri barədə qərar verilməli, həmçinin mərkəzləri müəyyənləşdirilməlidir, onlar mütləq rəqabət aparmalı deyillər, daha yaxşı olar ki, onlar bir-biri ilə rəqabət aparmasınlar. Klasterin sərhədlərini müəyyən etmək üçün həmin region öyrənilməli, hansı attraksionların ən populyar olduğu və buna görə də orada mərkəzlər yaratmaq üçün daha sərfəli olduğu müəyyən edilməlidir. Sərhədləri müəyyən edən zaman digər regionlarla qonşuluq, gələcək turistlərin xüsusiyyətləri kimi amilləri dərk etmək lazımdır.

Daha sonra regionda turizmin səviyyəsini, turistlərin xüsusiyyətlərini qeyd etməli və bu məlumatlar əsasında onların tələbatını tam ödəyə biləcək klaster yaratmaq üçün tapşırıqlar qoyulmalıdır. Sonra qanunvericilik bazası düzəldilməlidir. O, sahibkarlara öz biznesinin inkişaf istiqamətini seçməkdə kömək etməli, onlara gözlənilən xidmətlərin və tələblərin səviyyəsini göstərməli, sahib-

karların və turistlərin maraqlarını qorumalıdır. Dövlət və bələdiyyə idarəetmə orqanları sistemi-ni inkişaf etdirmək lazımdır. Məhz dövlət TK-nın fəaliyyətinin yaradılması və saxlanması üçün əlverişli şəraitin yaradılmasını öz üzərinə götürməlidir. Tənzimləmə dövlət orqanlarında fəaliyyəti turizmi əhatə edən strukturların olmasını nəzərdə tutur.

Turizm klasterinin iqtisadi mahiyyəti

Azərbaycanın mövcud qanunvericiliyinə görə, innovasiya sahəsində "klaster" "innovasiya strukturu" təsnifatına daxildir. İnnovativ strukturların yaradılması və fəaliyyəti qaydası Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2014-cü il 15 may tarixli 168 nömrəli "Texnologiyalar parkı haqqında Nümunəvi Əsasnamə" nin təsdiq edilməsi haqqında" Fərmanı ilə tənzimlənir." [1].

Klaster mülkiyyət və səlahiyyət formasından asılı olmayaraq sahibkarlıq strukturlarının, elmi müəssisələrin, təhsil müəssisələrinin ərazi, sahə və ya ərazi-sektor birliyi şəklində innovasiyaya əsaslanan və hər birinin iqtisadi maraqlarına uyğun gələn məhsulların rəqabət qabiliyyətini və regionun və sənayenin iqtisadi artımını artırmaq məqsədi ilə onun iştirakçılarının könüllü strateji birliyidir.

Turist klasterlərinə coğrafi cəhətdən region daxilində cəmlənmiş, turizm resurslarından, ixtisaslaşmış turizm infrastrukturundan, yerli əmək bazarlarından birgə istifadə edən, birgə idarəetmə və marketinq fəaliyyətini həyata keçirən müəssisələr qrupları daxildir.

Turizm klasterlərinə istehsalçılarla yanaşı, turizm məhsullarının istehsalı sahəsində müəssisələrə dəstək xidmətləri göstərən (tur operatorlarının, mehmanxanaların, restoranların, nəqliyyatın, ticarətin xidmətləri) müxtəlif lokallaşdırılmış infrastruktur obyektləri şəklində xeyli sayda biznes strukturları (avadanlıq təchizatçıları, suvenir məhsulları istehsalçıları və s.) daxildir. Bir çox klasterlərə ixtisaslaşdırılmış təlim, informasiya, elmi tədqiqat, texniki dəstək və dövlət idarəçiliyini təmin edən elm və təhsil müəssisələri daxildir.

Regional klasterlərin formalaşmasında əsas sistem formalaşdıran amil turistləri səyahətə həvəsləndirən və "klasterin özəyi" olan turizm ehtiyatlarıdır (təbii, mədəni-tarixi, sanatoriya-kurort və s.). Klasterlərin formalaşmasında əsas rolu orta və kiçik bizneslər oynayır.

Müəssisələrin klasterə birləşməsinin səbəbləri:

- klasterdə turizm məhsulunun maya dəyərinin optimallaşdırılması hesabına ona daxil olan şirkətlərin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına kömək edən xüsusi innovativ mühit formalaşır;
- klaster risk dərəcəsini azaldır, imicini gücləndirir, sinergik effekt hesabına keyfiyyətin yüksəlməsini təmin edir;
- klaster ərazinin ahəngdar inkişafını və əhalinin məşğulluğunu təmin edir;
- bələdiyyə və regional klasterlərin yaradılması Azərbaycanın vahid turizm və rekreasiya sistemini formalaşdırır;
- turizm və rekreasiya klasterlərinin yaradılması regionların xalq təsərrüfatının bitişik sahələrinin inkişafına kömək edir.

Turizm klasterinin əsas iştirakçıları bunlardır: inzibati, biznes, ictimai.

Onların hər birinin klasterə qoşulmağının öz üstünlükləri var:

- inzibatçılıq – vergi ödəyicilərinin regionda cəmləşməsi hesabına vergi bazasının formalaşdırılması və artırılması; bizneslə konstruktiv qarşılıqlı əlaqə üçün əlverişli alət, ümumilikdə rəqabətqabiliyyətlilik səviyyəsinin artırılması; regiona investisiyaların daxil olması imkanlarının genişləndirilməsi;
- biznes – kadr infrastrukturuna çıxış; təchizatçıların yaxınlığı və onlar arasında rəqabətin olması səbəbindən xərclərin azaldılması; elmi inkişaf və tədqiqatlar üçün infrastrukturun genişləndirilməsi, işçilərin ixtisas səviyyəsinin yüksəldilməsi;
- ictimai - əməkhaqqı səviyyəsinin artması; regionda məşğulluğun artması; müxtəlif səviyyəli büdcələrə və büdcədənkənar fondlara ayırmaların həcminin artırılması; innovativ və maliyyə infrastrukturunun inkişafı [2, s. 51–61].

Onun ərazisində klasterlərin formalaşması üçün destinasiya yerinin seçilməsi üçün əsas meyarlar aşağıdakılardır:

1. Klasterin inkişafı üçün regionda rəqabət üstünlüklərinin mövcudluğu, o cümlədən:
   - rəqabətqabiliyyətli resursların mövcudluğu, bunlar ola bilər: dövlət tərəfindən qorunan təbii ehtiyatlar; Qeyri-Maddi İrs Ölkəsinin Tarix-Mədəni Dəyərlərinin Dövlət Siyahısına daxil edilmiş tarixi abidələr (folklor, sənətkarlıq, ayinlər və s.). Eyni zamanda, bunlar unikal festivallar və ya bayramlar ola bilər;
   - ixtisaslı turist kadrlarının və ya təhsil müəssisəsinin mövcudluğu. (turizm fəaliyyəti sahəsində kadrların hazırlanması üzrə strukturlar);
   - böyük şəhərlərə, magistral yollara yaxınlıq, sərhəd keçidi ilə əlaqəli əlverişli coğrafi yerləşmə, turistlərin kifayət qədər sayını təmin edir və turizm xidmətlərinə tələbat yaradır.
2. Klaster iştirakçılarının coğrafi konsentrasiyası və yaxınlığı.
3. Klaster iştirakçıları arasında əlaqələrin və qarşılıqlı əlaqənin mövcudluğu. Bunlara daxildir: turizmin inkişafı üzrə icma şuraları, dayanıqlı turizmin inkişafı üçün məlumat mərkəzləri, turizm marşrutlarının inkişafı üzrə təşəbbüs qrupları, davamlı inkişaf üçün təşəbbüs qrupları, regional marketinq və turizm təşkilatları. Bu cür əlaqələr institusional və ya qeyri-institusional ola bilər.
4. Klaster yaratmaqda maraqlı olan təşəbbüs qrupunun olması.
5. İştirakçıların əhəmiyyətli çoxluğu və "kritik kütlənin" olması turizm məhsulunun yaradılması üçün "turizm dəyər zəncirinin" həyata keçirilməsini təmin etməyə qadir olan elə sayda iştirakçıların olmasını nəzərdə tutur. Eyni zamanda, klasterə daxil olan firmalar arasında münasibətlərin əsas formaları rəqabət və əməkdaşlıq olmalıdır və bu əlaqələrin yaxınlığının əlaməti ümumi məqsədə bağlılıq dərəcəsi, klaster daxilində firmalar arasında aktiv qarşılıqlı əlaqələrdir.
6. Regionda turizm sahəsində dövlət-özəl tərəfdaşlığı nümayiş etdirən birgə fəaliyyətin olması [5].

Turizm biznesinin xüsusiyyətləri turist klasterinin formalaşması və inkişafı üçün əsas olmalı olan prinsipləri formalaşdırmağa imkan verir.

1. Dövlət-özəl tərəfdaşlıq prinsipi. Turizm və rekreasiya biznesinin inkişafının dünya təcrübəsi göstərir ki, o, dövlət-özəl tərəfdaşlığına əsaslanır. Büdcə vəsaitləri hesabına bələdiyyə infrastruktur obyektləri (yollar, su təchizatı qurğuları, istilik təchizatı, kanalizasiya sistemləri), şəxsi vəsaitlər hesabına isə konkret sahibkarlıq infrastrukturu (mehmanxana, restoranlar, əyləncə və istirahət obyektləri) yaradılır və yenidən qurulur. Bu biznesə yatırılan hər büdcə manatı üçün 5...10 manat özəl investisiyalar uçota alınır.
2. İnfrastrukturun gözlənilən inkişafı prinsipi. Qlobal praktikada biznesin inkişafına və onun təşviqinə yanaşma müşahidə oluna bilər ki, bu da müşayiət olunan infrastrukturun inkişafının prioritetinə əsaslanır. Turizm biznesi ilk növbədə yol və kommunal xidmətlərin tənzimlənməsini tələb edir. İnfrastruktur obyektlərinin tikintisi və yenidən qurulması problemləri həll edilmədən ölkədə tam hüquqlu rekreasiya və turizm biznesini yaratmaq mümkün deyil. Vurğulamaq lazımdır ki, bu məqsədlər üçün investisiyalara ehtiyac çox böyükdür və heç bir özəl biznes belə maliyyə yükünün öhdəsindən gələ bilməz. Ona görə də bu xərcləri dövlət öz üzərinə götürməlidir.
3. Turizm biznesinin iqtisadi, sosial və ekoloji məqsədlərinin ziddiyyət təşkil etməməsi. Digər sənayelərdən daha çox turizm sənayesi bu biznesin inkişaf etdiyi yerli cəmiyyətin sosial, iqtisadi və ekoloji maraqlarını birləşdirir. Bu sahənin inkişafı ərazinin bütün iqtisadiyyatına multiplikativ təsir göstərir, əmək bazarının şaxələndirilməsinə, təhsilin yaxşılaşdırılması üçün stimulların yaranmasına, ticarətin, ictimai iaşənin, nəqliyyatın, rabitənin, əyləncə və istirahət xidmətlərinin inkişafına kömək edir.
4. Klaster əmələ gəlməsinin destinasiya prinsipi. Azərbaycan istirahət və turizm xidmətlərinin dünya bazarında təmsil olunmasında maraqlıdır. Eyni zamanda potensial turizm resurslarına malik hər bir subyekt də bu xidmətlərin bazarda olmasında maraqlıdır. Klaster yanaşması hər bir səviyyənin spesifik maraqlarını əks etdirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur və buna görə də söhbət öz strukturuna, öz təşkilati və idarəetmə sisteminə malik olan müxtəlif səviyyəli klasterlərdən getməlidir. Deməli, söhbət müxtəlif səviyyəli inteqrasiya olunmuş klasterlər sistemindən gedir və inteqrasiya həm üfüqi, həm də şaquli şəkildə həyata keçirilir. Üfüqi inteqrasiya prosesi turizm məhsulunun paylanması zəncirinin hər bir səviyyəsi daxilində həyata keçirilir. Bu inteqrasiya şirkətlərə miqyas

iqtisadiyyatından yararlanmağa imkan verir. Şaquli inteqrasiya dedikdə müxtəlif səviyyələrdə olan əlaqələr arasında əlaqə nəzərdə tutulur. Şaquli inteqrasiya miqyasının təsiri razılaşdırılmış siyasətin həyata keçirilməsində və iri reklam şirkətləri hesabına bazara təsirin artırılmasında özünü göstərir.

Baxılan prinsiplərin həyata keçirilməsi müvafiq qanunvericilik və normativ sənədlər, dövlət siyasəti və strateji qərarlar, habelə turizm biznesi iştirakçılarının konsolidasiyasının assosiativ formaları ilə təmin edilir.

Turist klasterlərinin təsnifatı və onların inkişaf mərhələləri

Ərazi idarəetmə nəzəriyyəsində turist klasterlərinin təsnifatının xüsusiyyətlərini müəyyən etmək üçün müxtəlif yanaşmalar mövcuddur:

- turistik yerlərin növləri üzrə;
- coğrafi mövqeyə görə;
- turist resurslarının növləri üzrə;
- miqyas üzrə;
- turizm klasterinin həyat dövrü mərhələlərinə görə;
- tədqiqat məqsədlərinə uyğun olaraq innovasiya yaratmaq mərkəzlərinin və başqalarının iştirak dərəcəsinə görə;
- iştirakçıların regional mənsubiyyətinə, məqsəd və fəaliyyətin xarakterinə görə.

Turist klasterlərinin mümkün növlərini daha ətraflı nəzərdən keçirək.

1. Klasterlər coğrafi mövqeyinə görə fərqlənirlər:

- yerli klasterlər (iştirakçılar coğrafi baxımdan nisbətən kiçik ərazidə, məsələn, sənaye, nəqliyyat və ya elmi mərkəzdə cəmləşirlər);
- regional klasterlər (inzibati rayon daxilində ərazi baxımından yerləşən qurumlar daxildir);
- milli klasterlər (ölkənin bir neçə regionunun müəssisə və təşkilatlarını birləşdirir);
- transmilli klasterlər (üzv kimi xarici şirkətlər də daxil olmaqla);
- sərhəd (sərhəd ərazilərində fəaliyyət göstərən).

2. Müasir yanaşmalara görə inkişaf səviyyəsindən asılı olaraq:

- iştirakçıların yüksək səviyyədə əməkdaşlığına və səriştələrinə nail olunmuş və həqiqətən fəaliyyət göstərən “canlı” klaster (canlı klasterlər);
- potensial iştirakçıların artıq “kritik kütləsi”nin mövcud olduğu, lakin onlar arasında qarşılıqlı əlaqə və əməkdaşlığın tam qurulmadığı formalaşmaqda olan klasterlər;
- uğurlu klaster yaratmaq üçün lazımi elementlərə və şəraitə malik olan, lakin onun iştirakçıları əməkdaşlığın faydalarını hələ dərk etməmiş potensial klaster (potensial klasterlər);
- hakimiyyət tərəfindən idarə olunan klaster (siyasət tərəfindən idarə olunan klasterlər). Belə olan halda hakimiyyət klaster yaratmaq üçün iqtisadiyyatın müəyyən bir sahəsini seçir, bunun üçün rayonun inzibati resursundan və mövcud potensialından istifadə edir. Bir qayda olaraq, bunlar hər şeyin bitdiyi ilkin təşəbbüslərdir;
- "mifik, xəyali" klaster (yuxu klasterləri). Bir qayda olaraq, belə bir klaster icad edilir və siyasi olaraq elan edilir, baxmayaraq ki, lazımi elementlər və şərtlər yoxdur. Bu halda, belə bir klasterin "canlı" birinə çevrilməsi ehtimalı azdır.

3. Rəqabətli mövqelərin gücünə görə klasterlər fərqləndirilir ki, bunlar:

- beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinə malik olmaq;
- milli lider kimi çıxış etmək;
- orta və ya zəif rəqabət mövqelərinə malik olmaq.

4. Turist klasterinin formalaşmasının təşəbbüskarından asılı olaraq:

- dövlət idarəetmə orqanlarının, o cümlədən yerli özünüidarəetmə orqanlarının təşəbbüsü ilə “yuxarıdan aşağıya” yaradılır;
- biznesin, dövlət idarəetmə orqanlarının, o cümlədən yerli özünüidarəetmə orqanlarının təşəbbüsü ilə “aşağıdan yuxarı” formalaşır.

5. Fəaliyyətin məqsədləri və xarakterinə görə:

- turist klasterləri (informasiya-turist, turist-rekreasiya) - konkret ərazinin turizm məhsulunun daha da inkişafı və populyarlaşdırılması üçün yaradılan klaster birlikləri;

- inzibati-ərazi vahidi kimi kompakt ərazi daxilində hakimiyyət orqanlarının, ictimaiyyətin, turizm və əlaqəli sənaye müəssisələrinin nümayəndələrindən multidissiplinar klaster birləşmələrinin formalaşdırılması.

Klasterin yaradılması, onun özünütəşkili və idarə olunması faktiki olaraq virtuoz “keçirmə” tələb edən, istənilən məcburiyyəti istisna edən və “klonlaşdırma”nı nəzərdə tutmayan son dərəcə mürəkkəb prosesdir.

Klasterlər öz inkişafında bir neçə mərhələdən keçir:

1. Klaster dizaynı (nascent cluster) öz işlərini sistemləşdirməyi və yeni səviyyəyə keçməyi planlaşdıran rezidentlər və ya istehsalçılar tərəfindən başlanan yeni mərhələdir. Bu prosesi aparıcı turizm müəssisəsi və ya yerli idarə təşkil edir.

2. İqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsi, yəni “istehlakçı dəyərlər zəncirini” təmin etmək və destinasiyada rəqabətqabiliyyətli turizm məhsulu yaratmaq məqsədilə klaster iştirakçılarının genişləndirilməsi.

3. Yeni təşkilatın yaradılması. Klasterin inkişafı zamanı iştirakçılar destinasiya məntəqəsinin idarə edilməsini və kollegiallıq əsasında irəliləyişini təmin edəcək yeni qurum (təşkilat) yarada bilərlər.

4. Klasterin yüksək görünməsi və cəlbediciliyinə nail olmaq. Klaster üzvlərinin genişlənməsi və idarəetmə sisteminin (və buna görə də marketinqin) meydana çıxması destinasiyanı daha məşhur, cəlbedici və nəzərəçarpan edir.

5. “Qeyri-kommersiya tərəfdaşlığı”. Klaster öz inkişafında informasiya və biliklərin birgə istifadəsi ilə birləşən qeyri-kommersiya təşkilatları, təhsil müəssisələri, informasiya mərkəzləri kimi yeni iştirakçıları cəlb edir.

6. Klasterin azalması. Xarici mühitdəki dəyişikliklərin sürəti və rəqiblərin sürətli peyda olması səbəbindən klasterlər rəqabətə və tənəzzülə tab gətirə bilməzlər. Eyni zamanda, belə bir vəziyyət o zaman mümkündür ki, klaster üzvləri düzgün strategiya seçərək onu canlandıra bilsinlər [5].

Klasterin özünütəşkili mexanizmi (inkişaf modeli). Regional turizm klasterlərinin formalaşma mexanizmi müxtəlif yanaşmalara əsaslana bilər:

- kooperativ yanaşma klasterin təşəbbüskarlarının turizm bazarının müxtəlif oyunçuları olduğunu nəzərdə tutur: mülklərin, muzeylərin, yerli hakimiyyət orqanlarının, təsərrüfatların, ərazilərin, turizm şirkətlərinin sahibləri. Bu, bərabərhüquqlu tərəfdaşlıqdır, ona görə də koordinasiya kollegial əsasda həyata keçirilir;
- sahibkarlıq yanaşması klasterin təşəbbüskarının kommersiya strukturu olmasını nəzərdə tutur. Məhz o, klasterin idarə edilməsi və təşviqi funksiyalarını öz üzərinə götürür;
- mərkəzləşdirilmiş yanaşma yerli özünüidarə orqanlarının yeni ideyaların liderinə, təşəbbüskarına, bələdçisinə çevrilməsini, iştirakçılar arasında hərəkətlərin əlaqələndirilməsini təmin etməsini və əksər hallarda klasterdə marketinq siyasətini həyata keçirməsini nəzərdə tutur [5].

Buna görə də klasterlər dövlət idarəetmə orqanlarının, sahibkarlar birliklərinin, sahibkarlıq subyektlərinin, habelə öz resurslarını birləşdirməyə və birgə iqtisadi fəaliyyət imkanlarını gücləndirməyə qərar vermiş təşəbbüskar şəxslərin təşəbbüsü ilə yaradıla bilər.

Klasterin fəaliyyəti, bir qayda olaraq, onun yaradılması və fəaliyyəti ilə bağlı hazırlanmış və təsdiq edilmiş təşkilati sənədlərə (klasterin yaradılması haqqında müqavilə, klasterə qoşulma haqqında müqavilə, klaster haqqında müddəalar və onun fəaliyyət qaydaları, tərəfdaşlıq bəyannaməsi) əsaslanır.

Klasterin fəaliyyətini tənzimləyən əsas sənəd onun yaradılması haqqında müqavilədir, burada aşağıdakı məqamlar olmalıdır: ümumi müddəalar, məqsədlər, fəaliyyətin vəzifələri və istiqamətləri, fəaliyyətin təşkilati-hüquqi əsasları, iştirakçıların hüquq və vəzifələri, qoşulma şərtləri və şirkətdən çıxmaq, ümumi fondun formalaşması və bölüşdürülməsi şərtləri, qüvvədə olma müddəti.

Dolayı təsir vasitələri bunlardır: koordinasiya, stimullaşdırma, tənzimləmə, birbaşa müdaxilə olmadan klasterin işləməsi və inkişafı üçün əlverişli şərait yaratmağa imkan verir.

Əməkdaşlığın ən sadə forması klaster iştirakçıları arasında hüquqi şəxs yaratmadan sadə tərəfdaşlıq müqaviləsinin (birgə fəaliyyət müqaviləsi) bağlanmasıdır. Hüquqi şəxs, birlik, səhmdar cəmiyyət, məhdud məsuliyyətli cəmiyyət və s. yaratmaq daha çətindir.

Eyni zamanda, klasterin yeni təşkilat və onun idarə heyəti yaradılmadan fəaliyyət göstərməsi mümkündür. İcraedici idarəetmə orqanının funksiyalarını klasterdə əsas fəaliyyət növünü həyata keçirən və ya “klasterin özəyi” olan aparıcı təşkilat – klasterin ətrafında qruplaşdırdığı təşkilatlar (informasiya və turizm mərkəzi, regional inkişaf agentliyi, ictimai birlik və s.) yerinə yetirir.

Regional klasterlərin müxtəlif səviyyəli yerli özünüidarəetmə orqanları ilə qarşılıqlı əlaqəsi klaster siyasətinin növlərindən asılı olaraq qurulur. Klasterlərin inkişafına dövlətin təsirinin dünya təcrübəsi klaster siyasətinin aşağıdakı növlərini nümayiş etdirir [4, s. 54–68.]:

- dövlət təsirinin olmaması;
- dövlətin klaster iştirakçılarının maraqlarını tarazlaşdırmağa çalışmasından, eyni zamanda onlara məhdud dəstək verməsindən, özəl sektoru daha fəal fəaliyyətə stimullaşdırmaqdan ibarət olan katalitik siyasət.
- klasterə yönəlmiş infrastruktur, təhsil və s. obyektlərdə investisiya komponenti siyasəti ilə tamamlanan katalitik siyasəti istiqamətləndirən dəstəkləyici siyasət;
- direktiv siyasət - bu cür proqramların məqsədlərinin direktiv təyini ilə regionun iqtisadiyyatının strukturunu dəyişdirmək üçün dəstəkləyici siyasət və klaster proqramlarının birləşməsini ehtiva edir;
- müdaxiləçi klaster siyasəti, öz növbəsində, klasterin inkişafı üçün məsuliyyətin özəl sektordan yerli özünüidarəetmə orqanlarına (o cümlədən geniş miqyaslı layihələrin təmin edilməsi yolu ilə) verilməsini göstərən direktivlərdən və tədbirlər kompleksindən (dövlət subsidiyaları, klasterin inkişafı idarəçiliyindən inzibati tədbirlərin istifadəsi və s.) ibarətdir.

Turizm sahəsində klaster strukturlarına dəstək forması aşağıdakılardır:

1. Klasterin inkişafı üçün xüsusi işçi qruplarının yaradılması strukturları.
2. Klaster təşəbbüslərinin hazırlanması və qeydiyyatı üzrə metodiki tövsiyələrin hazırlanması.
3. Regionların klaster əsasında davamlı inkişafı strategiyasının hazırlanmasında klaster təşəbbüslərinin daxil edilməsi.
4. Kiçik və orta şəhərlərin, kənd yaşayış məntəqələrinin iqtisadiyyatına regional klasterlərin daxil edilməsi üçün şəhərsalma sxemlərinin işlənib hazırlanması.
5. Dövlət-özəl tərəfdaşlığın inkişafı üzrə regional fəaliyyət planlarına klaster təşəbbüslərinin daxil edilməsi.
6. Dövlət idarəetmə orqanlarının iştirakı ilə regionda klaster inkişaf mərkəzlərinin yaradılması.
7. Klaster təşəbbüslərinin inkişafı üzrə menecerlərin və ekspertlərin təlim və ixtisasartırma işlərinin təşkili, o cümlədən klasterlərin potensial iştirakçıları arasında seminarların keçirilməsi, xarici təcrübənin öyrənilməsi formasında izahat və məlumatlandırma işlərinin aparılması.
8. Klaster təşəbbüslərinin inkişafı üçün maliyyə dəstəyinin həyata keçirilməsi aşağıdakı formalarda ola bilər:
   - ixtisaslaşmış klasterin inkişafı infrastrukturunun yaradılması üçün xərclərin bir hissəsinin subsidiyalaşdırılması;
   - turizm xidmətləri bazarının təhlili üçün xərclərin bir hissəsinin subsidiyalaşdırılması;
   - klaster strukturlarının rəhbərlərinin və mütəxəssislərinin peşəkarlığının artırılmasının təşkili üçün xərclərin bir hissəsinin subsidiyalaşdırılması.
9. Klaster təşəbbüslərinin regional məlumat bazasına çıxışın təşkili (əgər varsa).
10. Regionlarda klaster təşəbbüslərinin həyata keçirilməsi üçün aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirmək üçün nəzərdə tutulmuş regional inkişaf agentliklərinin yaradılması:
    - klasterin aparıcı iştirakçıları arasında əməkdaşlığın qurulması mexanizmlərinin işlənib hazırlanması;

- klasterin inkişafı üçün investisiyaların cəlb edilməsi;
- infrastrukturun təkmilləşdirilməsi;
- klaster iştirakçılarının bacarıqlarının artırılmasına yönəlmiş təhsil klaster proqramlarının formalaşdırılması və həyata keçirilməsi;
- klasterin rezident müəssisələri üçün məsləhətlər və xidmətlər sisteminin təşkili, ilk növbədə şirkətlərə marketinq dəstəyinin göstərilməsi, eləcə də "gənc" firmalara ekspert dəstəyinin göstərilməsi.

Turist klasterinin formalaşması texnologiyası

Turist klasterinin formalaşması prosesi onun səviyyəsindən asılıdır. Belə ki, regional turizm klasterinin formalaşdırılması rayon və ya attraksion səviyyəsində turizm klasterinin formalaşdırılmasından daha çətin prosedurdur. Yuxarıda qeyd olunan klasterlərin formalaşmasının xüsusiyyətlərini tədricən nəzərdən keçirək.

Regional turizm klasterinin formalaşması ardıcıllığı:

Birinci mərhələ. Regional turizm klasterinin yaradılması üçün şəraitin ilkin qiymətləndirilməsi:

Addım 1. Regional turizm klasterinin yaradılmasının aktuallığının və məqsədəuyğunluğunun müəyyən edilməsi;

Addım 2. Turizm klasterinin mümkün ərazisinin (destinasiya yerinin) müəyyən edilməsi;

Addım 3. Təbii-ekoloji, mədəni-tarixi və sosial-iqtisadi potensialların təhlili əsasında regionun turizm sahəsində rəqabət potensialının müəyyən edilməsi:

1) təbii və ekoloji obyektlər: milli parklar, yasaqlıqlar, qoruqlar, təbiət abidələri, su obyektləri, ekosistemlər və biotoplar, flora və faunanın müxtəlifliyinin növləri;

2) turizm infrastrukturu obyektləri: kənd təsərrüfatı obyektləri, mehmanxanalar, restoranlar, kafelər, ekoloji obyektlər, ticarət obyektləri, mağazalar, ovçuluq sahələri və s.

Addım 4. Seçilmiş ərazidə mövcud və fəaliyyət göstərən turizm obyektlərinin ilkin inventarının aparılması:

1) tarix və mədəniyyət obyektləri: tarix abidələri, arxeoloji obyektlər, hərbi şöhrət və şücaət abidələri, dini konfessiya obyektləri, təbiət obyektləri, memarlıq və incəsənət abidələri, bağ-park sənəti obyektləri və s.;

2) qeyri-maddi mədəni irsin daşıyıcıları: yaradıcı kollektivlər, milli bayramlar, festivallar, adət-ənənələr, sənətkarlıq və orijinal sənətkarlıq növləri, idman tədbirləri.

Addım 5. Seçilmiş regionda yerləşən, onların əsasında klaster yaratmaq mümkün olan turizm sahəsində prioritet müəssisə və təşkilatların müəyyən edilməsi.

İkinci mərhələ. Regional turizm klasterinin formalaşdırılması prosesinə başlamaq üzrə işlərin aparılması:

Addım 1. Turist klasterinin inkişafı üçün arzu olunan gələcəyin əsas ideyasının və imicinin formalaşdırılması;

Addım 2. Potensial klasterin zəif və güclü tərəflərini, mövcud təhlükələri və onun formalaşması perspektivlərini müəyyən etmək üçün SWOT təhlilindən istifadə etmək;

Addım 3. Klasterin potensial iştirakçıları arasında mövcud əlaqələrin və mümkün qarşılıqlı fəaliyyət formalarının müəyyən edilməsi məqsədilə regional turizm klasterinə daxil edilməsi nəzərdə tutulan təsərrüfat subyektləri arasında sorğunun keçirilməsi;

Addım 4. Yeni tematik turizm məhsulunun yaradılması konsepsiyasının işlənib hazırlanması, onun “markası”, o cümlədən klasterin adı, yaradılması məqsədi, vəzifələri və fəaliyyət istiqamətləri;

Addım 5. “İstehlak turizmi zəncirinin” bütün iştirakçılarının yeni turizm məhsulunun yaradılması üçün mövcudluğunun müəyyən edilməsi;

Addım 6. Klaster tipinin müəyyən edilməsi;

Addım 7. Regional turizm klasterinin inkişaf mərhələsinin müəyyən edilməsi;

Addım 8. Potensial turizm bazarının öyrənilməsi;

Addım 9. Regional turizm klasterinin yaradılması üzrə təşəbbüs qrupunun yaradılması.

Üçüncü mərhələ. Turizm fəaliyyətinin klasterləşdirilməsinin aparılması və regional turizm klasterinin xəritəsinin tərtib edilməsi:

Addım 1. Klasterin mümkün struktur elementləri üzrə təkliflər daxil olmaqla, turizm sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyətinin və fəaliyyətinin klaster modelinin hazırlanması;

Addım 2. Klaster iştirakçıları arasında inkişaf etmiş şəbəkə əməkdaşlığının təhlili, regional turizm klasterinə daxil olan sahibkarlıq subyektləri arasında mövcud və potensial əməkdaşlıq və rəqabət münasibətlərinin problemlərinin müəyyənləşdirilməsi;

Addım 3. Yaranan klasterin rəqabətqabiliyyətlilik mənbələrinin müəyyən edilməsi:

- istehlak dəyərlərinin yerli turizm zəncirinin optimallaşdırılması və yeni əlavə dəyərin yaradılması;
- innovativ turist təklifinin işlənib hazırlanması nəticəsində yeni turistlərin cəlb edilməsi;
- turist xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi (Avropa standartlarına uyğunluq);
- milli turizmin təşviqi strategiyası çərçivəsində regionun "yüksək keyfiyyətli destinasiya" kimi təbliği;
- davamlı regional inkişafa və region əhalisinin rifahının yaxşılaşdırılmasına töhfə vermək;

Addım 4. Turizm xidmətləri sahəsində potensial klasterin strukturlaşdırılması formasında turizm destinasiyasının klasterləşdirilməsi prosedurunun həyata keçirilməsi;

Addım 5. Regional turizm klasterinə daxil olan və müəyyən bir regionun ərazisində yerləşən bütün sahibkarlıq subyektlərinin göstərildiyi klaster xəritəsinin tərtibi (klaster xəritəsi klasterin yaradılması üzrə əldə edilmiş nəticələrin ümumiləşdirilməsidir. Mümkün subklasterlərin göstəricisi ilə);

Addım 6. Regional turizm klasterinin üstünlükləri haqqında məlumat materiallarının hazırlanması və nəşri.

Dördüncü mərhələ. Regional turizm klasterinin formalaşdırılması üçün təşkilati şəraitin yaradılması:

Addım 1. Turizm klasterinin institusionallaşdırılması formasının seçilməsi və idarəetmə strukturunun aşağıdakı formalardan birində layihələndirilməsi:

- ictimai şuraya koordinasiya funksiyalarının həvalə edilməsi;
- paritet əsasda iştirakçıların daxil olduğu ictimai təşkilat və ya ictimai birlik (yeni təşkilatın yaradılması);
- səhmdar cəmiyyəti və holdinq şirkəti;
- koordinasiya bürosu, o cümlədən müxtəlif rayonlarda fəaliyyət göstərən ictimai şuraların iştirakı ilə;
- başqa struktur.

Addım 2. Birgə fəaliyyət sahələrinin müəyyən edilməsi, bunlara aşağıdakılar daxil ola bilər:

- yeni xidmət bazarlarına daxil olmaq da daxil olmaqla turizm klasterinin fəaliyyət strategiyalarının hazırlanması və həyata keçirilməsi;
- müxtəlif səviyyələrdə klasterin maraqlarını təmsil etmək;
- kadr hazırlığı, peşəkarlığın artırılması;
- turizm sahəsində birgə tədbirlərin keçirilməsi;
- reklam fəaliyyətinin aparılması, klaster təşəbbüsünün iştirakçıları arasında informasiya əlaqələrinin yaradılması;
- yeni turizm məhsulunun yaradılması ilə bağlı infrastrukturun inkişafı üçün səylərin birləşdirilməsi;
- beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin qurulmasına kömək etmək;
- regional turizm klasterlərinin inkişafı üçün ümumi çərçivə şərtlərinin genişləndirilməsi üçün dövlət idarəetmə orqanları, o cümlədən yerli hakimiyyət orqanları üçün təkliflərin hazırlanması.

Addım 3. Təsis sənədlərinin hazırlanması (məsələn, klaster iştirakçılarının birgə fəaliyyəti haqqında müqavilə, klasterə qoşulma haqqında müqavilə, klaster haqqında əsasnamə və onun fəaliyyəti qaydaları, əməkdaşlıq haqqında bəyannamələr və s.).

Beşinci mərhələ. Regional turizm klasterinin fəaliyyət strategiyasının və fəaliyyət proqramının hazırlanması:

Addım 1. Dəstək tədbirləri, maliyyə mənbələri, resurs təminatı, birgə tədbirlərin həyata keçirilməsi və təhsil proqramları daxil olmaqla, klaster və fəaliyyət sisteminin yaradılması planının hazırlanması.

Addım 2. Klaster iştirakçıları tərəfindən təşkilati müqavilələrin imzalanması;

Addım 3. Turist klasterinin təşkilati-hüquqi formasının qeydiyyatı (zəruri olduqda);

Addım 4. İştirakçıların məlumat bazasının və kommunikasiya sisteminin yaradılması;

Addım 5. Destinasiyanın inkişafı strategiyasının (yerli icma nümayəndələrinin məcburi iştirakı ilə) və yaxın gələcək üçün fəaliyyət planının hazırlanması.

Nəticə

Mütərəqqi və inkişaf etməkdə olan ölkələrin təcrübəsinə əsaslanaraq deyə bilərik ki, klasterin fəaliyyəti biznes sektorunun nümayəndələri ilə dövlət arasında əməkdaşlıq üçün əsas rolunu oynayır. Bu, dövlətin, ticarət birliklərinin, elmi-tədqiqat, təhsil təşkilatlarının və s.-nin sahibkarlıq fəaliyyəti ilə qarşılıqlı əlaqənin səmərəliliyini artırmağa imkan verir.

Klasterlərdən istifadə etməyə başlayan ölkələrdə şirkətin öz əsas sahələrində cəmlənməsindən və komponentlərin istehsalını və əlaqədar xidmətlərin həcmini digər şirkətlərə, kiçik və orta müəssisələrə həvalə etməsindən ibarət əlavə tendensiyalar yaranmışdır. Fərdiliyi və təşəbbüskarlığı ilə seçilən əksər kiçik və orta müəssisələrin rəqibləri, təchizatçıları və ya müştəriləri ilə bu cür qarşılıqlı əlaqə inkişaf üçün güclü stimul ola bilər.

Belə nəticəyə gəlmək olar ki, bu gün turizm klasterləri Dağlıq Şirvan və Azərbaycanın digər regionları üçün kifayət qədər perspektivli istiqamətdir. Turizm klasterlərinin ətraflı təhlili bu fenomeni daha yaxşı anlamağa imkan verəcək. Onun yaradılması iş yerlərinin sayını artırır, turizmdən gəlirləri artırır, regionun iqtisadiyyatını gücləndirir və s.

ƏDƏBİYYAT

1. "Texnologiyalar parkı haqqında Nümunəvi Əsasnamə". Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2014-cü il 15 may tarixli 168 nömrəli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir.
2. Александрова, А. Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизмы функционирования / А. Ю. Александрова // Экономические проблемы развития сервиса и туризма. – 2007. – № 2.
3. Алоева А.А. Туристические кластеры как особый фактор формирования социально-экономической системы региона. / А.А. Алоева, М.Д. Юсупова // Известия Кабардино-Балкарского центра РАН. - 2013. -№ 4 (54).
4. Губайдуллина, Ф. С. Международный опыт кластерной политики в промышленно развитых странах / Ф. С. Губайдуллина // Современная конкуренция : науч. практ. журн. – 2010. – № 4 (22).
5. Молчанова, В. А. Оценка степени развития кластеров и успеха кластерных инициатив в туризме / В. А. Молчанова. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/2231-2012-04-23-12-07-

Егана Элман кызы Теймурова
докторант, Институт Экономики НАНА
E-mail:yegana_teymurova@mail.ru

Кластерный подход к управлению региональными туристическим направлениями

Резюме

Цель исследования – обосновать применение кластеров в управлении туризмом в регионах Азербайджана.

Методика исследования-оценивается на основе рассмотрения и сравнения последовательности реализации кластеров в регионах в результате проводимых в стране реформ.

Прикладная значимость исследования–основные положения исследования и разработанные предложения могут быть использованы при создании кластеров в регионах страны, особенно на освобожденных территориях.

Результаты исследования-могут быть использованы для развития сельского туризма путем использования современных теоретических и практических положений, связанных с управлением туристскими дестинациями в регионах нашей страны.

Оригинальность и научная новизна исследования - в статье указаны последовательность и конкретные этапы управления туристическими кластерами на региональном уровне, обосновано их применение в регионах Азербайджана. На основе современного мирового опыта и современной кластерной теории в нашей стране доказана необходимость создания новых туристических дестинаций в регионах, в том числе на освобожденных территориях.

Ключевые слова: регион, кластер, туристские дестинации, менеджмент, кластерная политика.

Yegane Elman Teymurova
PhD student, Institute of Economics of ANAS
E-mail:yegana_teymurova@mail.ru

A cluster approach to the management of regional tourism destinations

Summary

The purpose of the study-is to justify the application of clusters in the management of tourism in the regions of Azerbaijan.

The methodology of the research-is evaluated based on the examination and comparison of the sequence of implementation of clusters in the regions as a result of the reforms carried out in the country.

Application importance of the research – the main provisions of the research and the developed proposals can be used in the creation of clusters in the regions of the country, especially in the liberated territories.

The results of the research-can be used for the development of rural tourism by using modern theoretical and practical provisions related to the management of tourist destinations in the regions of our country.

The originality and scientific novelty of the research - the article specifies the sequence and specific stages of management of tourism clusters at the regional level, their application in the regions of Azerbaijan is justified. Based on the current world experience and modern cluster theory in our country, the need to create new tourism destinations in the regions, including the liberated territories, is proven.

Key words: region, cluster, tourism destinations, management, cluster policy.