

TURİZM KLASTERLƏŞMƏSİ REGIONUN İNNOVATİV POTENSİALININ İNSTITUSİONAL ƏSASI KİMİ

Daxil olub: 27 dekabr 2023-cü il
Qəbul olunub: 15 yanvar 2024-cü il
Received: 27 December 2023
Accepted: 15 January 2024

Bahadır Baysal
doktorant, Xəzər Universiteti;
bbaysal@khazar.org

Xülasə

Məqalədə turizm fəaliyyətinin innovativ potensialının inkişafı və tətbiqinin zəruriliyi əsaslandırılır, onun klasterlərin yaradılması və inkişafı yolu ilə genişləndirilməsinin üstünlükləri nəzərdən keçirilir. Bu tədqiqatın məqsədi regionun innovativ potensialının reallaşdırılması amili kimi turizmin klasterləşməsinə töhfə verən institusional mühitin formal və qeyri-rəsmi komponentlərini müəyyən etməkdir. Bu mənada regional turizmin klasterləşməsi üçün əlverişli mühitin yaradılmasında aparıcı rol oynayan formal və qeyri-rəsmi qurumlar müəyyən edilir. Azərbaycanda turizm klasterlərinin fəaliyyəti üçün institusional dəstəyin təkmilləşdirilməsi üçün perspektiv istiqamətlər innovasiya komponentinə xüsusi diqqət yetirməklə təklif olunur.

Açar sözlər: *klasterləşmə, innovasiya potensialı, region, turizm, formal və qeyri-formal qurum.*

TOURISM CLUSTER AS AN INSTITUTIONAL BASIS OF THE REGION'S INNOVATIVE POTENTIAL

Bahadır Baysal
PhD student, Khazar University
bbaysal@khazar.org

Abstract

The article justifies the necessity of development and application of the innovative potential of tourism activity. The advantages of its expansion through the creation and development of clusters are considered. The purpose of this study is to identify the formal and informal components of the institutional environment that contribute to the clustering of tourism as a factor in realizing the innovative potential of the region. In this sense, formal and informal institutions that play a leading role in creating a favorable environment for regional tourism clustering are identified. Prospective directions for improving the institutional support for the activity of tourism clusters in Azerbaijan are proposed with special attention to the innovation component.

Keywords: *clustering, innovation potential, region, tourism, formal and informal institution.*

ТУРИСТИЧЕСКИЙ КЛАСТЕР КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ОСНОВА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

Бахадир Байсал

докторант, Университет Хазар,

bbaysal@khazar.org

Резюме

В статье обоснована необходимость развития и использования инновационного потенциала туристической деятельности. Рассмотрены преимущества его расширения за счет создания и развития кластеров. Целью данного исследования является выявление формальных и неформальных компонентов институциональной среды, способствующих кластеризации туризма как фактора реализации инновационного потенциала региона. В этом смысле выделены формальные и неформальные институты, играющие ведущую роль в создании благоприятной среды для региональной туристской кластеризации. Предложены перспективные направления совершенствования институциональной поддержки деятельности туристических кластеров в Азербайджане с особым вниманием к инновационной составляющей.

Ключевые слова: *кластеризация, инновационный потенциал, регион, туризм, формальный и неформальный институт.*

Giriş

Müasir iş dünyasında dinamik inkişafın və yüksək rəqabətli mövqelərin qorunub saxlanmasının aparıcı amili innovativ ideyaları fəal şəkildə müəyyən etməklə kommersiyalaşdırmaq bacarığıdır. Bilik iqtisadiyyatı ənənəvi istehsal amilləri toplusuna yeni tələblər qoyur: bu gün, sadəcə olaraq, kifayət qədər təbii, insan və kapital ehtiyatlarına malik olmaq heç də hər şeyə sahib olmaq kimi deyil, onların birləşdirilməsinin yeni yollarının operativ şəkildə müəyyən edilməsi və innovativ potensialın tətbiqi ilə mümkün olan ictimai istehsal prosesinin həyata keçirilməsi olduqca vacibdir.

Şübhəsiz ki, innovasiya potensialının yaradılması və reallaşdırılması, istisnasız olaraq, iqtisadi və sosial həyatın bütün bölmə və sahələrində qarşıya qoyulan mühüm vəzifədir. Eyni zamanda Ümumdünya Turizm Təşkilatının araşdırmalarının nəticələri göstərir ki, turizm dünya ticarətində aparıcı yerlərdən birini tutur (ümumi dünya

ixracının 6%-i və dünya xidmət ixracının 30%-i) və növbəti onilliklərdə bu göstəricilərin həcmələrinin ardıcıl olaraq artma ehtimalı olduqca yüksəkdir [5, s.2]. Turizm fəaliyyətində müsbət meyllərin davam etməsi, digər məsələlərlə yanaşı, turist xidmətinin göstəriciləri ilə maddi və qeyri-maddi istehsalın, sənaye və sosial infrastrukturun bir çox sahələrinin məhsullarına olan tələbat arasında sıx əlaqənin mövcudluğu, nəticədə müsbət sosial-iqtisadi effektin yaradılması ilə izah olunur. Bu da sonunda, sözügedən sahənin beynəlxalq miqyasda milli rəqabət qabiliyyətinin əsası kimi regionda turizmin innovativ inkişafı üçün əlverişli institusional mühitin yaradılmasına həsr olunmuş tədqiqatların aktuallığını müəyyən edir.

Ən son araşdırmaların və nəşrlərin təhlili

Regionun innovativ potensialının formalaşması, inkişafı və həyata keçirilməsinin müxtəlif aspektləri yerli və xarici alimlərin əsərlərində nəzərdən keçirilir. Klasterləşmə uzun müddətdir ki, innovativ fəaliyyət potensialının toplanması və inkişafının tanınmış və effektiv forması olmasına baxmayaraq, onun turizm sahəsində tətbiqi imkanları kifayət qədər hərtərəfli nəzərdən keçirilməmişdir. Bu mövzuya aid son nəşrlər arasında aşağıdakıları qeyd etmək lazımdır:

- klaster yanaşması əsasında aqroekoturizmin inkişafının əsas və perspektivli modellərinin əsaslandırılması [1, s.97, s.111];
- regional səviyyədə turizmin inkişafının klaster modelinin tətbiqi perspektivlərinin müəyyən edilməsi [2, s.67, s.71];
- regional turizmin inkişafının idarə edilməsində klaster modellərinin rolunun öyrənilməsi [3, s.356];
- turizm klasterinin mahiyyətinin müəyyən edilməsi və onun ərazinin innovativ mühitinin formalaşmasında rolunun təsviri [4, s.428, s.442];
- klasterləşmə konsepsiyasının turizm istiqamətlərinə tətbiqinin təhlili (J.F. Perles-Ribes, İ. Rodriguez-Sanchez, A.B. Ramon Rodriguez [5, s.13];
- turizm klasterlərinin regionun innovativ inkişafını kataliz etmək qabiliyyəti [6, s.19, s. 26].

Onların təhlili bir daha göstərir ki, turizm klasterinin əsas xüsusiyyətləri, onun tərkib hissəsi, turizm fəaliyyətinin təşkilində klaster yanaşmasından istifadənin güclü və zəif tərəfləri və s. hələ də mübahisəli məsələlər arasında qalır. Təbiidir ki, tədqiqatın nəzəri və metodoloji aparatının kifayət qədər işlənib hazırlanmaması, öz növbəsində, turizm klasterlərinin innovativ imkanlarının kompleks şəkildə aşkar ediləcəyi müvafiq institusional mühitin yaradılması imkanlarını daraldır.

Əsas tədqiqat materialının təqdimatı

Bir çox yüksək inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, regional klaster modelləri regionların innovativ potensialının inkişafı üçün mühüm imkan yaradır. Klasterlər innovasiyaların tətbiq sürətinə faydalı təsir göstərdiyindən, bununla da onların texnoloji istiqamətlərini müəyyənləşdirdiyindən, regional iqtisadiyyatın klasterləşməsi ilə innovativ potensialın artırılması və mənimsənilməsi prosesləri arasında birbaşa əlaqənin mövcudluğu aydın olur.

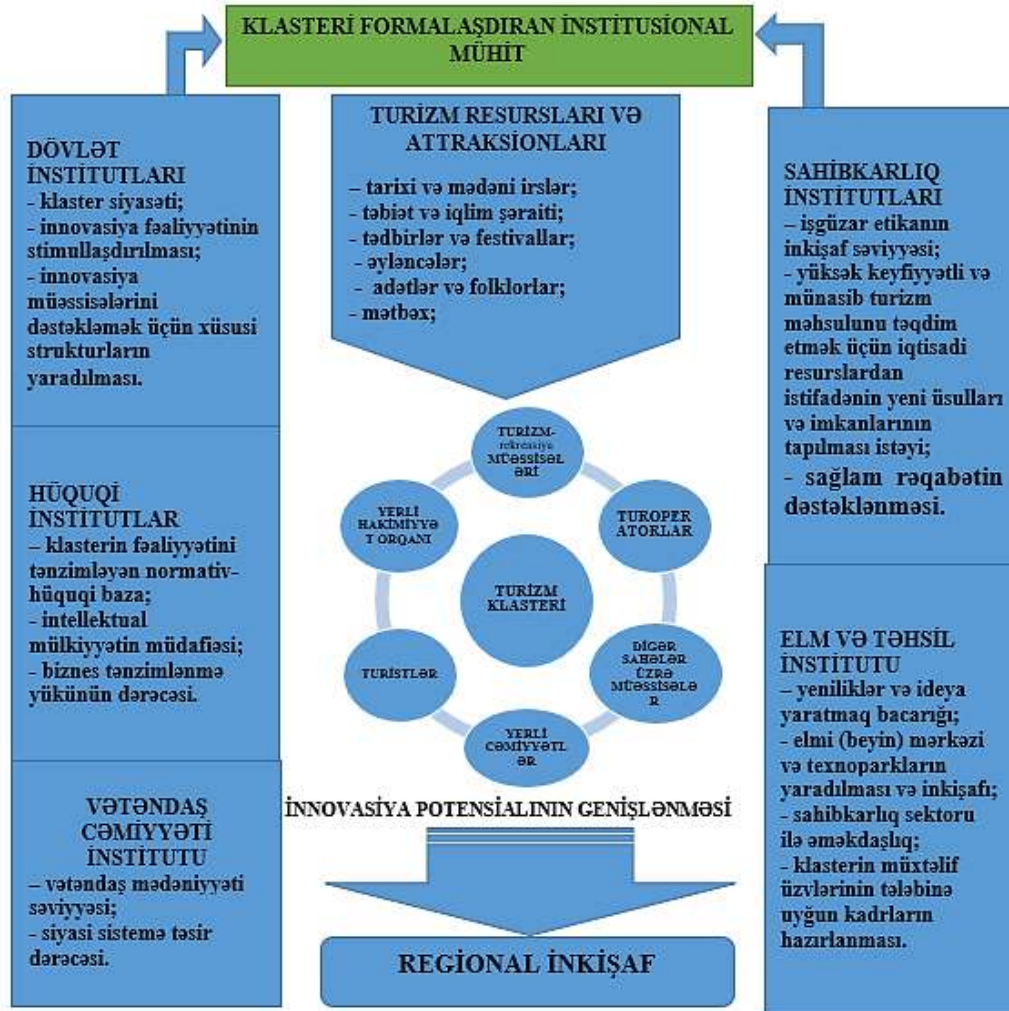
Elmi ədəbiyyatlarda turizm klasteri aşağıdakı kimi başa düşülür:

- ümumi turizm məhsulunun yaradılması üçün turizm müəssisələri, əsas və əlavə xidmətlərin təchizatçıları arasında intensiv istehsal, texnoloji və informasiya qarşılıqlı əlaqəsi sistemi [9, s.23];
- müəyyən ərazidə turizm xidmətlərinin göstərilməsinə yönəlmiş və ya dolayısı ilə bağlı olan müxtəlif müəssisə və təşkilatların birliyi [10, s.52];
- böyük bir şəhərin iqtisadiyyatının müxtəlif sahələrinin ərazi cəhətdən lokallaşdırılmış və bir-biri ilə əlaqəli biznes strukturları kompleksi, onların fəaliyyəti turizm xidmətləri istehlakçısının mənəvi və emosional təcrübələri üçün şərait yaratmaqla, daxili və beynəlxalq turizm bazarında şəhərin rəqabət qabiliyyətini artırmaq məqsədi daşıyır [2, s.69];
- müəyyən ərazidə yerləşən yerli özünüidarəetmə orqanlarının, davamlı kollektiv inkişaf üçün sıx qarşılıqlı əlaqə yaratmaq və rəqabət qabiliyyətini artırmaq məqsədilə müəyyən ərazidə yerləşən müxtəlif sənaye sahələrinə (tikinti, kənd təsərrüfatı, sənaye, rabitə, elm, təhsil, investisiya, xalq sənətkarlığı) aid olan müəssisə, təşkilat və fərdi sahibkarların məcmusu [11, s.67];
- dəyər zəncirində hər bir subyektin iştirakı ilə birləşən bir-birini tamamlayan təsərrüfat subyektləri şəbəkəsi [4, s.428].

Təklif olunan təriflər turizm klasterinin bəzi əsas xüsusiyyətlərinə (aydın müəyyən edilmiş ərazi sərhədləri; son məhsul qrupunun müəyyənləşdirilməsi; iştirakçılar arasında heterojen şəbəkə əlaqələrinin mövcudluğu; dəstəkləyici sənayelərdə müəssisələrin olması və s.) diqqət yetirsə də, bu formalaşmanın ayrılmaz atributu kimi innovasiyaya diqqət yetirilməsi və onun fəaliyyəti nəticələrinin ən mühüm xarakterik xüsusiyyətlərini kənarda qoyur. Q.Trillenberqin haqlı olaraq qeyd etdiyi kimi: "... turizm klasteri, bütövlükdə innovativ əsasda formalaşır və... eyni zamanda klaster komponentlərinin şəbəkə qarşılıqlı fəaliyyətinin nəticəsi innovasiyaların sürətləndirilməsidir" [4, s.442].

Klaster haqqında anlayışı turizm biznesində kiçik və orta sahibkarlıq kompleksinin innovativ fəaliyyəti ətrafında bu formalaşmanın özəyi kimi qurmaq, fikrimizcə, tam düzgün deyil. Həqiqətən klaster yanaşmasının üstünlüyü və yeniliyi ondan ibarətdir

ki, o, mikroiqtsadi komponentlərin, eləcə də fəaliyyəti regional əsasda eyni (və ya əlaqəli) olan biznes sahələrində müəssisə, firma, təşkilat qruplarının iqtisadi inkişafının sosial aspektlərinin əhəmiyyətini daha da artırır. Bununla belə, klasterin mövcudluğunun ən mühüm şərti klasterin formalaşması iştirakçılarına ümumi innovativ məhsulun yaradılmasında bir-birinin fəaliyyətini tamamlamağa və dəstəkləməyə imkan verən mürəkkəb korporativ əlaqələrin və rəqabət münasibətlərinin formalaşmasıdır (Şəkil 1).



Şəkil 1. İnnovativ komponentli klaster yanaşmasına əsaslanan regional turizmin inkişafının konseptual modeli

Mənbə: müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Turizm klasterinin əsas iştirakçılarına aşağıdakılar daxildir: turizm və rekreatsiya müəssisələri; tur operatorları; iqtisadiyyatın digər sahələrində olan müəssisələr; yerli ictimaiyyətin nümayəndələri; turistlər; yerli hakimiyyət orqanları.

Turizm xidmətlərinin göstərilməsi ilə birbaşa əlaqəsi olmayan müəssisələr arasında:

- ixtisaslaşmış amillər və xidmətlərin təchizatçıları;
- maliyyə institutları;
- yardımçı sənaye firmaları; əsas sahələrdə fəaliyyət göstərən firmalar (xidmətlərin satışı və ya istehlakı);
- müvafiq xidmətlərin istehsalçıları;
- ixtisaslaşmış infrastruktur təminatçıları;
- ixtisaslaşdırılmış təlim, məlumat toplama, tədqiqat və texniki dəstək göstərən təşkilatlar (məsələn universitetlər, yenidən hazırlanma və ixtisasartırma kursları);
- klasterin fəaliyyətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir edən infrastruktur agentlikləri.

Yuxarıda göstərilənləri nəzərə alaraq, turizm klasterini coğrafi baxımdan yaxın təsərrüfat subyektləri, hakimiyyət orqanları, qeyri-hökumət təşkilatları, ictimai birliklər və fəaliyyəti birbaşa və ya dolayısı ilə turizmlə bağlı olan, qarşılıqlı fəaliyyət və əməkdaşlığın əsas məqsədi olan digər qurumların məcmusu kimi müəyyən edə bilərik. Arasında regionun innovativ potensialını artırmaq və reallaşdırmaqla yüksəkkeyfiyyətli, rəqabət qabiliyyətli turizm məhsulu yaratmaqdır. Sonuncu turizm fəaliyyətinin klaster təşkilinin aşağıdakı üstünlükləri sayəsində mümkün olur:

- turizm biznesi, elm və hakimiyyət orqanları arasında birgə fəaliyyətlərin gücləndirilmiş koordinasiyası;
- resurslara (ilk növbədə informasiya və innovasiya-texnoloji) çıxış faydalarının əldə edilməsi, o cümlədən tranzaksiya xərcləri daxil olmaqla xərclərin azaldılması, habelə infrastruktur obyektlərinin birgə istifadəsi hesabına turizm klasteri iştirakçılarının fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması;
- istehlakçılar və turizm xidmətləri istehsalçıları arasında daha sıx təmas yolu ilə innovativ ideyaların yaradılması və yayılması prosesinin sürətləndirilməsi, bu da sonunculara yeni ehtiyacları operativ şəkildə müəyyən etməyə və proqnozlaşdırmağa və zəruri hallarda əsas istehsalın müvafiq subyektlərini cəlb etməklə fəal hərəkət etməyə imkan verir; istehsal və sosial infrastruktur;
- klaster təşəbbüslərində iştirak edən investorlar üçün dövlət tərəfindən təminat və güzəştlərin olması hesabına regionun investisiya cəlb ediciliyinin artırılması;
- yeni müəssisələrin yaradılması və inkişafı üçün şəraitin yaxşılaşdırılması yolu ilə rəqabətin stimullaşdırılması;
- turizm məhsulunun istehlakçılara çatdırılmasında bütün zəruri əlaqələri cəmləşdirməklə artan əlavə dəyərin qapalı zəncirinin formalaşdırılması.

Turizmin klasterləşmə proseslərinin aktiv inkişafı yalnız əlverişli institusional mühitdə mümkündür ki, bu da klaster iştirakçılarının bir-biri ilə və sosial-iqtisadi

münasibətlərin digər subyektləri ilə qarşılıqlı əlaqəsini tənzimləyən və sadələşdirən formal və qeyri-rəsmi institutların məcmusu kimi başa düşülməlidir.

Avropa İttifaqı ölkələrinin təcrübəsindən göründüyü kimi, bu cür formalaşmalarda potensial iştirakçılar arasında müqavilə münasibətlərinin özünü təmin edən sistemə çevrilməsinə qədər xüsusi şəraitin yaradılması turizm klasterinin uğuru üçün həlledici əhəmiyyət kəsb edir. Burada aparıcı rol dövlət və hüquq institutlarına məxsusdur. Dövlət, xüsusən də klaster şəbəkəsinə yeni sahibkarlıq subyektlərini, investorları, elm və təhsil nümayəndələrini cəlb edərək, klaster tipli münasibətlərin yaranmasına təşəbbüs göstərə bilər. Müxtəlif sənaye sahələrində bu cür proseslərin inkişaf etdirilməsi imkanları və perspektivləri klasterləşmə sahəsində dövlət siyasətindən, xüsusən də innovasiyaların stimullaşdırılmasından asılıdır. Dövlət klaster siyasətinin formal ifadəsi klasterin həddləri daxilində sahibkarlıq fəaliyyətinin şərtlərini tənzimləyən, imtiyazları müəyyən edən və turizmin və onunla bağlı fəaliyyətin müəyyən sahələrinə müəyyən məhdudiyyətlər qoyan hüquqi institutlardır.

Bu gün Azərbaycanda turizmin klasterləşməsinə formal institusional dəstək ilkin mərhələdədir. Bu məsələlərlə bağlı daxili qanunvericilik tam rəsmiləşdirilməyib və yalnız Nazirlər Kabinetinin müvafiq qərar və sərəncamları ilə təmsil olunur. Bu, klaster strukturlarının inkişafı üçün maneə törədən amillərdən biridir, çünki hüquqi qeyri-müəyyənlik rejimi müxtəlif investisiya mənbələrini cəlb etməklə klaster təşəbbüslərinin maliyyələşdirilməsinə güclü maneədir.

Dövlətin klasterləşmə proseslərində tamamilə haqlı iştirakına baxmayaraq, belə birliklərin formalaşmasında və fəaliyyətində əsas rol hələ də sahibkarlıq institutu oynayır. Məhz biznes strukturlarının integrasiyaya hazır olması, məhsuldar və şəffaf əməkdaşlığa, yaxşı fəaliyyət göstərən əməkdaşlığın mövcudluğuna, qeyri-rəsmi əlaqələrin mövcudluğuna görə müəyyən ərazidə klasterlərin formalaşması və fəaliyyət göstərməsi mümkündür. Belə bir fikirlə tam razılaşmaq olar ki, biznes strukturları potensial turizm klasterinin iştirakçıları kimi onun müvafiq regionda formalaşmasına başlamalı, assosiasiyanın fəaliyyəti üçün maliyyə kapitalı axtarır cəlb etməli, onun strukturunda idarəetmə orqanlarını müəyyənləşdirməli, qısa, orta və uzunmüddətli perspektivlər üçün inkişaf strategiyası, habelə aydın müəyyən edilmiş iştirakçılar, onların integrasiya strukturunda funksiyaları, qarşılıqlı fəaliyyət nümunələri, məhsul çeşidi, klasterdən çıxmaq şərtləri və s. ilə texniki-iqtisadi əsaslandırmanı təsdiq etməlidir.

İnkişaf etmiş sosial yönümlü iqtisadiyyatlarda vətəndaş cəmiyyəti institutu demokratiya, bərabərlik, ədalət prinsiplərinin, mədəni dəyərlərin və mənəvi idealların inkişafı üçün lazımı şərait yaradan formal dövlət və hüquq institutlarına mühüm təsir rıçağıdır və turistləri bölgəyə cəlb edən əlverişli atmosferin formalaşması bundan asılıdır.

Təhsil institutu fərdlərin sosiallaşmasını təmin edən, onlarda turizm klasterinin müxtəlif iştirakçılarına ixtisaslı kadrlar təqdim etmək üçün zəruri olan keyfiyyətləri inkişaf etdirməyə imkan verən aparıcı sosial institut kimi çıxış edir. O, innovativ ideyalar yaratmaq və bilik iqtisadiyyatında onları vaxtında kommersiyalaşdırmaq bacarığından, turizm klasterinin mövcudluğu və onun rəqabət qabiliyyəti elmi institutlarla sıx bağlıdır.

Ümumiyyətlə turizmin ölkədaxili reallıqlarda klasterləşməsinə həm hüquqi normaların (formal institutların tərkib hissələrinin rəsmiləşdirilməməsi), həm də vətəndaş cəmiyyətinin yetişməməsi, korporativ mədəniyyətin, işgüzar etikanın inkişaf səviyyəsinin yetərinə olmaması, sahibkarlıq fəaliyyətinin risklərini minimuma endirən resurslardan istifadənin ənənəvi sxemləri və üsulları vasitəsilə qazanc, əmək bazarının tələblərinin keyfiyyət xüsusiyyətləri ilə təhsil müəssisələrinin məzunlarının təhsil və ixtisas xüsusiyyətləri arasında aşağı korrelyasiyanın olması turizmin inkişafına mane olur. Odur ki, turizm klasterlərinin fəaliyyəti üçün səmərəli institusional mühitin təmin edilməsi üçün hər bir institusional komponentin problemlərinin həllini təmin etmək, yəni kompleks yanaşmaya riayət etmək vacibdir.

Nəticə və perspektivlər

Turizm klasterlərinin yaradılması və inkişafı regionun sosial-iqtisadi inkişafının və rəqabət qabiliyyətliliyinin ən mühüm komponenti kimi innovativ potensialının artırılması üçün bir sıra üstünlüklər yaradır. Turizm klasterləri üçün əlverişli institusional mühitin yaradılması prosesində aparıcı rol həm stimullaşdırıcı və həm də klasterləşmənin destimulyatorları kimi çıxış edə bilən rəsmi və qeyri-rəsmi komponentlər toplusunu birləşdirən dövlət və hüquq, vətəndaş cəmiyyəti, sahibkarlıq, elm və təhsil institutları oynayır. İnstitusional mühitin bütün komponentləri arasında sıx əlaqələri nəzərə alaraq, tədqiqatın perspektivli istiqaməti təkcə milli və regional səviyyədə klaster siyasətinin formalaşdırılması və həyata keçirilməsində institusional və hüquqi müəyyənliyə nail olmaq deyil, həm də sivil biznesin formalaşdırılması və şəxsiyyətlərarası münasibətlər, sahibkarlıq təşəbbüsünün inkişafının təşviqi, klaster yönümlü elmi və təhsil layihələrinin dəstəklənməsi olmalıdır.

Ədəbiyyat

1. Borzdova T.V. Cluster model of innovation development of economy of the Republic of Belarus [Klasternaja model' innovacionnogo razvitija jekonomiki Respubliki Belarus']. International business in the world economic system: International Collection of the Scientific Works. Tbilisi. Publishing House UNIVERSAL, 2013. pp. 97-111.
2. Kovalchuk I.E. The problem is the prospects of the Branch klasterizatsii turisticnoï Zakarpattya [Problemi ta perspektivi klasterizacii turisticnoï galuzi Zakarpattja]. NAUKOVO News Mukachivskogo sovereign universitetu. Seriya ekonomika. 2014. №1. pp. 67-71.

3. Semenov V.F. Viktoristannya potentsialu novoï Economy at formuvanni regionalnih innovatsiynih structures organizatsii i upravlinnya tourism [Vikorisannja potencialu novoï ekonomiki pri formuvanni regional'nih innovacijnih struktur organizacii i upravlinnja turizmom]. monografiya. A . Atlanta, 2013. 356 p.
4. Trillenber G. Innovation and cluster approach to the development of tourism in Ukraine in the context of globalization [Innovacionno-klasternyj podhod k razvitiju turizma Ukrainy v usloviyah globalizacii]. Journal of the European economy. 2014. №4. T.13. pp. 428-442.
5. Perles-Ribes J.F. Innovative tourism clusters: myth or reality? Empirical evidence from Benidorm J.F. Perles-Ribes, I. Rodríguez-Sánchez, A.B. Ramón Rodríguez Empirical Evidence from Benidorm (April 12, 2014). Access: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2424737.
6. Mazilu M. Tourism Innovation for Sustainable Turinn Cluster model International Journal of Energy and Environment. 2013. Is. 1, Vol. 7. pp.19-26.
7. Franco M. The role of tourism public-private partnerships in regional development: a conceptual model proposal / M. Franco, C.Estevão // Cadernos EBAPE.Br. – 2010. – Vol. III, № 4. – P. 600-612.
8. Drahošová J. Evaluation of Innovations and Innovation Potential of Chech Regions at the Nuts 3 Level / J. Drahošová, P. Bednář // Acta academica karviniensia. – 2014. – № 1. – P.32-42.
9. Busnjuk S.V. Reigning reguljuvannja processes that formuvannja funktsionuvannja klasteriv in Ukraïni [Derzhavne reguljuvannja procesu formuvannja ta funkcionuvannja klasteriv v Ukraïni]. Ekonomichny forum. 2014. № 1. pp. 23-28.
10. Gricaenko M.I. Sutnist that warehouse innovatsiynogo potentsialu regionu [Sutnist' ta sklad innovacijnogo potencialu regionu]. Ekonomika rozvitku. 2013. № 4 (68). pp. 52-57.
11. Matveeva L.G. Institutional environment use of cluster strategies to modernize the economy of Southern Russia [Institucional'naja sreda ispol'zovanija klasternyh strategij v modernizacii jekonomiki Juga Rossii]. Terra Economicus. 2013. №2-2. T.11. Part 2. pp. 67-71.
12. Tourism – an economic and social phenomenon [Электронный ресурс]/ World tourism Organization UNWTO. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>
13. Tourism an economic and social phenomenon. World tourism Organization UNWTO. Access: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>.