



ՌՈՒԶԱՆ ՄԵԺՆՈՒՄՅԱՆ
*ՀՊՏՀ քիզնեսի կազմակերպման
ամբիոնի հայցորդ*

**ՏԱՐԱԾԱՇՐՋԱՆԱՅԻՆ
ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ
ՀՅՈՒՐԱՆՈՑԱՅԻՆ
ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՇՈՒԿԱՅՈՒՄ**

Հայաստանը տեղակայված է անցյալում քարավանների խաչմերուկ համարվող և այժմ այդպիսի կարգավիճակի հավակնող Հարավային Կովկասում, հարուստ է բազմաթիվ պատմամշակութային հուշարձաններով, յուրօրինակ բուսական և կենդանական աշխարհով, բարեխառն բնակլիմայական գոտիներով, իսկ տարածքի մեծ մասը լեռնային շրջաններ են: Այսինքն՝ Հայաստանը զբոսաշրջության մի քանի, օրինակ՝ գործարար, էկոլոգիական, բուժական և ծմեռային տեսակների զարգացման բավարար նախադրյալներ ունի, սակայն այժմ զբոսաշրջիկների մեծ մասը Հայաստան է այցելում պատմամշակութային հուշարձաններին ծանոթանալու նպատակով:

Էկոլոգիական զբոսաշրջության զարգացման նախադրյալ են բնակլիմայական պայմանները, բազմապիսի տեսարժան վայրերի առկայությունը, ազգային ավանդույթներն ու հարուստ մշակույթը: Բուժական նպատակներով Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկների հոսքը կարելի է բազմապատկել դեռևս խորհրդային տարիներից հայտնի առողջարանների վերակառուցման և միջազգային չափանիշներին համապատասխանեցնելու շնորհիվ:

Գործարար զբոսաշրջության զարգացմանը նպաստում է Մերձավոր Արևելքի, Սևծովյան ավազանի երկրներին և Իրանին մոտ գտնվելը, ինչպես նաև Հայաստանի տնտեսության որոշ ոլորտների առաջընթացը (գունավոր և թանկարժեք մետաղների արդյունահանումը, տեղեկատվական տեխնոլոգիաների բնագավառի մեծ ներուժի առկայությունը, բժշկական և բանկային ծառայությունների զարգացման միտումները և այլն):

Զմեռային զբոսաշրջության ակտիվացմանը, հետևաբար՝ զբոսաշրջության ընդգծված սեզոնայնության նվազմանը կարող են օգնել լեռնադահուկային և ծմեռային այլ մարզաձևերով զբաղվելու մեծ հնարավորությունները:

Տարածաշրջանի (երկրի)՝ որպես մրցակցային միավորի ռազմավարական նպատակը առաջնայնության ապահովումն է տևական ժամանակում,

իսկ երկրի մրցունակության վրա ազդում է տնտեսության ոլորտների, շուկաների և շրջակա միջավայրի ներդաշնակ փոխգործունեությունը:

Ջբոսաշրջության, մասնավորապես՝ հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի բարելավման համար կարևոր նշանակություն ունի Հայաստանի տարածքի գիտականորեն հիմնավորված գոտիների բաժանումը, հանգստյան գոտիների առանձնացումն ու դրանց հետագա կարգավիճակի հստակեցումը:

Հայաստանի տարածքի մի մասը (Շիրակի, Արագածոտնի, Վայոց ձորի մարզեր), որն այնքան էլ հարուստ չէ բնական ռեսուրսներով և պատմամշակութային հուշարձաններով, կարող է օգտագործվել միայն գյուղատնտեսական և որոշ արտադրությունների կազմակերպման նպատակներով, այսինքն՝ Ջբոսաշրջության զարգացման ներուժ չունեն:

Ջբոսաշրջության և հյուրանոցային տնտեսության վերլուծությունն ու պլանավորումը պահանջում են հաշվի առնել տարածաշրջանային մի քանի բնութագրեր, որոնցից հիմնականներն են.

- տնտեսության առաջատար ոլորտները,
- սոցիալ-տնտեսական բնութագրերը (քաղաքային և գյուղական բնակչության հարաբերակցությունը, կրթվածության մակարդակը և մասնագիտական որակավորման կառուցվածքը, բնակավայրերի զարգացման հեռանկարները և այլն),
- ազգային առանձնահատկությունները,
- սոցիալ-ժողովրդագրական կառուցվածքը (բնակչության սեռահասակային կազմը և ժողովրդագրական զարգացման հեռանկարները),
- նյութատեխնիկական բազայի բնութագիրը, մատչելիության պայմանները,
- տրանսպորտային ցանցը, զարգացման հեռանկարները,
- սոցիալական ենթակառուցվածքը:

Սույն ուսումնասիրության շրջանակներում տարածաշրջանը դիտարկվում է բացառապես հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի զարգացման տեսանկյունից, որի հիմքը, իր հերթին, Ջբոսաշրջության որոշակի տեսակների ներուժն է:

Հայաստանի տարածքը գոտիների բաժանելը հնարավորություն կտա հեռանկարում բնօգտագործման զարգացման մի քանի տարբերակ նախատեսել. առաջին՝ բնօգտագործման այժմյան միտումների պահպանում, այսինքն՝ զարգացնել հանքարդյունաբերությունը և ընդգծել էկոլոգիական հիմնախնդիրները, երկրորդ՝ ոչ մրցունակ կամ շրջակա միջավայրն աղտոտող արտադրությունների խիստ սահմանափակում, երրորդ՝ անցում բազմազանեցված բնօգտագործման, այսինքն՝ տնտեսության առաջնայինից դեպի երկրորդային և երրորդային հատվածներ (ծառայությունների ոլորտ) կապիտալի (ներդրումների) ներհոսքի խթանում:

Էկոլոգիական Ջբոսաշրջության զարգացման տեսանկյունից գրավիչ կարող են լինել պատմամշակութային հուշարձաններով հարուստ և գեղատեսիլ բնաշխարհով աչքի ընկնող Տավուշի, Սյունիքի և Լոռու մարզերը: Այդ տարբերակի իրագործումը ոչ միայն չի հակասի երկրի տնտեսական առաջխաղացման հեռանկարներին, այլև կթխի ինչպես կայուն զարգացման տրամաբանությունից, այնպես էլ կնպաստի մարզերի սոցիալ-տնտեսական համահարթեցմանը և նոր աշխատատեղեր ստեղծելով՝ զգալիորեն կմեղմի սոցիա-

լական լարվածությունը երկրում: Բացի դա, նշված մարզերի (նաև երկրի) տնտեսությունը կհենվի ոչ միայն (և ոչ այնքան) հումքային հատվածի, այլ նաև ծառայությունների ոլորտի վրա: Եթե հաշվի առնենք, որ նշված մարզերը հարյուրավոր կիլոմետրեր ընդհանուր սահման ունեն հարևան ոչ բարեկամ երկրների հետ, ապա ասենք, որ այդ սցենարը կարող է նպաստել նաև պաշտպանական նշանակության որոշ խնդիրների լուծմանը:

Ջրոսաշրջությունը և հյուրանոցային ծառայությունների շուկան իրենց բնույթով առավելապես միջազգային են և, ներքին շուկայի հետ սերտ կապի մեջ լինելով, կարող են նաև տարածաշրջանում կայունացման լուրջ դերակատարում ունենալ: Մեր կարծիքով՝ հատկապես երրորդ տարբերակը կարող է միջազգային շուկայի հետ ՀՀ հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի միասնացման և միջազգայնացման ծանրակշիռ նախադրյալ ծառայել:

Միջազգային փորձը ցույց է տալիս, որ որոշակի տարածքում հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի մակարդակը հիմնականում պայմանավորված է տվյալ տարածքի զբոսաշրջային ռեսուրսների նկատմամբ պահանջարկով, այլ ենթակառուցվածքների զարգացման, ինչպես նաև տվյալ տարածքում գործարար ակտիվության մակարդակով:

ՀՀ զբոսաշրջային ռեսուրսների նկատմամբ ներուժային պահանջարկը և զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների առկայությունը հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի առաջընթացի կարևոր գործոններ են: Անհրաժեշտ է կանխատեսվող պահանջարկը գնահատելիս հաշվի առնել հյուրանոցների կառուցման ու արդյունավետ գործունեության հնարավորությունները՝ ներառյալ դրանց վերաբերյալ կայացվող որոշումների էկոլոգիական, տնտեսական և սոցիալական հետևանքները: Որպես զբոսաշրջային ռեսուրսներ են ծառայում ՀՀ բնակլիմայական պայմանները (բուսական և կենդանական աշխարհը), ճարտարապետական և պատմական շինությունները, թանգարանները և ցուցահանդեսները:

Տրանսպորտային ենթակառուցվածքի զարգացման աստիճանը գործնականում էական ազդեցություն ունի ցանկացած տեսակի տնտեսական գործունեության համար: Տրանսպորտային մատչելիությունը հատկապես կարևորվում է անշարժ գույքի կառուցման ներդրումային նախագծերում: Ջրոսաշրջության տեսանկյունից դա ինտեգրալ ցուցանիշ է համարվում և ներառում է մինչև նշանակման վայր հեռավորությունը, ճանապարհորդության վրա կատարվող ժամանակային և դրամական ծախսերը, ճանապարհորդության հարմարավետությունը: Հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի համար այս գործոնի կարևորությունը պայմանավորված է նրանով, որ զբոսաշրջիկների ընդհանուր ծախսերի մեջ մեծ տեսակարար կշիռ ունի մինչև նշանակման վայր հասնելու, տեղավորվելու և այնտեղ կատարվող տրանսպորտային ծախսերի հանրագումարը:

Երկրի տնտեսական մակարդակը, միջազգային գործարար կապերի ընդլայնումը, երկրի տարածքում միջազգային երթուղիների խաչաձևումը նպաստում են գործարար մարդկանց ներհոսքին, հետևաբար՝ հյուրանոցային ծառայությունների նկատմամբ պահանջարկի մեծացմանն ու դրանց եկամուտների աճին: Գործարար զբոսաշրջությունն այժմ ողջ աշխարհում բնութագրվում է աճի բարձր տեմպերով: Ընդ որում, ցանկացած երկրում գործարար ակտիվության աճը սերտորեն կապված է տրանսպորտային ենթակառուցվածքի զարգացման մակարդակի հետ:

ՀՀ հյուրանոցային ծառայությունների շուկան փակ տնտեսական համակարգ է, քանի որ, բացի ոլորտին բնորոշ գործոններից, շուկայի զարգացման վրա ազդում են նաև միջազգային միջավայրը և հյուրանոցային ծառայությունների համաշխարհային շուկայի զարգացման գործոնները:

Հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի վրա միջազգային միջավայրի ազդեցության հարցերը լայնորեն քննարկվել են արտասահմանյան հեղինակների աշխատություններում¹, որտեղ առանձնացվում են այդ միջավայրի սոցիալական, տեխնոլոգիական, քաղաքական և տնտեսական գործոնները:

Սոցիալական միջավայրը բնութագրվում է հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի վրա ազդող, ժամանակակից հասարակության մեջ կատարվող հետևյալ փոփոխություններով. միջին վիճակագրական ընտանիքի անդամների քանակի նվազում, բնակչության կրթական մակարդակի բարձրացում, անհատի ինքնարտահայտման գործում կարիերայի, հասարակության մեջ կանանց դերի բարձրացում, ազատ ժամանակի աճ: *Տեխնոլոգիական միջավայրը*, որպես սպասարկման որակի բարելավման միջոց, նույնպես նպաստում է հյուրանոցային ծառայությունների զարգացմանը: Տեղեկատվական ռեսուրսների ընդլայնումը հնարավորություն է տալիս ավելի բազմակողմանիորեն ուսումնասիրելու հյուրանոցային ծառայությունների սպառողներին, հետևելու պահանջարկի կառուցվածքի փոփոխությանը, արագ արձագանքելու դրանց՝ կարգավորելով պահանջարկն ու առաջարկը:

Ողջ աշխարհում *բնապահպանական վիճակի* վատացման հետևանքով գործարարության ցանկացած տեսակի պարագայում կարևորվում է *էկոլոգիական միջավայրը*: Այսպես՝ մերձքաղաքային կամ էկոլոգիական զբոսաշրջության համար նախատեսվող հյուրանոցների շինարարությունը, ինչպես նաև դրանց տնտեսական գործունեությունը պատճառ են դառնում շրջակա միջավայրի այնպիսի փոփոխությունների, որոնք բացասաբար են անդրադառնում տվյալ տարածքի կենդանական և բուսական աշխարհի վրա:

Քաղաքական միջավայրի գործոններին են վերաբերում երկրի քաղաքական մթնոլորտը, զբոսաշրջության ոլորտում պետության վարած քաղաքականությունը, օտարերկրյա ներդրողների շահերի պաշտպանության քաղաքականությունը և այլն:

Տնտեսական միջավայրի վիճակի և հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի միջև ուղղակի կապ կա: Սղաճը, հարկային օրենսդրության մեջ կատարվող փոփոխությունները, ֆինանսական ճգնաժամերը, անձնական եկամուտների նվազումը և տնտեսական միջավայրի այլ գործոններ ազդում են առաջարկի ու պահանջարկի հարաբերակցության վրա՝ հյուրանոցային գործարարությունը դարձնելով ռիսկային: Եթե հաշվի առնենք նաև հյուրանոցների շինարարության տևողությունը և անշարժ գույքի շուկայի իրադրությունը, կտեսնենք, որ արտաքին միջավայրի ազդեցությամբ պայմանավորված ռիսկը գնալով մեծանում է:

Մասնագիտական գրականության ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ ցանկացած երկրում կամ տարածաշրջանում այդ ոլորտի վրա ուղղակի կամ անուղղակի ազդող հիմնական գործոններից առավելապես կարևորվում

¹ Տե՛ս **Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д.**, Маркетинг. Гостеприимство и туризм /учебник для вузов, пер. с англ., под ред. Р.Б. Ноздревой/. М., „ЮНИТИ“, 1998. **Lewis R.**, Marketing Leadership in Hospitality: foundations and practices/Robert C. Lewis, Richard E. Chambers. - New York: Van Nostrend Reimold, 1989. **Powers T.**, Introduction to Management in the Hospitality Industry. - 5th ed.- New York: John Wiley&Sons Inc., 1995:

են միջազգայնացումը և տեղեկացվածությունը: Առաջին գործոնն արտահայտվում է առաջատար խմբերի կողմից միջազգային հյուրանոցային շղթաների և միությունների ստեղծման ձգտմամբ: Համաշխարհային շուկայում հյուրանոցային շղթաները վերազգային ընկերությունների կարգավիճակ ունեն: Միջազգային փորձագետների գնահատականների համաձայն՝ վերջին շրջանում ստեղծվող վերազգային ընկերությունների մեծ մասը զբաղված է ծառայությունների ոլորտում²:

Հյուրանոցային շղթաների ձևավորումը նպաստում է նախ՝ ֆրանչայզինգի (վստահագրում) հիման վրա ֆրանշիզի (առանձնաշնորհ) պայմանագրի կնքմանը կամ գործարարության ընդլայնմանը, ապա՝ կառավարման պայմանագրերի կնքմանը: Ֆրանչայզինգը պայմանագրային պարտավորությունների վրա հիմնվող ռազմավարական միության այնպիսի տեսակ է, որը մայր կազմակերպությանը հնարավորություն է տալիս շուկայում իր մասնաբաժինը մեծացնելու ավելի արագ, քան գործարարության ավանդական ձևերի դեպքում է:

Միջազգային շուկայում կան հյուրանոցային շղթաներ, որոնցում բոլոր հյուրանոցները գործում են վստահագրման պայմանագրերի հիման վրա:

Հյուրանոցային գործում վստահագրման առավելություններից են.

- Հյուրանոցային մակնիշի նույնականացումը հնարավորություն է տալիս դուրսից դարձնելու համապատասխան ծառայություններից օգտվողների ընտրությունն այն երկրներում և քաղաքներում, որտեղ գործում է սպառողի նախընտրած մակնիշի հյուրանոցը: Օրինակ՝ գործարար նպատակներով այդ ծառայություններից օգտվող ընկերությունները հյուրանոցային շղթայի հետ միևնույն մակնիշի հյուրանոցներում մշտապես սպասարկվելու պայմանագիր են կնքում: Ըստ այդմ՝ սպառողների տվյալ հատվածը խթանում է հյուրանոցային շղթաների զարգացումը՝ նպաստելով գործունեության տվյալ տեսակի միջազգայնացմանը:

- Վստահագրման պայմանագրի կնքումը թույլ է տալիս օգտվել տեղերի պահուստավորման ու ամրագրման համակարգից (GDS): Խոշոր հյուրանոցային շղթաները սեփական համակարգն են ստեղծում՝ միասնականով նախ ազգային, ապա միջազգային համակարգերին: Վերջիններս ընդգրկում են ոչ միայն հյուրանոցային գործարարությունը, այլև զբոսաշրջության ողջ ոլորտը, ինչը նպաստում է ամբողջական տեղեկատվական համակարգ ձևավորելուն և զբոսաշրջիկին ճանապարհորդության վերաբերյալ անհրաժեշտ տեղեկություններ ստանալու հնարավորություն է տալիս:

- Վստահագրման դեպքում կողմերի փոխհարաբերությունները թույլ են տալիս սպասարկման որոշակի չափորոշիչներ սահմանել: Վստահագրողը մշտապես վերահսկում է իր շղթայի մեջ մտնող հյուրանոցների ծառայությունների որակը:

Շղթայում ներառված օբյեկտների նույնականացումը, բացի վերը թվարկած առավելություններից, ունի նաև կարևոր թերություն՝ դրանք կորցնում են իրենց եզակիությունը: Ուստի տնտեսական և իրավաբանական ինքնուրույնություն ու անհատականություն պահպանել ցանկացող հյուրանոցները ստեղծում են միավորումներ՝ որպես համապատասխան ծառայությունների իրացման այլընտրանքային տարբերակ:

² Տե՛ս **Jeannet J., Hennesey H.**, Global Marketing Strategies: 4th edition.-Boston: Houghton Mifflin Company, 1998, էջ 21:

Հյուրանոցային գործարարության միջազգայնացմանը և այդ ծառայությունների շուկայի զարգացմանը նպաստում է նաև կառավարման պայմանագրերի կնքումը: Դրանք կնքվում են կառավարչական ընկերության և հյուրանոցի սեփականատիրոջ միջև: Եթե վստահագրման պայմանագիրը հյուրանոցին տնտեսական առավելության հնարավորություն է տալիս, ապա կառավարչական պայմանագիրն առավելություն է ապահովում արհեստավարժ կառավարման ասպարեզում:

Բազմաթիվ երկրներում գործունեություն ծավալող հյուրանոցային միջազգային շղթաները հաճախ ստեղծում են մասնագիտացված կառավարչական ընկերություններ: Սովորաբար հյուրանոցի սեփականատերը կառավարման պայմանագիր է կնքում այն դեպքում, երբ հյուրանոցը 300-ից ավելի համար է ունենում: Սակայն պայմանագրային կառավարումը հյուրանոցի սեփականատիրոջ համար որոշ չափով ռիսկային է: Այդ պատճառով պայմանագրի կարևոր պայմաններից մեկը կառավարող ընկերության՝ հյուրանոցի սեփականությանը բաժնեմասնակցությունն է:

Հյուրանոցային ծառայությունների միջազգային շուկայի մյուս գործոնը տեղեկացվածությունն է, որն արտահայտվում է տեղեկատվական նոր տեխնոլոգիաների տարածմամբ և կիրառմամբ:

Ներկա պայմաններում տեղեկատվական տեխնոլոգիաների լայնածավալ օգտագործումը ձևավորում է շուկայական տարածքի երկու՝ իրական և վիրտուալ տեսակ: Վիրտուալը ապրանքների ու ծառայությունների իրացման աճի և սպառողների ժամանակի տնտեսման կարևոր գործոն է: Ջրոսաշրջության և հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի համար կարևոր է տեղերի պահուստավորման և ամրագրման բազմագործառնական համակարգը, որն առաջատար ընկերությունների շրջանում աչքի է ընկնում տեխնիկական բարձր մակարդակով. օրինակ՝ Amadeus համակարգի մեջ մտնող Amadeus Global Travel Distribution-ը, Amadeus Air-ը, Amadeus Fare Guote-ը, Amadeus Hotels-ը, Amadeus Cars-ը: Amadeus Hotels-ը աշխարհի հյուրանոցների վերաբերյալ պարունակում է հետևյալ տեղեկությունները՝ հյուրանոցի տեղաբաշխման վայրը (շրջանը, քաղաքը, քաղաքի թաղամասը), ազատ տեղերի առկայությունը, հյուրանոցային շղթային պատկանելությունը, ծառայությունների տեսակները, դրանց արժեքները, վճարման պայմանները և այլն: Amadeus³ համակարգի միջոցով տեղեր են ամրագրվում աշխարհի 35000 հյուրանոցներում: Հյուրանոցային տեղերի ամրագրման մյուս խոշոր համակարգերից են Galileo-ն (30000 հյուրանոց) և Worldspan-ը (39000 հյուրանոց և 216 հյուրանոցային ցանցեր)⁴: Բնակչության զբաղվածության կառույցները վկայում են դրանց միջոցով նոր աշխատատեղերի ստեղծման և սոցիալ-տնտեսական զարգացմանը նպաստելու մասին:

Միջազգային միջավայրի և հյուրանոցային ծառայությունների համաշխարհային շուկայի զարգացման միտումների ուսումնասիրությունը կարևոր նշանակություն ունի մեր երկրում այդ ոլորտի վերլուծության և զարգացման պլանավորման համար: Դա նպաստում է թե՛ շուկայական մեխանիզմների կատարելագործմանը, թե՛ միջազգային մեր շուկայի միասնացմանը: Հայաստանի աշխարհագրական դիրքը և տնտեսական առանձնահատկություն-

³ Տե՛ս www.amadeus.net 2013

⁴ Տե՛ս www.alltravelworld.ru 2013

ները պայմանավորում են միջազգային միտումների որոշակի սահմանափակումներ:

Այսպիսով՝ վստահագրման հիման վրա հյուրանոցային շղթաների ձևավորումը տվյալ շուկայի զարգացման հեռանկարային և տնտեսապես արդարացված ուղղություն է, որի հիմնական առավելությունը սպառողների սպասարկման ավելի բարձր չափորոշիչների կիրառումն է: Միևնույն ժամանակ, կառավարման պայմանագրերի կնքումը, մեր երկրում համապատասխան մասնագետների սակավության պատճառով, սահմանափակումներ ունի:

Հայաստանում հավատարմագրային կառավարման պայմանագրերի կնքմանն ու հյուրանոցների կառավարման որոշ խնդիրների լուծմանը կարող է նպաստել հյուրանոցային միավորումների ստեղծումը: Դա նաև ազգային հիմնական հատկանիշները պահպանելու, լրացուցիչ սպառողներ ներգրավելու, հյուրանոցային ծառայությունների պահանջարկը մեծացնելու և շուկան զարգացնելու հնարավորություն կտա:

РУЗАН МЕЖЛУМЯН

Соискатель кафедры
„Организации бизнеса” АГЭУ

Региональные особенности на рынке гостиничных услуг.— В рамках представленного исследования рынок рассматривается исключительно с точки зрения развития потенциала рынка гостиничных услуг, основа которых развитие некоторых форм туристического потенциала. Формирование гостиничных сетей, основанных на сертифицировании является стратегически важным и экономически выгодным направлением развития на рынке гостиничных услуг, главное преимущество которых более высокий стандарт уровня обслуживания потребителей.

RUZAN MEZHLUMYAN

Researcher at the Chair of
„Business Administration” at ASUE

Regional Features of Hotel Services Market.— In the present investigation the market is determined only in terms of the development potential of hotel services market, the basis of which is the development of some forms of tourism potential.

The formation of hotel chains on the basis of certification, is considered to be a strategically essential and economically profitable way of developing the hotel services market.

The main advantage of hotel industry is the high standard of consumer services.