Եզրակացություն

1. Առաջարկվում է գազատուրբինային ջեռուցման ՋԷԿ-ի արդյունավետության գնահատման մեթոդ, որը հնարավորություն է տալիս որոշել նրա արդյունավետությունը առանց մանրակրկիտ հաշվարկներ կատարելու:
2. Տնտեսապես շահավետ է և տեխնիկապես հնարավոր Երևանի ՋԷԿ-ի հարևանությամբ գտնվող №11 շրջանային կաթսայատունը օգտագործել որպես ջեռուցման ՋԷԿ՝ տեղադրելով այնտեղ գազատուրբինային տեղակայանք:

ՍՅՈՒԶԱՆՆԱ ՊԱՊՈՅԱՆ
ՀՀ ԳԱԱ Մ.Քոթանյանի անվան տնտեսագիտության ինստիտուտի ասպիրանտ

ԶԲՈՍԱՇՐՋԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆԸ ՆՊԱՍՏՈՂ ՕՐԵՆՍԴՐԱ-ԻՐԱՎԱԿԱՆ ԴԱՇՏԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ

«Զբոսաշրջություն» բառը տուրիզմ միջազգային տերմինի հայերեն տարբերակն է: Զբոսաշրջություն (տուրիզմ՝ առաջացել է ֆրանսերեն «tourisme», «tour» բառից, որը թարգմանաբար նշանակում է զբոսանք, ուղևորություն) բառը բնութագրման տեսանկյունից այսօր ունի ընդգրկուն և բազմաբովանդակ մեկնաբանություն: Այն կարելի է ձևակերպել հետևյալ կերպ. զբոսաշրջությունը ճանաչողական, հանգստի, առողջարարական, մարզական, կրոնական, ազգականներին այցելության, մասնագիտական, գործնական և այլ նպատակներով բնակության մշտական վայրից (երկրից) այլ վայր (երկիր) առավելագույնը մինչև մեկ տարի անընդմեջ ժամկետով ճանապարհորդություն իրականացնող քաղաքացիների գործունեությունն է: Իսկ զբոսաշրջիկներն այն այցելուներն են, ովքեր ճանապարհորդություն իրականացնելիս ժամանման վայրում (երկրում) անցկացնում են առնվազն մեկ գիշերակաց: Ընդհանուր առմամբ, միջազգային զբոսաշրջային շուկայում գոյություն ունի զբոսաշրջության 2 տարատեսակ՝ ներքին և ներգնա: Ներքին զբոսաշրջությունը, դա երկրում բնակվող քաղաքացիների ճանապարհորդությունն է իրենց երկրի սահմաններում: Ի տարբերություն ներքին զբոսաշրջության, ներգնա զբոսաշրջությունը քաղաքացիների ճանապարհորդությունն է որևէ երկիր, որը նրանց բնակության վայրը չէ:

Տարբեր երկրների ավանդույթները, աշխարհագրական դիրքը, կլիման, բնությունը և անհատականացման այլ բնութագրիչները հաշվի առնելով, կարելի է առանձնացնել տվյալ երկրին յուրահատուկ զբոսաշրջության հիմնական որոշ ձևեր:

Գնահատելով Հայաստանի զբոսաշրջային ներուժը, պատմամշակութային հարուստ ժառանգությունը, բնության բազմազանությունը, կարելի է առանձնացնել զբոսաշրջության այն հիմնական ձևերը, որոնք կարող են առավելագույն հաջողությամբ զարգանալ: Հիմնականում դրանք մասնագիտացված և ոչ ավանդական, արկածային զբոսաշրջության ձևերն են, որոնցից են՝ մշակութային, պատմական, ճանաչողական զբոսաշրջությունը, էկոտուրիզմը, կրոնական զբոսաշրջությունը, էթնիկ զբոսաշրջությունը, գյուղական և ագրոզբոսաշրջությունը, ձմեռային սպորտաձևերի զբոսաշրջությունը, առողջարանային զբոսաշրջությունը, գործարար զբոսաշրջությունը: Զբոսաշրջության թվարկված ձևերը[1] խմբավորվում են՝ հաշվի առնելով ներքոնշյալ պայմանները.

- Մշակութային, պատմական, ճանաչողական զբոսաշրջություն - հիմնականում հետապնդում է սիրողական կամ մասնագիտական հետաքրքրություններ (զբոսաշրջության այս ձևը մեծ հեռանկար ունի Հայաստանում և միշտ ունեցել է գերակշիռ տեղ՝ շնորհիվ Հայաստանի հարուստ պատմամշակութային ժառանգության):
- Էկոտուրիզմ - Հայաստանի ներուժը բավականին մեծ է շնորհիվ նրա բազմազան լանդշաֆտի և այն բանի, որ առկա է յուրօրինակ բնություն, իսկ ֆլորան և ֆաունան պարունակում են շատ բացառիկ տարրեր: Միաժամանակ պատմական հուշարձանները ներդաշնակորեն տարալուծված են բնության և տեղանքի մեջ, որը հնարավորություն է տալիս հաջողությամբ զուգորդել զբոսաշրջիկության այս ձևերը:
- Կրոնական զբոսաշրջություն - Հայաստանը առաջինն է Քրիստոնեությունը ընդունել և հռչակել պետական կրոն և հանդիսանում է Քրիստոնեության շատ հարուստ ավանդույթներ ունեցող երկիր: 2001 թվականին Քրիստոնեության ընդունման 1700-ամյակի տոնակատարության շրջանակներում ուխտագնացության ճամփորդությունները կրոնական վայրերում մեծ ներուժ են կրոնական զբոսաշրջության կայացման և հետագա զարգացման համար:
- Էթնիկ զբոսաշրջություն - մեծաքանակ սփյուռքի առկայությունը զգալի դեր կարող է խաղալ ներգնա զբոսաշրջության ոլորտում: Ապագայում հայերի՝ իրենց նախնիների ծննդավայրը կատարվելիք այցելությունները կարող են մեծ բաժին կազմել Հայաստանի ներգնա զբոսաշրջության սեգմենտում:
- Գյուղական և ագրոզբոսաշրջություն - զբոսաշրջության այս ձևերը գնալով մեծ զարգացում են ստանում ողջ աշխարհում: Հայաստանի մրգերը, բանջարեղենը բավականին հրապուրիչ են իրենց համով և էկոլոգիական մաքրությամբ, ինչպես նաև հայկական այգեգործությունը, գինեգործությունը, չոր մրգերի պատրաստումը, պահածոյացումը շատ յուրահատուկ են, ուստի դա մեծ ներուժ է առկա գյուղական զբոսաշրջության զարգացման բնագավառում: Քանի որ Հայաստանի պատմական հուշարձանները հիմնականում գտնվում են գյուղական վայրերին մոտ և Հայաստանի ազգագրական սովորույթները լավ

[1] «2006 թվականի զբոսաշրջության զարգացման ծրագիրը և ծրագրի իրականացման միջոցառումների ցանկը հաստատելու մասին» ՀՀ կառավարության 13.10.2005թ. N 1746-Ն որոշում-(ՀՀ ՊՏ 2005/72 (444), 23.11.2005թ.):

պահպանված են հենց այդ վայրերում, դա թույլ է տալիս ներդաշնակորեն զուգորդել զբոսաշրջության գյուղական և մշակութային ձևերը:

- Ձմեռային սպորտաձևերի զբոսաշրջություն – տեղանքի բազմազանությունը (Ծաղկաձոր, Սևանի ավազան, Արագած, Վանաձոր) առավել նպաստավոր պայմաններ են ընձեռնում այս տիպի զբոսաշրջության զարգացման համար:
- Առողջարանային զբոսաշրջություն - զբոսաշրջության այս ձևն ունի իր ավանդույթները Հայաստանում (Ջերմուկ, Դիլիջան, Արզնի և այլն):
- Գործարար զբոսաշրջություն - զբոսաշրջության այս ձևը 1999թ-ին Հայաստան այցելած զբոսաշրջիկների մեջ ունի շատ մեծ տեսակարար կշիռ (շուրջ 15%), և այս տիպի զբոսաշրջության աճի միտումը վերջին տարիներին զգալի է:

Այսպիսով, կարելի է կատարել եզրահանգում, որ միջազգային զբոսաշրջային շուկա դուրս գալու համար Հայաստանը, չլինելով գերտերություն, ունի բավականին մեծ զբոսաշրջային ներուժ:

Գիտակցելով այն կարևոր հագամանքը, որ այս ոլորտում կատարվող փոքրաքանակ ներդրումները մի քանի տարի անց ունենալու են «ռազմավարական» մեծ նշանակություն, զբոսաշրջությունը ՀՀ կառավարության կողմից հայտարարված է որպես գերակա ճյուղ:

Զբոսաշրջությունը, լինելով համաշխարհային տնտեսության առաջատար ճյուղերից մեկը, ներառվել է այնպիսի գլոբալ համակարգերում, ինչպիսիք են՝ կայուն զարգացումը (աղքատության հաղթահարում, շրջակա միջավայրի պահպանություն, համայնքների համաչափ զարգացում), մշակութային արժեքների փոխադարձ արժևորումը և այլն:

Ուշադրության է արժանի նաև այն հանգամանքը, որ Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկները զբոսաշրջության ոլորտում մասնագիտացված կազմակերպությունների կողմից կազմակերպվող ճանաչողական այցերի ընթացքում իրենց իսկ աչքերով կարող են տեսնել «Ցեղասպանության ազգային ինստիտուտ»-ում ներկայացված 1915թ. Մեծ Եղեռնի զոհերի մասին պատմող լուսանկարներն ու պատմական փաստերը, որոնք, ինչ խոսք, սահմռկեցուցիչ տեսարաններ են և ազդում են յուրաքանչյուր մարդու ներաշխարհի վրա: Այսպիսով, զբոսաշրջության զարգացումը կարող է նաև հիմք հանդիսանալ ցեղասպանության միջազգային ճանաչման հարցում:

Զբոսաշրջության ոլորտն իր յուրահատկությամբ միակն է, որն ինչպես անմիջական, այնպես էլ անուղղակի ազդեցություն ունի տնտեսության բազմաթիվ ճյուղերի վրա՝ տրանսպորտ, էներգետիկա, ջրային ռեսուրսներ, արհեստագործություն, մշակույթ, քաղաքաշինություն (որպես օրինակ՝ Ծաղկաձորը՝ միջազգային չափանիշներին համապատասխան զբոսաշրջության կենտրոնի իրականացման ծրագիրն է)[1], սննդի և հանգստի ծառայությունները և այլն: Բացի այդ, զբոսաշրջության արդյունաբերությունն ամբողջությամբ ընդգրկված է փոքր և միջին ձեռնարկատիրության ոլորտում և աշխատուժի առումով ներառում է մարդկային ներուժի սոցիալապես խոցելի այնպիսի խավեր, ինչպիսիք են՝ երիտասարդներն ու կանայք:

Զբոսաշրջության չափաբաժինը համախառն ներքին արդյունքում կազմում է մոտ 6-7 %, իսկ արտահանման ծավալներով ոլորտն առաջատար ճյուղերից է: Վերջին տարիներին, շնորհիվ վարվող պետական քաղաքականության, ինչպես նաև պետական կառավարման ու տեղական ինքնակառավարման մարմինների, մասնավոր հատվածի և բնակչության համագործակցության, հանրապետություն այցելող միջազգային զբոսաշրջիկների քանակի միջին տարեկան աճը կազմել է 25%:

Զբոսաշրջությունը տնտեսության այն ոլորտներից է, որի ենթակառուցվածքների զարգացման համար մեծածավալ ներդրումներ են կատարվել. կառուցվել են նոր հյուրանոցներ և ռեստորաններ, ձեռք են բերվել միջազգային չափանիշներին համապատասխանող զբոսաշրջային ավտոբուսներ: Իրականացվում են կապիտալ ներդրումներ քաղաքաշինության և զվարճանքի օբյեկտների ոլորտում, վերակառուցվում է «Զվարթնոց» միջազգային օդանավակայանը, իրագործվում է «Ծաղկաձորը՝ միջազգային չափանիշներին համապատասխանող զբոսաշրջային կենտրոն» նպատակային խնդիրների լուծման ծրագիրը, ինչի արդյունքում հնարավոր կլինի ներկայացնել հայրենական զբոսաշրջային արդյունքը նոր որակական չափանիշներով՝ նոր հյուրանոցներ, սպասարկման նոր որակ, զբոսաշրջային գրավչության նոր վայրեր, ինչպես նաև ձմեռային զբոսաշրջության զարգացման շնորհիվ երկարաձգել զբոսաշրջային սեզոնը Հայաստանում:

Զբոսաշրջության բնագավառի զարգացման ուղղություններից մեկը արտերկրի զբոսաշրջիկներին Հայաստանի մասին տեղեկատվության՝ պատշաճ մակարդակով տրամադրումն է:

Միջազգային զբոսաշրջային շուկայում ոչ բոլորն են քաջատեղյակ Հայաստանի, նրա ազգային և մշակութային ներուժի մասին, որը կարող է օտարերկրյա զբոսաշրջիկների հետաքրքրության և հայտնաբերման առարկա դառնալ:

Նախորդ տարիներին Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքը ներկայացվել է շուրջ 22 համաշխարհային զբոսաշրջային ցուցահանդեսներում, որոնց կազմակերպչական գործառույթներն իրականացրել է «Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալություն» փակ բաժնետիրական ընկերությունը:

Տարիներ շարունակ Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքը ներկայացվում է Բեռլինում (2001-2005թթ.), Լոնդոնում (2001-2005թթ.), Թբիլիսիում (2002թ., 2003թ. և 2005թ.), Ճապոնիայում (2002թ. և 2004թ.), Կիևում (2003թ.), Դուբայում (2005թ.), Միլանում (2005թ.) և Մայամիում (2003թ.) կազմակերպված ցուցահանդեսներում:

Վերը նշված ցուցահանդեսներին ակտիվ մասնակցություն են ունեցել Հայաստանի զբոսաշրջության բնագավառի բազմաթիվ ներկայացուցիչներ՝ ստանալով բարենպաստ պայմաններ Հայաստանի զբոսաշրջային

---

[1] «Ծաղկաձորը՝ միջազգային չափանիշներին համապատասխանող միջազգային զբոսաշրջության կենտրոն» նպատակային խնդիրների լուծման ծրագիրը և միջոցառումների ցանկը հաստատելու մասին» ՀՀ կառավարության 09.06.2005թ. N 948-Ն որոշում (ՀՀ ՊՏ 2005/48 (420), 27.07.2005թ.):

գրավչությունները գովազդելու և իրենց զբոսաշրջային արդյունքն օտարերկրյա գործընկերներին ներկայացնելու համար: Ի թիվս այլ միջոցառումների՝ վերջին մեկ տարվա ընթացքում գրանցվել է Հայաստան այցելած զբոսաշրջիկների, այդ թվում՝ ոչ սփյուռքահայ զբոսաշրջիկների թվի կայուն աճ:

Հայաստանի անընդմեջ մասնակցությունը միջազգային ցուցահանդեսներին տեսանելի առաջընթաց է ապահովել զբոսաշրջության բնագավառում: Նման միջոցառումների իրականացումն իր նպաստն է բերել Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքի մասին տեղեկատվության տարածմանը և համաշխարհային զբոսաշրջության ինդուստրիայի ներկայացուցիչների հետ ավելի սերտ համագործակցությանը:

Զբոսաշրջության զարգացման և երկրի զբոսաշրջային արդյունքի խթանման համար խիստ կարևոր են գովազդային նյութերի տպագրումն ու տարածումը[1]:

Գովազդային նյութերի շարքում կարևոր նշանակություն ունեն զբոսաշրջային քարտեզներն ու համառոտ տեղեկագիր-ուղեցույցները, որոնք հնարավորություն կընձեռեն զբոսաշրջիկին ազատ ու մատչելի շրջագայելու Հայաստանում, ինչպես նաև կօգնեն մինչ Հայաստան ժամանելը բավարար տեղեկատվություն ստանալ երկրի մասին:

Միջազգային փորձը ցույց է տալիս, որ երկրի զբոսաշրջության կայուն աճն ու զարգացումն ապահովելու համար խիստ կարևորվում է ճանաչողական միջոցառումների կազմակերպումը, որի հիմնական նպատակը հայկական մշակույթի, սովորույթների, պատմական ժառանգության և զբոսաշրջիկներին հետաքրքրող այն ամենի ներկայացումն է, որը հետագայում օտարերկրյա լրագրողը ներկայացնում է իր երկրում հրատարակվող թերթերում և լուսաբանում ամսագրերում: Սա Հայաստանը՝ զբոսաշրջության համար գրավիչ երկիր գովազդելու ևս մեկ միջոց է: Այսպիսի այցերի կազմակերպումը նպաստում է Հայաստանի զբոսաշրջության մասին իրազեկության բարձրացմանը և օտարերկրյա զբոսաշրջիկին դեպի Հայաստան գրավելուն: Ասվածի վառ ապացույցը 2005թ. համագործակցության շրջանակներում կազմակերպված Ճապոնիայի լրագրողների և զբոսաշրջային օպերատորների ճանաչողական այցն է Հայասատան՝ ՀՀ պետական բյուջեով նախատեսված միջոցների հաշվին: Հավելենք, որ «Հայաստանի Հանրապետության 2005 թվականի պետական բյուջեի մասին» ՀՀ օրենքով զբոսաշրջության ոլորտին առանձին տողով հատկացվել է 2 մլն դրամ[2]: Նշված միջոցառումն իր բնականոն հունով ընթացավ նաև 2006թ., որի վառ ապացույցը «Ֆրանսիայում Հայաստանի տարի» ծրագրի շրջանակներում պետական մակարդակով կազմակերպված միջոցառման ընթացքում (հոկտեմբերի 12-13-ը) կազմակերպվեց Ֆրանսիայից Հայաստան ժամանած 160 զբոսաշրջային օպերատորների և լրագրողների ճանաչողական այցն էր[3]: Այսպիսով, այն կրում է շարունակական բնույթ:

Հարկ է նշել նաև, որ նշված միջոցառումները կազմակերպվել են «Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալություն» փակ բաժնետիրական ընկերության կողմից և նպատակաուղղված են օտարերկրյա զբոսաշրջային օպերատորներին և լրագրողներին Հայաստանի զբոսաշրջային հնարավորություններին տեղում ծանոթացնելուն և միտված են հայաստանյան զբոսաշրջային օպերատորների հետ գործնական կապեր հաստատելուն: Կարևոր մի նկատառում ևս. այցելելով Հայաստան ու ծանոթանալով հայկական զբոսաշրջային արդյունքի հետ զբոսաշրջային օպերատորները հնարավորություն են ստանում իրենց իսկ տպավորություններով գնահատելու և ներկայացնելու Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքը ներուժ ունեցող շուկաներում:

Արտասահմանյան տարբեր երկրների փորձն արդեն իսկ ապացուցել է, որ ամենամյա փառատոնները, որոնք ազգային, մշակութային բնույթ ունեն և կազմակերպվում են զբոսաշրջության համար ակտիվ սեզոնի ընթացքում, գրավում են բազում զբոսաշրջիկների:

2005 թվականին Հայաստանի Հանրապետության Ազգային ժողովի բակում «Կենաց» փառատոնի շրջանակներում անցկացվել է «Ազգային ժողովն իր ժողովրդի համար» համերգը, որի նախաձեռնությունը վստահված էր «Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալություն» փակ բաժնետիրական ընկերությանը: Նման փառատոնների կազմակերպումն ու անցկացումը նպաստում է Հայաստանի զբոսաշրջության խթանմանը և հնարավորություն է ընձեռում երկրի մշակույթի և պատմության ներկայացման գործում ներգրավել առավել թվով հավանական զբոսաշրջիկների:

Զբոսաշրջության միջազգային շուկայում Հայաստանը ներկայացնելու և ուշադրության արժանի մի հանգամանք ևս. «Հայաստանի Հանրապետության 2006 թվականի պետական բյուջեի մասին» ՀՀ օրենքով պետական բյուջեից հատկացված ֆինանսական միջոցներն ուղղվել են «Ծաղկաձորը՝ միաջազգային չափանիշներին համապատասխանող զբոսաշրջության կենտրոն» նպատակային խնդիրների լուծման ծրագիրը և միջոցառումների ցանկը հաստատելու մասին» ՀՀ կառավարության որոշման հավելվածով նախատեսված հետևյալ միջոցառումների իրականացմանը.

Հեռուստաալիքներում Հայաստանը գովազդող սպոտի պատրաստում և հեռարձակում: Այս միջոցառման շրջանակներում Հայաստանը գովազդող սպոտի պատրաստման համար հայտարարվել է կազմակերպության ընտրության մրցույթ: Վեց հայտատուներից հաղթող են ճանաչվել «Հայկական երկրորդ հեռուստաալիք» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունը և «Արմենիա Թի-Վի» փակ բաժնետիրական ընկերությունը, որոնց հետ կնքվել են միջազգային չափանիշներին համապատասխանող Հայաստանը ներկա-

---

[1] «2007թ. Հայաստանի Հանրապետության զբոսաշրջության զարգացման ծրագիրը և ծրագրի իրականացման միջոցառումների ցանկը հաստատելու մասին» ՀՀ կառավարության 01.02.07թ. N 153-Ն որոշում (ՀՀ ՊՏ 2007/14 (538), 07.03.07):

[2] «Հայաստանի Հանրապետության 2005 թվականի պետական բյուջեի մասին» ՀՀ օրենք (ՀՕ-192-Ն, ՀՀ ՊՏ 2005/3 (375), 17.01.05):

[3] «Ֆրանսիայում Հայասատանի Տարի» ծրագրի շրջանակներում հոկտեմբերի 12-13-ը Ֆրանսիայից 160 զբոսաշրջային օպերատորների և լրագրողների Հայաստան այցի կազմակերպումն ապահովող միջոցառումների մասին» ՀՀ կառավարության 07.09.2006թ. N 1295-Ն որոշում:

յացնող /սպոտի/ պատրաստման համար համապատասխան պայմանագիր: Արդյունքում պատրաստվել է Հայաստանը ներկայացնող երկու սպոտ, ինչի դիմաց «Հայկական երկրորդ հեռուստաալիք» ՍՊ ընկերությանը վճարվել է 12630.5 հազար դրամ և «Արմենիա Թի-Վի» ՓԲ ընկերությանը՝ 8898.0 հազար դրամ: Այսպիսով սպոտների պատրաստման համար ծախսվել է 21528.5 հազար դրամ: Բացի այդ, Հայաստանը որպես կայուն, ապահով, ձեռնարկատիրական գործունեության և ներդրումների համար բարենպաստ, ինչպես նաև գրավիչ զբոսաշրջային երկրի նկարագրի ձևավորման ու Սի Էն Էն հեռուստաալիքով ներկայացման նպատակով՝ Հայաստանի Հանրապետության կառավարության համապատասխան որոշմամբ, սկսած 2006 թվականի սեպտեմբեր ամսից, Սի Էն Էն հեռուստաալիքով 4 ամսվա ընթացքում 366 անգամ հեռարձակվել են Հայաստանը ներկայացնող երկու սպոտերը, ինչի համար վճարվել է 360000 հազար ԱՄՆ դոլար (139 488.0 հազար դրամ): Նշված գումարները հատկացվել են 2006 թվականի պետական բյուջեով նախատեսված միջոցներից:

Հավելեմ նաև, որ ծրագրի իրականացումը կրում է շարունակական բնույթ՝ ներառելով զբոսաշրջային նոր շուկաներ. 2007 թվականին Հայաստանը ներկայացնող տեսահոլովակները նախատեսվում է հեռարձակել նաև Եվրոնյուզ հեռուստաալիքով: «Ծաղկաձորը՝ միջազգային չափանիշներին համապատասխանող զբոսաշրջային կենտրոն» նպատակային խնդիրների լուծման ծրագրով» նախատեսված միջոցների հաշվին Եվրոնյուզ հեռուստաալիքով Հայաստանը ներկայացնող տեսահոլովակների հեռարձակման համար 2007 թվականի պետական բյուջեից հատկացվել է 150 340 եվրոյին համարժեք ՀՀ դրամ, իսկ Սի Էն Էն հեռուստաալիքով հեռարձակման համար՝ 300 000 ԱՄՆ դոլարին համարժեք ՀՀ դրամ: Այսպիսով, 2007 թվականին վերոհիշյալ հեռուստաալիքներով նշված ծրագրի իրականացման համար նախատեսվում է ծախսել մոտ 177 մլն դրամ:

Ֆրանսիական զբոսաշրջային օպերատորների և լրագրողների ճանաչողական այցի կազմակերպում: «Ֆրանսիայում Հայաստանի Տարի» ծրագրի շրջանակներում 2006 թվականի հոկտեմբերի 12-13-ը Ֆրանսիայից 170 զբոսաշրջային օպերատորների և լրագրողների համար կազմակերպվել է ճանաչողական այց Հայաստան: 2006 թվականին «Ծաղկաձորը՝ միաջազգային չափանիշներին համապատասխանող զբոսաշրջության կենտրոն» նպատակային խնդիրների լուծման ծրագրային միջոցառումների իրականացման համար պետական բյուջեից հատկացվել են 215 000.0 հազար դրամի չափով ֆինանսական միջոցներ[1]:

Նշված կարևորագույն միջոցառումները նպաստել են 2006թ. հունվար-սեպտեմբեր ամիսների ընթացքում միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների թվի աճին՝ կազմելով 272.499 զբոսաշրջիկ, որը 2005թվականի նույն ժամանակահատվածի համեմատ աճել է 20 տոկոսով: Ըստ վիճակագրության՝ աճի նույն դինամիկայի պահպանման դեպքում 2007 թվականի ընթացքում Հայաստան այցելած զբոսաշրջիկների թիվը կհատի 400.000- ցուցանիշը:

Այսպիսով, զբոսաշրջությունը ներկայումս համարվում է պետության գերակա ճյուղերից մեկը:

Սակայն, այս ամենի հետ մեկտեղ, դեռևս կան բազմաթիվ չկարգավորված խնդիրներ, որոնք այս ամենի կողքին լուրջ խոչընդոտներ են ստեղծում զբոսաշրջային շուկայի զարգացման համար: Դրանք հիմնականում կապված են հարկային և մաքսային ծառայությունների հետ: Մասնավորապես շատ է բարդեցված հուշանվեր, մշակութային արժեքներ պարունակող իրերի արտահանման կարգը: Ձևավորված չէ նաև ապահովագրական և դրանից բխող բուժսպասարկման ծառայությունների ոլորտը, մինչդեռ զբոսաշրջության շուկայի զարգացած երկրներում նախքան տվյալ երկիր այցելելը զբոսաշրջիկը պետք է ունենա բուժսպասարկման և ապահովագրության քարտ, ինչը տվյալ երկրի նկատմամբ մեծ վստահություն է ներշնչում և յուրաքանչյուր զբոսաշրջիկ իրեն ավելի ապահով է զգում:

Այսպիսով, հաշվի առնելով այն բավականին հարուստ պաշարը, որն առկա է Հայաստանում և որի հիմքի վրա կարելի է ձևավորել միջազգային չափանիշներին համապատասխան զբոսաշրջային արտադրանք, կարծում եմ ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտում պետական քաղաքականության հիմնական նպատակները պետք է լինեն.

- առևտրային բացասական հաշվեկշռի կրճատում՝ զբոսաշրջային արդյունքի արտահանման ավելացմամբ,
- հանրապետություն արտարժույթի ներհոսքի ավելացում,
- ազգաբնակչության սոցիալական խնդիրների լուծում, զբաղվածության բարձրացում,
- պատմա-մշակութային արժեքների, բնության և շրջակա միջավայրի պահպանում և վերականգնում,
- համաշխարհային տնտեսության մեջ Հայաստանի ինտեգրացման խթանում,
- ազգաբնակչության մեջ եկամուտների հավասարակշռում,
- ներդրումային ոլորտին աջակցում,
- տարածքային համամասնական զարգացման ապահովում,
- ընդհանուր տնտեսության զարգացման խթանում:

Նշված նպատակներին հասնելու համար պետք է մշակել և իրագործել Հայաստանում զբոսաշրջության զարգացման պետական նպատակային համալիր ծրագիր՝ համապատասխան ծրագրային միջոցառումներով և ամրապնդված ֆինանսական պաշարներով:

---

[1] «Հայաստանի Հանրապետության 2006 թվականի պետական բյուջեի մասին» ՀՀ օրենք (ՀՕ-212-Ն, ՀՀ ՊՏ 2005/47 (449), 12.02.05):