



ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅՈՒՆ

ՄԱՐԻՆԵ ԱՌԱՔԵԼՅԱՆ

ՀՊՏՀ հակաձգնաժամային և զբոսաշրջության
կառավարման ամբիոնի ասիստենտ,
տնտեսագիտության թեկնածու

ՀՀ ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԱՐԴԻ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ

Զբոսաշրջությունը Հայաստանի արտահանման երկրորդ խոշորագույն ոլորտն է, և դրա ազդեցության շրջանակը չի սահմանափակվում զուտ տնտեսական գործընթացներով, այլ ուղղակի և անուղղակի ձևով նպաստում է սոցիալ-տնտեսական մի շարք խնդիրների լուծմանը: Սույն հոդվածում փորձ է արվել ներկայացնելու վերջին տարիներին ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի զարգացման հիմնական միտումները համաշխարհային և տարածաշրջանային համատեքստում և կատարելու ոլորտը բնութագրող հիմնական ցուցանիշների վերլուծություն:

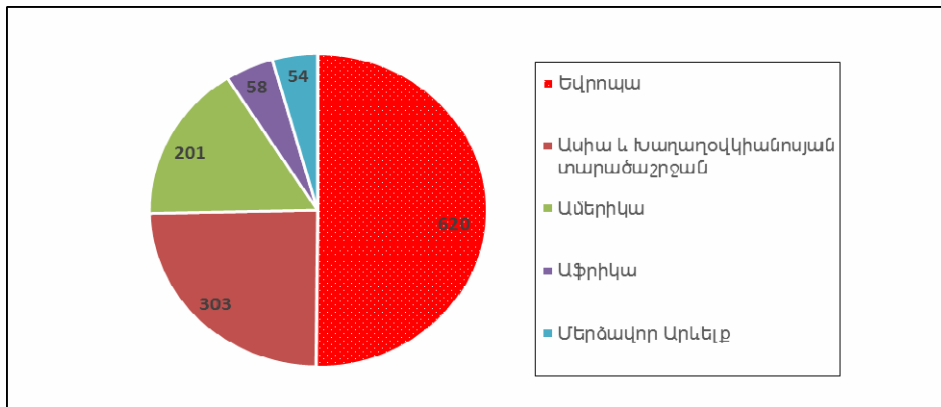
Հիմնաբառեր. զբոսաշրջային ծառայություններ, զբոսաշրջային այցելություններ, մակրոտնտեսական ցուցանիշներ, բազմարկչային (մուլտիպլիկացիոն) ազդեցություն, հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներ

JEL: L8, L83

Զբոսաշրջության ոլորտը տնտեսական գործունեության տեսակների համախումբ է, որը բավարարում է ազգաբնակչության սոցիալ-տնտեսական պահանջմունքները ծառայությունների մատուցման, բարիքներ առաջարկելու և իրացնելու ճանապարհով: Ազգային տնտեսության համակարգում զբոսաշրջային ծառայությունները մեծ նշանակություն ունեն: Դա բացատրվում է նրանով, որ նյութական բարիքների արտադրության և փոխանակման համակարգում գործում են սպասարկող ենթահամակարգեր՝ տրանսպորտ, հեռահաղորդակցություն, տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ, ապահովագրական և այլ կառույցներ: Փաստորեն, զբոսաշրջային ծառայությունների մատուցման ոլորտը նյութական բարիքների բաշխման և սպառման գործընթացում բավա-

կանին ընդլայնվում է: Բավարարելով ազգաբնակչության սոցիալ-տնտեսական պահանջները՝ ծառայություններ են մատուցվում պատմամշակութային վայրերի վերաբերյալ տեղեկատվության տրամադրման, հանգստի, ճանաչողական, զվարճանքների, կրթության, առողջավերականգնողական բնագավառներում: Հետևաբար՝ զբոսաշրջային ծառայությունների ոլորտը միտված է սպասարկելու տնտեսական համակարգի «ամբողջ օրգանիզմը»՝ բոլոր մակարդակներում ապահովելով տնային տնտեսությունների, հանրային և ձեռնարկատիրական գործունեության կայուն զարգացումը: Ընդ որում, ծառայությունների մատուցման գործընթացը ներդաշնակություն է ապահովում տնտեսական գործունեության համակարգում:

Հետևաբար՝ զբոսաշրջային ծառայությունները կարող են ոչ միայն տարաբնույթ թիրախային ուղղություններ ունենալ տնտեսական համակարգի տարբեր հարթություններում, այլ նաև փոխկապակցել մի քանի ճյուղեր և ստեղծել ներդաշնակ գործող տնտեսական օրգանիզմ՝ ապահովելով զբոսաշրջության մեծ հոսքեր: 2016 թ. զբոսաշրջային այցելությունները ամբողջ աշխարհում ավելացել են 3.9%-ով՝ կազմելով 1.235 միլիարդ մարդ¹: Հարկ է նշել, որ վերջին տարիներին, անկախ աշխարհագրական ռիսկերից, շուկայական այն բոլոր հատվածները, որոնք ավանդաբար, պահանջարկի առումով, համարվել են ակտիվ, ի տարբերություն առաջարկի, համակարգային փոփոխություններ հիմնականում չեն կրել: Զբոսաշրջության առաջատար տարածաշրջանը, ինչպես և նախորդ տարիներին, Եվրոպան է (2016 թ. գրանցվել է ավելի քան 620 միլիոն զբոսաշրջային այցելություն), երկրորդը՝ Ասիան և Խաղաղօվկիանոսյան շրջանը՝ 303 միլիոն, այնուհետև Ամերիկան՝ 202 միլիոն: Աֆրիկան և Մերձավոր Արևելքը չորրորդ ու հինգերորդ տեղերում են. համապատասխանաբար՝ 58 և 54 միլիոն (գծապատկեր 1):



Գծապատկեր 1. Միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների բաշխվածությունն ըստ տարածաշրջանների 2016 թ. (միլիոն մարդ)²

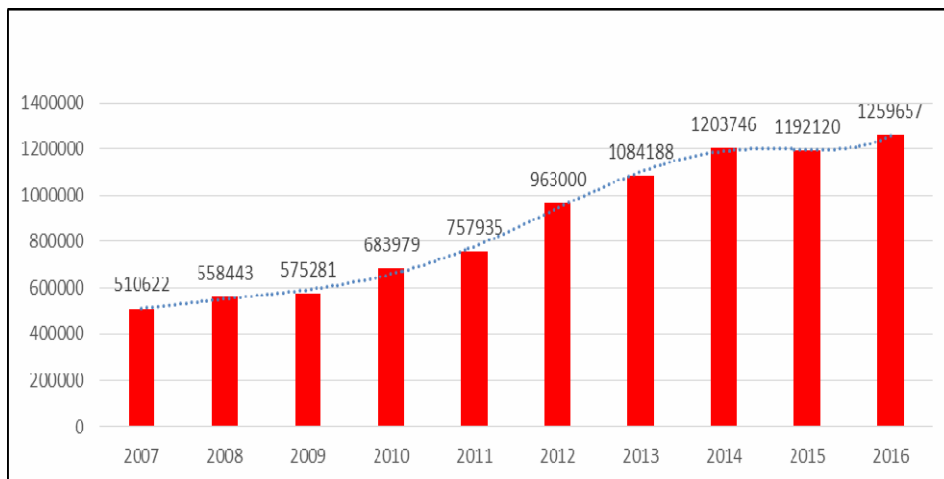
Աշխարհի բոլոր երկրներն ունեն բնական և վերականգնողական (ռելիքեացիոն) այս կամ այն տեսակի ռեսուրսներ, որոնք կարող են հետաքրքրություն առաջացնել ժամանցի, հանգստի կազմակերպման և բուժման տեսան-

¹ St'u World Tourism Organization (UNWTO), Sustained Growth in International Tourism Despite Challenges [Press release], January 2017:

² St'u World Tourism Organization (UNWTO), World Tourism Barometer, Volume 15, 2017, էջ 5-6:

կյունից: Ջրոսաշրջության զարգացման նպատակով եվրոպական խոշոր քաղաքներում տեղի են ունենում միջազգային տարեկան ցուցահանդեսներ, որոնց մասնակցում են զբոսաշրջության ոլորտի բազմաթիվ ներկայացուցիչներ ամբողջ աշխարհից, ինչը բարձրացնում է երկրի ճանաչելիության աստիճանը միջազգային շուկաներում, նպաստում գործարար կապերի հաստատմանը և զբոսաշրջային հոսքերի ավելացմանը: Միևնույն ժամանակ, առավել մեծ հետաքրքրություն են ներկայացնում բոլոր այն երկրները, որոնք աչքի են ընկնում նաև սպասարկման բարձր մակարդակով: Այդ է պատճառը, որ Ֆրանսիան, ԱՄՆ-ը, Իսպանիան, Իտալիան, որոնք հայտնի են համաշխարհային հռչակ ունեցող բնական և վերականգնողական ռեսուրսներով, սպասարկման բարձր մակարդակով, այժմ ամեն տարի ընդունում են միլիոնավոր օտարերկրյա այցելուների և դրանով ապահովում հսկայական եկամուտներ:

Վերջին տարիներին ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտում ևս գրանցվել են զարգացման բարձր տեմպեր: Այցելուների թիվը վերջին 10 տարիներին, բացառությամբ 2015 թվականի, տարեցտարի աճել է (գծապատկեր 2):



Գծապատկեր 2. ՀՀ ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների քանակի աճի շարժընթացը 2007–2016 թթ.³

Ըստ գծապատկերի՝ 2016 թ. ՀՀ է ժամանել 1 259 657 զբոսաշրջիկ կամ, 2015 թ. նույն ժամանակահատվածի համեմատությամբ, ցուցանիշն աճել է 5.7%-ով: Նշենք նաև, որ զբոսաշրջության նպատակով 2016 թվականին Հայաստանի Հանրապետությունից մեկնել է 1 262 687 մարդ կամ, 2015 թ. համապատասխան ժամանակաշրջանի համեմատությամբ, ցուցանիշն աճել է 6.3%-ով⁴: Հետազոտությունները փաստում են նաև Հայաստանի ներքին զբոսաշրջության աճի մասին: Վիճակագրական տվյալների համաձայն՝ Հայաստանի Հանրապետության տարածքում տեղաբաշխված զբոսաշրջիկների կոլեկտիվ և անհատական տեղավորման միջոցներում (կացարաններում)

³ Տե՛ս Հայաստան կատարած ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների քանակի աճի դինամիկան 2003–2016 թթ., <http://mineconomy.am/hy/89>

⁴ Տե՛ս Հայաստանի Հանրապետության սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2016 թ. հունվար-դեկտեմբերին, Եր., ԱՎԾ, 2016 թ., էջ 125:

2016 թ. տեղավորվել է 9 799 68 զբոսաշրջիկ (ՀՀ ռեզիդենտ)՝ 12.4%-ով ավելի, քան 2015 թվականին⁵: Եվ չնայած այն հանգամանքին, որ սպասարկող ենթակառուցվածքներն էապես բարելավել են որակը, մասնագետների մեծ մասն այն կարծիքին է, որ զբոսաշրջիկներին ներգրավելու համար դեռ անելիքներ շատ կան, և ՀՀ զբոսաշրջության մրցունակության մակարդակը չի համապատասխանում առկա ներուժին: Այս համատեքստում ներկայացնենք Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի զբոսաշրջության մրցունակության զեկույցը⁶ և դիտարկենք Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտի մրցունակությունը ԱՊՀ և հարևան երկրների համեմատությամբ (աղյուսակ 1):

Աղյուսակ 1

Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտի մրցունակությունը ԱՊՀ և հարևան երկրների համեմատությամբ՝ 2016 թ.⁷

Երկիրը	Համաթվի արժեքը	Ձբաղեցրած դիրքը (136 երկրների շարքում)	Դիրքի փոփոխությունը 2015/2016 թթ.
ՈՂ	4.15	43	+2
Ադրբեջան	3.70	71	+13
Ղազախստան	3.59	81	+4
Մոլդովա	3.09	117	-6
Ղրղզստան	3.0	115	+1
Տաջիկստան	3.18	107	+12
Հայաստան	3.53	84	+5
Իրան	3.43	93	4
Թուրքիա	4.14	44	0
Վրաստան	3.70	70	+1

Ըստ աղյուսակ 1-ի տվյալների՝ ներկայացված երկրների ցանկում ամենամրցունակ երկիրը, ինչպես և նախորդ տարիներին, շարունակում է մնալ ՈՂ-ն (դիրքը նախորդ տարվա համեմատությամբ բարելավվել է 2 հորիզոնականով): ԱՊՀ տարածաշրջանի և հարևան երկրների խմբում զգալի առաջընթաց են արձանագրել Ադրբեջանը (13 կետով՝ 71-րդ տեղ) և Տաջիկստանը (12 կետով՝ 107-րդ տեղ): Հետընթաց է արձանագրել Մոլդովան (6 կետով՝ 117-րդ տեղ): Համաձայն զբոսաշրջության մրցունակության զեկույցի՝ 2016 թ. 136 երկրների շարքում Հայաստանը զբաղեցրել է 84-րդ հորիզոնականը՝ 2015 թ. 89-րդի փոխարեն: Ձբոսաշրջության ոլորտում աշխարհի ամենամրցունակ երկրների ցանկը 2016 թ. գլխավորել են Իսպանիան, Ֆրանսիան և Գերմանիան: Առաջատար տասնյակում նրանց հաջորդել են Ճապոնիան, Մեծ Բրիտանիան, ԱՄՆ-ը, Ավստրալիան, Իտալիան, Կանադան և Շվեյցարիան⁸:

Հատկանշական է, որ զբոսաշրջությունը Հայաստանի արտահանման երկրորդ խոշորագույն ոլորտն է հանքահումքային արտադրանքի և մետաղների արտահանումից հետո և ապահովում է ծառայությունների արտահանման կեսից ավելին: Ձբոսաշրջության ոլորտի ազդեցության շրջանակը չի

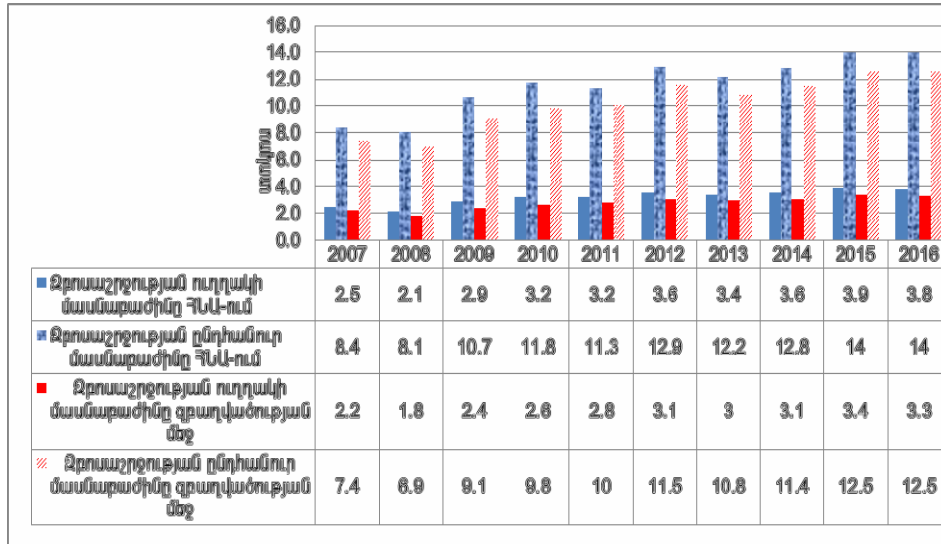
⁵ Տե՛ս Հայաստանի Հանրապետության սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2017 թ. հունվարին, Եր., ԱԿԾ, 2017, էջ 90:

⁶ Ձեկույցը բազմաչափ վերլուծություն է երկրի՝ որպես զբոսաշրջության կենտրոնի ուժեղ և թույլ կողմերը գնահատելու տեսանկյունից:

⁷ Տե՛ս **Crotti R. and Misrahi T.**, The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017: Paving the Way for a More Sustainable and Inclusive Future, World Economic Forum (WEF), Geneva, 2017, էջ 11:

⁸ Տե՛ս նույն տեղը:

սահմանափակվում զուտ տնտեսական գործընթացներով. ուղղակի և անուղղակի ձևով ազդում է ընդհանուր տնտեսության վրա, ինչն արտացոլվում է մակրոտնտեսական մի շարք ցուցանիշներում (գծապատկեր 3):



Գծապատկեր 3. *Ձբոսաշրջության ուղղակի և անուղղակի ազդեցությունը ՀՆԱ-ի և զբաղվածության վրա 2007-2016 թթ.⁹*

Նշենք, որ ծառայությունների մատուցման ոլորտն առանձնանում է տնտեսության իրական հատվածում բազմարկչային ազդեցության ձևավորմամբ: Հետևաբար՝ ծառայությունների մատուցումը տնտեսական համակարգում դրսևորվում է ոչ միայն ուղղակի, այլև անուղղակի էֆեկտով՝ բազմապատիկ ներազդեցություն ունենալով մակրոտնտեսական ցուցանիշների վրա: Այսպես՝ զբոսաշրջային գործունեությունը անմիջական ներգործություն է ունենում տարածաշրջանի սոցիալական, մշակութային, կրթական, տնտեսական ոլորտների վրա: Ձբոսաշրջիկները, գումարներ ծախսելով հյուրանոցներում, հասարակական սննդի օբյեկտներում, տրանսպորտում, ներագրում են այցելած երկրի տնտեսության վրա:

Տնտեսության վրա զբոսաշրջային արդյունաբերության բազմարկչային ազդեցությունը պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ, օրգանապես սերտ կապվածություն ունենալով մի շարք ոլորտների հետ, խթանում է վերջիններիս զարգացումը: Այսպես՝ զբոսաշրջային արդյունքը չի կարող ձևավորվել և իրացվել առանց հյուրանոցային տնտեսության գործունեության, հասարակական սննդի ցանցի, ապահովագրական ընկերությունների և ֆինանսական համակարգերի աջակցության, պատմամշակութային, առողջարանային համալիրների, որոնք առաջարկվող զբոսաշրջային փաթեթի մասն են կազմում և մշտապես զարգանում են: Ձբոսաշրջության դերը խիստ կարևորվում է նաև աշխատատեղերի ստեղծման և բնակչության զբաղվածության ավելացման տեսանկյունից, որը ժամանակակից պայմաններում հրատապ խնդիր է դարձել ոչ միայն ՀՀ-ի, այլև աշխարհի բոլոր երկրների

⁹ St'u Free data, statistics, analysis, visualization & sharing,
<https://knoema.com/atlas/Armenia/topics/Tourism>

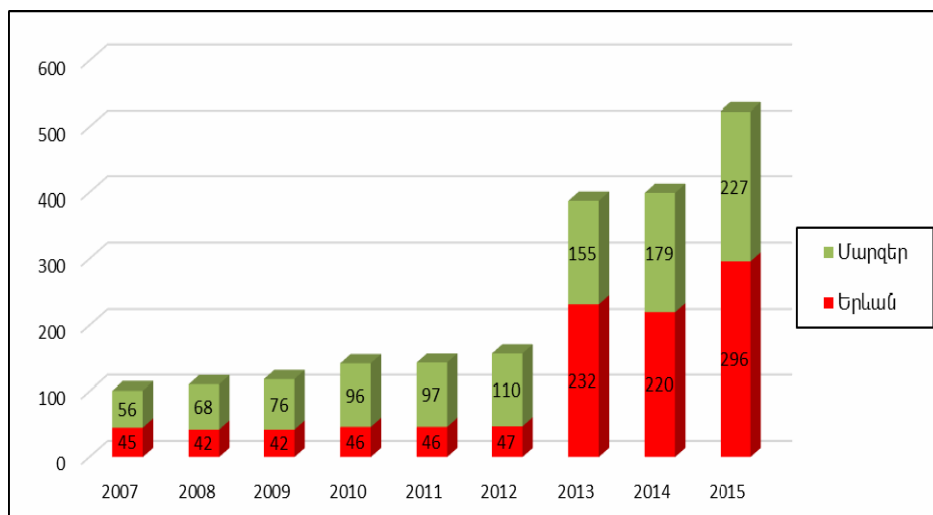
համար: Բավական է նշել, որ մեկ զբոսաշրջիկի համալիր սպասարկումը ներկայումս համարժեք է 9 նոր աշխատատեղերի ստեղծմանը¹⁰:

Ավելին, ՀՀ տնտեսության մեջ զբոսաշրջության մասնաբաժինը 2016 թ. կազմել է.¹¹

- ՀՆԱ 14%-ը կամ 736.0 միլիարդ ՀՀ դրամ, որը, ըստ կանխատեսումների, 2027 թ. կազմելու է ՀՆԱ 13.8%-ը:
- Արտահանման 28%-ը կամ 446.1 միլիարդ ՀՀ դրամ:

Զբոսաշրջության ոլորտում կապիտալ ներդրումների ծավալը կազմել է 48.9 միլիարդ ՀՀ դրամ կամ ընդհանուր ներդրումների 4.4%-ը: 38500 մարդ, որը ընդհանուր աշխատուժի 3.3%-ն է, աշխատում է այս բնագավառում: Ընդհանուր աշխատողների թիվը կազմել է 143500 մարդ կամ ամբողջ զբաղվածների 12.5%-ը:

Զբոսաշրջության զարգացմանը զուգընթաց, Հայաստանում ավելացել են նաև հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտները: Ըստ պաշտոնական վիճակագրության տվյալների՝ այսօր ՀՀ-ում գործում է շուրջ 523 հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտ (ներառված չեն զբոսաշրջային տները), որից 296-ը՝ Երևանում, իսկ 227-ը՝ մարզերում (գծապատկեր 4): Բացի այս օբյեկտներից, Հայաստանում գործում են ավելի քան 210 զբոսաշրջային տներ (B&B), որոնք հիմնականում տեղակայված են գյուղական համայնքներում:



Գծապատկեր 4. Հայաստանում գործող հյուրանոցների և հյուրանոցատիպ հանգրվանների քանակը՝ ըստ մարզերի և Երևան քաղաքի 2007-2015 թթ.¹²

Ըստ գծապատկեր 4-ի, վերջին տարիներին հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների թիվը ՀՀ-ում մոտ հինգ անգամ ավելացել է: Բնականաբար, հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների թվի ավելացումը հանգեցնում է ոլորտում մրցակցության մեծացմանը, ինչը, հատկապես բարձրակարգ

¹⁰ St'u World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Global Economic Impact and Issues 2017, London, 2017, էջ 3:

¹¹ St'u World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2017 Armenia, London, 2017, էջ 1-5:

¹² Գծապատկերը կազմվել է «Հայաստանը թվերով»՝ 2010, 2011, 2013 և 2016 թթ. ԱՎԾ հրապարակումների հիման վրա:

հյուրանոցների դեպքում, որակ/զին համադրությունը հոգուտ հաճախորդների բարելավելու նախապայման է: Ընդ որում, աճի մեծ մասը բաժին է ընկել Երևանին, որտեղ հյուրանոցների թիվը 45-ից հասել է 296-ի, իսկ մարզերում հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների թիվը վերջին տարիներին ավելացել է 171-ով՝ կազմելով 227:

Հյուրանոցային տնտեսության ոլորտի մեծությունը չափելու համար կարելի է դիտարկել հասույթը: 2016 թ. տարեկան տվյալները դեռևս չեն հրապարակվել: Ըստ պաշտոնական վիճակագրության՝ 2015 թ. հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների ընդհանուր հասույթը կազմել է 33.9 միլիարդ դրամ, որը, նախորդ տարվա համեմատությամբ, ավելացել է 49%-ով: Նշենք նաև, որ հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների հասույթի շուրջ 87%-ը բաժին է ընկել Երևանին¹³: Այնուհանդերձ, կարծիք կա, որ պաշտոնական վիճակագրությունը թերի է և չի արտացոլում հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների իրական հասույթի մեծությունը: Եթե իսկապես շրջանառությունն ավելի մեծ է, քան հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների ներկայացրած ցուցանիշներն են, ապա դա կարող է լուրջ բացասական ազդեցություն ունենալ ընդհանուր շուկայի վրա: Բանն այն է, որ ներդրողները, ովքեր հետաքրքրվում են շուկայով, հաճախ որպես հիմք են ընդունում պաշտոնական տվյալները, իսկ շուկայի փոքր ծավալները կարող են երկիրը ոչ գրավիչ դարձնել նրանց համար: Այսինքն՝ ոլորտի իրական ծավալները ավելի փոքր ներկայացնելը կարող է խոչընդոտել շուկայում ներդրումների ներգրավմանը:

Ավելին, խոշոր եկամուտներ ապահովող ՀՀ հյուրանոցները նաև խոշոր հարկատուներ են: ՀՀ տնտեսության 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում հյուրանոցներ շահագործող ընկերություններից առաջինը «Օնիրա Քլաբ»-ն է, որը 2016 թ. հանրապետության 22-րդ խոշոր հարկատուն էր. վճարել է 4.7 միլիարդ դրամի հարկ: Ընկերությունը շահագործում է «Մուլտի Գրանդ հոթելը»¹⁴: Հաջորդը «Արմենիա հյուրանոցային համալիրն» է, որը շահագործում է «Արմենիա Մարիոթ հյուրանոցը»: Վերջինս խոշոր հարկ վճարողների ցանկում 86-րդն է. վճարել է 1.46 միլիարդ դրամի հարկ: Ուշագրավ է, որ «Գոլդեն Փելիս հյուրանոց» ընկերությունը, որը շահագործում են Ծաղկաձորում գտնվող «Գոլդեն Փելիս» և Երևանում գտնվող «Ռեդիսոն բլու հոթել Երևան» հյուրանոցները, խոշոր հարկատուների ցանկում 572-րդ տեղում է. տարվա ընթացքում վճարել է ընդամենը 194.6 միլիոն դրամի հարկ¹⁵:

Փաստորեն, զբոսաշրջությունն երկրի սոցիալ-տնտեսական զարգացման ներկա փուլում կարող է շարժիչ ուժ դառնալ տնտեսության այլ ոլորտների զարգացման խթանման և մի շարք սոցիալ-տնտեսական խնդիրների լուծման համար: Այս բնագավառում տարբեր հարկատեսակներից ստացվող մուտքերի հաշվին ավելացող պետական եկամուտները կարող են նպաստել նաև տնտեսության ընդհանուր զարգացմանը: Նպատակի կենսագործման համար անհրաժեշտ է իրականացնել զբոսաշրջության խթանման այնպիսի ռազմավարություններ, որոնք ունակ են երկրի ներսում զարգացնելու բազմաբովանդակ զբոսաշրջության որակապես նոր արդյունքներ՝ ապահովելով ազգային

¹³ Տե՛ս Հայաստանը թվերով – 2016, Եր., ԱՎԾ, 2016 թ., էջ 47:

¹⁴ Հարկերի ծավալը պայմանավորված է միայն հյուրանոցի շահագործմամբ: Ընկերությունը շահագործում է նաև հանրապետության ամենամեծ խաղատունը և այլ օբյեկտներ:

¹⁵ Տե՛ս 2016 թ. հունվար-դեկտեմբեր ամիսների արդյունքներով առաջին 1000 խոշոր հարկ վճարողների և նրանց կողմից վճարված հարկերի և տուրքերի մեծությունների ցանկը.
<http://taxservice.am/Content.aspx?itn=TILists>

հոգևոր և պատմամշակութային ժառանգության պահպանումը և այդ արժեքների վերարտադրության համար անհրաժեշտ նախադրյալների ստեղծումը: Միևնույն ժամանակ, հարկ է նշել, որ թեև զբոսաշրջությունը իր գործառնությունով ունի բավականին մեծ ներուժ՝ ծառայելու որպես տնտեսական զարգացման գործիք, այնուամենայնիվ, չի կարող ապահովել տնտեսական բոլոր խնդիրների լուծումը: Յուրաքանչյուր երկրի կառավարություն պետք է մեծ ջանքեր գործադրի՝ զբոսաշրջությունից ստանալու ոչ միայն բարձր եկամուտներ, այլ նաև ուշադրություն դարձնի զբոսաշրջությանն ուղղված այն ծախսերին, որոնք կարող են նպաստավոր նախադրյալներ ստեղծել զբոսաշրջության հետագա զարգացման համար:

Կարծում ենք՝ առաջիկա տարիներին երկրի բրենդինգի, առաջնության և նոր զբոսաշրջային փաթեթների զարգացման միջոցառումների իրականացմանը զուգահեռ, ՀՀ տնտեսական զարգացման և ներդրումների նախարարության զբոսաշրջության զարգացման պետական կոմիտեի առաջնային խնդիրներից պետք է լինի ոլորտի վիճակագրության տվյալների բազաների ընդլայնումը կամ գնահատման նոր մեխանիզմների մշակումը և ներդրումը, որոնք առավել համապարփակ վերլուծությունների հնարավորություն կընձեռեն: Արդյունքում և՛ տեղական ներդրողները, և՛ միջազգային գործընկերները կունենան արժանահավատ տեղեկատվական բազա գործարար որոշումների կայացման և զբոսաշրջության ոլորտում երկարաժամկետ ներդրումների ներգրավման համար:

Օգտագործված գրականություն

1. Հայաստանի Հանրապետության սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2016 թ. հունվար-դեկտեմբերին, Եր., ԱՎԾ, 2016:
2. Հայաստանի Հանրապետության սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2017 թ. հունվարին, Եր., ԱՎԾ, 2017:
3. Հայաստանը թվերով՝ 2010, 2011, 2013, 2016, Եր., ԱՎԾ հրապարակումներ:
4. Հայաստան կատարած ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների քանակի աճի դինամիկան 2003–2016 թթ.՝ <http://mineconomy.am/hy/89>
5. 2016 թ. հունվար-դեկտեմբեր ամիսների արդյունքներով առաջին 1000 խոշոր հարկ վճարողների և նրանց կողմից վճարված հարկերի և տուրքերի մեծությունների ցանկը. <http://taxservice.am/Content.aspx?itn=TILists>
6. Crotti R. and Misrahi T., The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017: Paving the Way for a More Sustainable and Inclusive Future, World Economic Forum (WEF), Geneva, 2017.
7. World Tourism Organization (UNWTO), Sustained Growth in International Tourism Despite Challenges [Press release], January 2017.
8. World Tourism Organization (UNWTO), World Tourism Barometer, Volume 15, 2017.
9. World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Global Economic Impact and Issues 2017, London, 2017.
10. World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2017, Armenia, London, 2017.
11. Free data, statistics, analysis, visualization & sharing, <https://knoema.com/atlas/Armenia/topics/Tourism>

МАРИНЕ АРАКЕЛЯН

*Ассистент кафедры антикризисного управления
и управления туризмом АГЭУ,
кандидат экономических наук*

Современные тенденции в развитии туризма

РА. Туризм является вторым по величине направлением экспорта Армении, и масштабы его влияния не ограничиваются чисто экономическими событиями, но прямо и косвенно способствуют решению целого ряда социальных и экономических проблем. Наша статья представляет основные тенденции развития в индустрии туризма РА в глобальном и региональном контексте за последние годы, а также анализирует основные показатели, характеризующие развитие этого сектора.

Ключевые слова: туристические услуги, туристические визиты, макроэкономические показатели, мультипликационный эффект, гостиничные объекты.
JEL: L8, L83

MARINE ARAKELYAN

*Assistant at the Chair of Crisis and Tourism
Management at ASUE, PhD in Economics*

Current Development Trends of the RA Tourism. Tourism is Armenia's second largest export sector, and the scope of its influence is not limited to purely economic developments, but directly and indirectly contributes to the solution of a number of social and economic problems. This article attempts to present the main trends of the RA tourism industry development in the recent years in the global and regional context, and to analyze the main indicators characterizing the development of this sector.

Key words: tourist services, tourist arrivals, macroeconomic indicators, multiplier effect, hotels facilities.
JEL: L8, L83