

# ՀՀ ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ՎԵՐԱԿԱՆԳՆՄԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ ՀԱՄԱՎԱՐԱԿԻ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ

## Գայանե Ռուբիկի Թովմասյան

Հոդվածը ստացվել է՝ 15.03.2022թ., գրախոսման ուղարկվել է՝ 23.03.2022թ., տպագրման երաշխավորվել է՝ 18.04.2022թ.

### Ներածություն

Համավարակի հետևանքով տուժեց զբոսաշրջությունն ամբողջ աշխարհում: 2020 թ.-ի ոլորտի կտրուկ անկումից հետո 2021 թ. ընթացքում նկատվեց աստիճանական վերականգնում: Արդյունքում, շարունակվող համավարակի պայմաններում 2021 թ. միջազգային զբոսաշրջիկների թվաքանակն աշխարհում կազմեց շուրջ 415 միլիոն մարդ (2020 թ. կազմել էր 381 միլիոն մարդ), ինչը 2019 թ. ցուցանիշից դեռևս ցածր է 72%-ով: Ըստ նախնական տվյալների՝ միջազգային զբոսաշրջության արտահանումից եկամուտները 2021 թ. կազմել են 700 մլրդ դոլար: ՉՀՎ փորձագետների 58%-ը կարծում է, որ ոլորտը կսկսի աշխուժանալ 2022 թ. երրորդ եռամսյակից, 42%-ը՝ 2023 թ.-ին, իսկ 64%-ը կարծում է, որ 2019 թ. գրանցված ցուցանիշները հնարավոր կլինի վերականգնել միայն 2024 թ., կամ ավելի ուշ<sup>1</sup>:

Զբոսաշրջությունը ՀՀ տնտեսության գերակա ոլորտներից մեկն է: Վերջին տարիներին զբոսաշրջությունը զարգանում էր մեծ տեմպերով, ինչը, բնականաբար խաթարվեց համավարակի պատճառով:

Հոդվածի նպատակն է՝ վերլուծել զբոսաշրջության զարգացման միտումները ՀՀ-ում վերջին տարիներին՝ հաշվի առնելով նաև համավարակի ազդեցությունը, ինչպես նաև 2022 թ. ռուս-ուկրաինական պատերազմի հետևանքով ռուս զբոսաշրջիկների հոսքի հնարավոր ազդեցությունը զբոսաշրջության ոլորտի վերականգնման վրա:

### Գրականության վերլուծություն

Ըստ Ճանապարհորդության և զբոսաշրջության համաշխարհային խորհրդի հրապարակումների՝ ՀՀ-ում զբոսաշրջության համախառն ներդրումը ՀՆԱ-ում 2018թ. կազմել է 868.7 մլրդ դրամ կամ 1.8 մլրդ դոլար (ՀՆԱ-ի 14.1%-ը): Զբոսաշրջության համախառն ազդեցությունը զբաղվածությանը կազմել է 169,3 հազար մարդ (զբաղվածների 12.5%-ը)<sup>2</sup>: Զբոսաշրջության համախառն ներդրումը ՀՆԱ-ում 2019 թ. կազմել է 872.1 մլրդ դրամ կամ 1.8 մլրդ ԱՄՆ դոլար (ՀՆԱ-ի 12.9%-ը)՝ ապահովելով ընդհանուր զբաղվածության 13.8%-ը կամ 137800 աշխա-

<sup>1</sup> Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels,

<https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>

<sup>2</sup> Armenia 2019, Annual research: Key highlights, p. 1, <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-data/>

տատել: 2020 թ. ՀՀ-ում զբոսաշրջության համախառն ներդրումը ՀՆԱ-ում կազմել է 216.8 մլրդ դրամ կամ 446.9 մլն ԱՄՆ դոլար (ՀՆԱ-ի 3.4%-ը)՝ նախորդ տարվա համեմատ նվազելով 75%-ով: Զբոսաշրջությունն ապահովել է ընդհանուր զբաղվածության 11.2%-ը կամ 107400 աշխատատեղ՝ նախորդ տարվա համեմատ նվազելով 22%-ով: Ներգնա զբոսաշրջիկների ծախսերը ՀՀ-ում կազմել են 126.1 մլրդ դրամ (260.0 մլն ԱՄՆ դոլար)՝ նախորդ տարվա 719.7 մլրդ դրամի (1484.1 մլն ԱՄՆ դոլար) դիմաց՝ նվազելով 82.5%-ով, իսկ ներքին զբոսաշրջիկների կատարած ծախսերը՝ 61.5 մլրդ դրամ (126.7 մլն ԱՄՆ դոլար)՝ նախորդ տարվա 109.7 մլրդ դրամի (226.1 մլն ԱՄՆ դոլար) դիմաց՝ նվազելով 44%-ով<sup>1</sup>:

Զբոսաշրջությունն էական նշանակություն ունի ՀՀ տնտեսության մեջ: Ոլորտում իրականացված հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ և՛ ներքին, և՛ ներգնա զբոսաշրջությունն ապագա տարիներին կաճի<sup>2</sup>, ուստի հիմնական քայլերը պետք է ուղղված լինեն ոլորտում ներդրումների ներգրավմանը<sup>3</sup>, մարքեթինգի և բրենդինգի բարելավմանը<sup>4</sup>, ծառայությունների որակի բարձրացմանը<sup>5</sup>, զբոսաշրջիկների գոհունակության մակարդակի բարձրացմանը<sup>6</sup>, և այլ ուղղությամբ՝ աշխատանքների իրականացմանը<sup>7</sup>:

#### *Մեթոդաբանություն*

Հետազոտության մեջ կիրառվել են ինդուկցիայի և դեդուկցիայի, միկրո և մակրո վերլուծության, համակարգային և իրավիճակային վերլուծության, վիճակագրական, գրաֆիկական մեթոդներ: Տեղեկատվական հիմքը ՀՀ Վիճակագրական կոմիտեի, Զբոսաշրջության միջազգային կազմակերպության և այլ մարմինների կողմից հրապարակվող վիճակագրական հրապարակումներն են:

#### *Վերլուծություն*

Covid-19-ի համավարակի պատճառով ՀՀ-ում զբոսաշրջության ոլորտը էական կորուստներ կրեց: 2020թ. նվազեց ներգնա և ներքին զբոսաշրջիկների թվա-

<sup>1</sup> Armenia 2021, Annual research: Key highlights, p. 1, <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

<sup>2</sup> Tovmasyan G., Forecasting the Number of Incoming Tourists using ARIMA Model: Case Study from Armenia. Marketing and Management of Innovations, 2021, N3, pp. 139-148, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymskiy-Korsakov Street 2, (Web of Science),

Poghosyan K., Tovmasyan G., Modelling and Forecasting Domestic Tourism. Case Study from Armenia, SocioEconomic Challenges, 5(2), pp. 96-110, ARMG Publishing Rymskogo-Korsakova st., 2, Sumy, Ukraine

<sup>3</sup> Tovmasyan G., Capital investments, tourist tax and tourism development: The case study of Armenia, Economics and Sociology, Centre of Sociological Research, 2021, 14(1), 199-213. (Scopus, Web of Science)

<sup>4</sup> Tovmasyan G., Raising the Effectiveness of Tourism Marketing and Branding: Evidence from Armenia, Marketing and Management of Innovations, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymskiy-Korsakov Street 2, 2020, Issue 1, pp. 167-181 (Web of Science).

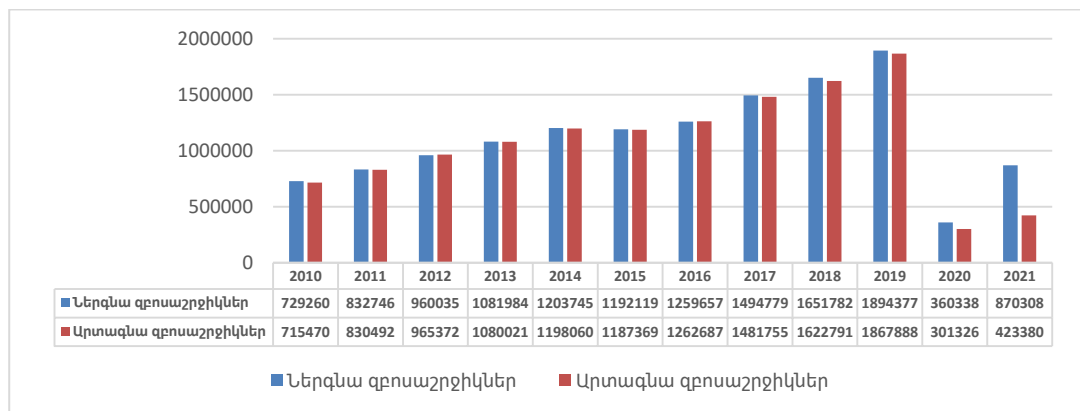
<sup>5</sup> Tovmasyan G., Evaluating the quality of hotel services based on tourists' perceptions and expectations: The case study of Armenia, Journal of International Studies, 13(1), 2020, Centre of Sociological Research (Scopus), pp. 93-107.

<sup>6</sup> Tovmasyan G., Assessment of tourist satisfaction index: Evidence from Armenia, Marketing and Management of Innovations, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymskiy-Korsakov Street 2, Issue 3, 2019, էջ՝ 22-32, (Web of Science).

<sup>7</sup> Թովմասյան Գ.Ռ., Զբոսաշրջության զարգացման հիմնախնդիրները Հայաստանի Հանրապետությունում (մենագրություն). -Երևան: Մեկնարկ ՍՊԸ, 2020, 622 էջ, ISBN 978-9939-0-3445-4

քանակը, զբոսաշրջության մասնաբաժինը ՀՆԱ-ում: 2020 թ. անկումը հիմնականում թոփաքների չեղարկման, խիստ սահմանափակումների, հիվանդության մեծ ցուցանիշների հետևանքով էր: 2021թ. զբոսաշրջությունը սկսեց աստիճանաբար վերականգնվել: Եթե **2020 թ. ՀՀ ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների թվաքանակը կազմել էր 360338՝ նախորդ տարվա համեմատ նվազելով 81%-ով, ապա 2021 թ. ՀՀ է այցելել 870308 ներգնա զբոսաշրջիկ՝ նախորդ տարվա համեմատ աճելով 141%-ով** (գծապատկեր 1)<sup>1</sup>: Իհարկե, այս ցուցանիշը դեռ շատ հեռու է 2019 թ. արձանագրված ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակից (1894377 զբոսաշրջիկ), սակայն հաշվի առնելով ամբողջ աշխարհում շարունակվող համավարակը, նոր շտամների ի հայտ գալը, տարբեր երկրների կողմից պարբերաբար կիրառվող սահմանափակումները, կարելի է ասել, որ ստացված տվյալները դրական ազդակ են ոլորտի աստիճանաբար վերականգնման մասին:

Զբոսաշրջությունից ստացված ֆինանսական մուտքերն ու ելքերն արտացոլվում են վճարային հաշվեկշռում: **2020 թ. զբոսաշրջային ծառայությունների արտահանման ծավալը կազմել է 292,4 մլն ԱՄՆ դոլար, ինչը նախորդ տարվա համեմատ պակաս է 1242.5 մլն ԱՄՆ դոլարով** (2019 թ. կազմել է 1534.9 մլն ԱՄՆ դոլար): **2021 թ. առաջին երեք եռամսյակներում զբոսաշրջային ծառայությունների արտահանման ծավալը կազմել է շուրջ 500 մլն ԱՄՆ դոլար** (նախորդ տարվա նույն ժամանակահատվածի համեմատ շուրջ 251 մլն ԱՄՆ դոլարով ավելի) (Աղյուսակ 2):



**Գծապատկեր 1. ՀՀ ներգնա և արտագնա զբոսաշրջիկների թվաքանակը, 2010-2021 թթ.<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> ՀՀ-սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2021թ. հունվար-դեկտեմբերին, էջ՝ 150, [https://armstat.am/file/article/sv\\_12\\_21a\\_421.pdf](https://armstat.am/file/article/sv_12_21a_421.pdf)

<sup>2</sup> Աղբյուրը՝ ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի Վիճակագրական տվյալների բազաներ, Միջազգային զբոսաշրջություն, <https://www.armstat.am/am/?nid=14>

ՀՀ վճարային հաշվեկշռի որոշ ցուցանիշներ, 2020-2021 թթ.<sup>1</sup>

մլն ԱՄՆ

| Ցուցանիշ                                                                                                | 2020<br>Եռ.1 | 2020<br>Եռ.2 | 2020<br>Եռ.3 | 2020<br>Եռ.4 | 2020  | 2021<br>Եռ.1 | 2021<br>Եռ.2 | 2021<br>Եռ.3 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------|--------------|--------------|--------------|
| Ճանապարհորդության<br>և մարդատար տրանս-<br>պորտի մեջ զբոսա-<br>շրջության հետ կապ-<br>ված ծառայություններ | 20.8         | -2.6         | -0.3         | -7.2         | 10.7  | 26.6         | 62.3         | 155.1        |
| <i>կրեդիտ</i>                                                                                           | 227.3        | 4.8          | 16.1         | 44.2         | 292.4 | 65.9         | 123.5        | 310.3        |
| <i>դեբետ</i>                                                                                            | 206.6        | 7.4          | 16.4         | 51.4         | 281.7 | 39.2         | 61.2         | 155.2        |

Ինչպես գիտենք, դեռևս 2020 թ. սկզբին, ՀՀ կառավարության կողմից ընդունվեցին COVID-19-ի հետևանքների հակազդման միջոցառումների ծրագիրը<sup>2</sup> և տնտեսական հետևանքների չեզոքացման միջոցառումների փաթեթները, որոնցից որոշների շահառու հանդիսանում են նաև զբոսաշրջության ոլորտի կազմակերպությունները և աշխատողները<sup>3</sup>։ Կորոնավիրուսի տնտեսական հետևանքների չեզոքացման քսաներեքերորդ միջոցառման (նպատակն է եղել՝ օժանդակություն տրամադրել զբոսաշրջությանն ուղղակիորեն առնչվող առանձին ոլորտներում Հայաստանի տնտեսվարողներին՝ վերջիններիս մոտ առաջացած ֆինանսական խնդիրները մեղմելու, նրանց գործունեության շարունակականությունն ապահովելու և առկա աշխատատեղերը պահպանելու համար) շահառուների թիվը կազմել է 2349, քսանհինգերորդ միջոցառման (նպատակն է եղել՝ զբոսաշրջության ոլորտը սպասարկող տրանսպորտային ընկերություններին աջակցելը) շահառուների թիվը կազմել է 27<sup>4</sup>, իսկ երրորդ միջոցառումից օգտվել է զբոսաշրջության ոլորտի 34 ՓՄՁ, վարկավորման ընդհանուր չափը կազմել է 392 մլն դրամ<sup>5</sup>։

ՀՀ կառավարության 2020թ. սեպտեմբերի 11-ի № 1514-Ն որոշման մեջ կատարված և 2021թ. դեկտեմբերի 1-ից ուժի մեջ մտած փոփոխությունների համաձայն ՀՀ մուտք գործելիս պետք է ներկայացվի կամ կորոնավիրուսային հիվանդության (COVID-19) ախտորոշման ՊՇՌ հետազոտության բացասական արդյունքը հավաստող առավելագույնը 72 ժամ վաղեմության սերտիֆիկատ,

<sup>1</sup> ՀՀ վճարային հաշվեկշռ, Արտաքին հատվածի վիճակագրություն, <https://www.cba.am/am/SitePages/stateexternalsector.aspx>

<sup>2</sup> ՀՀ կառավարության 2020թ. մարտի 26-ի N 354 – I, որոշման հավելված, [https://www.e-gov.am/u\\_files/file/decrees/kar/2020/03/354-%D4%BC.pdf](https://www.e-gov.am/u_files/file/decrees/kar/2020/03/354-%D4%BC.pdf)

<sup>3</sup> Առավել մանրամասն տես՝ Թովմասյան Գ., «COVID-19»-ի բացասական ազդեցությունը ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի վրա, ԲԱՆԲԵԴ Եվրասիա միջազգային համալսարանի, No 1, 2020, էջեր՝ 153-171։

<sup>4</sup> Կորոնավիրուսի տնտեսական հետևանքների չեզոքացման ծրագրեր, <https://mineconomy.am/page/1724>

<sup>5</sup> Աղբյուրը՝ ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարության Ներդրումների աջակցման կենտրոնի տրամադրած տեղեկատվություն։

կամ կորոնավիրուսային հիվանդության (COVID-19) դեմ ամբողջական պատվաստված լինելը հավաստող սերտիֆիկատ՝ տվյալ պատվաստանյութի կիրառման հրահանգի համաձայն սահմանված դեղաչափերով (դեղաչափով): Բացասական թեստ կամ պատվաստման սերտիֆիկատ չի պահանջվում մինչև 6 տարեկան 11 ամսական 29 օրական երեխաների համար<sup>1</sup>:

Դիտարկելով զբոսաշրջային այցերի ցուցանիշներն ըստ նպատակի (աղյուսակ 3)<sup>2</sup>՝ կարելի է ասել, որ Հայաստան հիմնականում այցելում են հանգստի և ժամանցի, այնուհետև՝ գործնական նպատակով: Տվյալներն արտացոլում են միայն հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում (հյուրանոցներ, հյուրանոցատիպ հանգրվաններ, առողջարաններ, հանգստյան տներ և այլն) հաշվառված զբոսաշրջիկներին:

Աղյուսակ 3

**ՀՀ ներգնա զբոսաշրջային այցերն ըստ նպատակի, 2018-2021 թթ.<sup>2</sup>**

| Թվաքանակ / Տարի                            | 2018 թ. | 2019 թ. | 2020 թ. | 2021 թ. |
|--------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| ՀՀ ներգնա զբոսաշրջիկներ                    | 1651782 | 1894377 | 360338  | 870308  |
| ՀՏՕ-ներում հանգրվանած ներգնա զբոսաշրջիկներ | 307473  | 550289  | 97550   | 278393  |
| <b>որոնցից</b>                             |         |         |         |         |
| • ըստ նպատակի՝                             | 100%    | 100%    | 100%    | 100%    |
| • գործնական                                | 27,3 %  | 15,9 %  | 15,8%   | 25,8%   |
| • հանգստի և ժամանցի                        | 48,8 %  | 55,4 %  | 50,3%   | 52,3%   |
| • բուժման                                  | 1,4 %   | 0,5 %   | 0,4%    | 0,5%    |
| • այլ                                      | 22,5 %  | 28,2 %  | 33,5%   | 21,4%   |

Աղյուսակ 3-ից պարզ է դառնում, որ 2019 թ. Հայաստան ժամանող զբոսաշրջիկների 29%-ն է (550289 զբոսաշրջիկ) հանգրվանել հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում (2018 թ.՝ 18,6%-ը), իսկ մնացած 1344088-ը՝ բարեկամ կամ հարազատի տանը, վարձով տրվող բնակարաններում և այլն: 2020 թ. Հայաստան ժամանող զբոսաշրջիկների 27%-ն է (97550 զբոսաշրջիկ) հանգրվանել հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում, 2022 թ.՝ 32%-ը (278393 զբոսաշրջիկ):

2019 թ. ՀՀ այցելած ներգնա զբոսաշրջիկները մեծամասամբ եղել են ՌԴ-ից, Գերմանիայից, Ֆրանսիայից, ԱՄՆ-ից, Իրանից (աղյուսակ 4): 2020 և 2021 թթ. աճել է ՌԴ-ից այցելած զբոսաշրջիկների մասնաբաժինը:

<sup>1</sup> ՀՀ մուտք գործելու ընթացակարգում փոփոխությունների վերաբերյալ, <https://www.mfa.am/hy/COVID-19/2021/12/01/covid-19/10955>

<sup>2</sup> ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2019թ. հունվարին, էջ՝ 105, [https://www.armstat.am/file/article/sv\\_01\\_19a\\_421.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_01_19a_421.pdf),  
ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2020թ. հունվարին, էջեր՝ 112-113, [https://www.armstat.am/file/article/sv\\_01\\_20a\\_421.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_01_20a_421.pdf),  
ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2021թ. հունվարին, էջեր՝ 113-114, [https://www.armstat.am/file/article/sv\\_01\\_21a\\_421.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_01_21a_421.pdf),  
ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2022թ. հունվարին, էջ՝ 113, [https://www.armstat.am/file/article/sv\\_01\\_22a\\_421.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_01_22a_421.pdf)

**ՀՀ այցելած ներգնա զբոսաշրջիկների աշխարհագրական  
բաշխվածությունը, 2018-2021 թթ.<sup>1</sup>**

| <i>Երկիր</i>                      | <i>2018 թ.</i> | <i>2019 թ.</i> | <i>2020 թ.</i> | <i>2021 թ.</i> |
|-----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Ընդամենը</b>                   | <b>100</b>     | <b>100</b>     | <b>100</b>     | <b>100</b>     |
| Այդ թվում՝                        |                |                |                |                |
| <b>ԱՊՀ երկրներ, որից՝</b>         | <b>24.4</b>    | <b>26.2</b>    | <b>44.4</b>    | <b>48.6</b>    |
| Ուկրաինա                          | 1.9            | 1.6            | 2.1            | 1.9            |
| Ռուսաստանի Դաշնություն            | 21.0           | 22.7           | <b>39.0</b>    | <b>41.5</b>    |
| ԱՊՀ այլ երկրներ                   | 1.5            | 1.8            | 3.3            | 5.2            |
| <b>ԵՄ երկրներ, որից՝</b>          | <b>26.8</b>    | <b>26.1</b>    | <b>17.1</b>    | <b>13.5</b>    |
| • Նիդերլանդներ                    | 0.9            | 0.9            | 0.4            | 0.9            |
| • Իտալիա                          | 2.9            | 2.8            | 1.7            | 0.9            |
| • Ֆրանսիա                         | 5.2            | 6.6            | 5.1            | 3.8            |
| • Գերմանիա                        | 6.4            | 8.3            | 4.1            | 3.1            |
| • ԵՄ այլ երկրներ                  | 8.4            | 7.5            | 5.8            | 4.8            |
| <b>Այլ երկրներ, որից՝</b>         | <b>48.8</b>    | <b>47.7</b>    | <b>38.5</b>    | <b>37.9</b>    |
| • ԱՄՆ                             | 13.9           | 6.1            | 6.5            | 7.8            |
| • Իրանի Իսլամական Հանրապետություն | 6.8            | 5.0            | 6.9            | 11.0           |
| • Վրաստան                         | 2.3            | 1.5            | 1.5            | 2.0            |
| • Թուրքիա                         | 1.0            | 0.2            | 0.4            | 0.1            |
| • Կանադա                          | 1.8            | 1.3            | 0.7            | 0.7            |
| • Այլ երկրներ                     | 23.0           | 33.6           | 22.5           | 16.3           |

Հարկ է նշել, որ վերջին տարիներին աճում էր նաև ՀՀ ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակը: 2019 թ. ՀՀ ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակը կազմել է 1544600 մարդ՝ նախորդ տարվա համեմատ աճելով 41.4%-ով: Ներքին զբոսաշրջիկների մեծ մասի նպատակը եղել է հանգիստը և ժամանցը (72%):

2020 թ., համավարակով պայմանավորված, նվազել է նաև ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակը՝ նախորդ տարվա համեմատ մոտ 33%-ով՝ կազմելով 1045756 մարդ: Նրանց շուրջ 73%-ի նպատակը եղել է հանգիստն ու ժամանցը:

<sup>1</sup> ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2019թ. հունվարին, էջ՝ 105,

[https://www.armstat.am/file/article/sv\\_01\\_19a\\_421.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_01_19a_421.pdf)

ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2020թ. հունվարին, էջեր՝ 112-113,

[https://www.armstat.am/file/article/sv\\_01\\_20a\\_421.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_01_20a_421.pdf)

ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2021թ. հունվարին, էջեր՝ 113-114,

[https://www.armstat.am/file/article/sv\\_01\\_21a\\_421.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_01_21a_421.pdf)

ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2022թ. հունվարին, էջ՝ 113,

[https://www.armstat.am/file/article/sv\\_01\\_22a\\_421.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_01_22a_421.pdf)

ՀՀ ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակը, 2018-2021 թթ.<sup>1</sup>

| Թվաքանակ / տարի                          | 2018 թ. | 2019 թ. | 2020 թ. | 2021 թ. |
|------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| <b>Ընդամենը զբոսաշրջիկներ՝, որոնցից՝</b> | 1092322 | 1544600 | 1045756 | 1595826 |
| • ըստ նպատակի                            |         |         |         |         |
| • գործնական                              | 207761  | 280542  | 150649  | 247843  |
| • հանգստի և ժամանցի                      | 781668  | 1112305 | 765100  | 1229224 |
| • բուժման                                | 58339   | 52006   | 53500   | 67325   |
| • այլ                                    | 44554   | 99747   | 76507   | 51434   |

\* Տվյալներն արտացոլում են հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում (հյուրանոցներ, հյուրանոցատիպ հանգրվաններ, առողջարաններ, հանգստյան տներ և այլն) հաշվառված զբոսաշրջիկներին:

**2021 թ. ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակը կազմել է 1595826 մարդ՝ 2020 թ. համեմատ աճելով 52.6%-ով, 2019 թ. համեմատ՝ 3%-ով:** 2021 թ. ներքին զբոսաշրջիկների 77%-ի նպատակը եղել է հանգիստը և ժամանցը:

Համավարակի, ճանապարհորդության միջազգային սահմանափակումների պարագայում շատերը գերադասել են հանգստանալ ՀՀ զբոսաշրջային դեստինացիաներում: 2022 թ. դեռ համավարակը չի նահանջել, և գուցե կրկին լինեն միջազգային տեղաշարժման սահմանափակումներ, շատ երկրներ դեռ զբոսաշրջիկներ են ընդունում միայն պատվաստված լինելը հավաստող սերտիֆիկատի պարագայում, ուստի կարելի է ակնկալել ՀՀ ներքին զբոսաշրջության ակտիվացում 2022 թ. նս:

Ներքին զբոսաշրջության խթանման համար հարկ է իրականացնել բազում աշխատանքներ: Այստեղ հարկ է դիտարկել նաև զբոսաշրջիկի հոգեբանությունը՝ շատերն իրենց ապահով կզգան իրենց երկրի սահմաններում, քանի որ վտանգի պարագայում կարող են ավելի հեշտ ու արագ օգտվել համապատասխան բժշկական ծառայություններից, քան արտերկրում:

Զբոսաշրջության առկա վիճակի մասին խոսելիս կարևոր է նաև դիտարկել զբոսաշրջության արդյունաբերության մաս կազմող կազմակերպությունների՝ զբոսաշրջային գործակալությունների, հյուրանոցային տնտեսության, հանրային սննդի օբյեկտների քանակի և ծառայությունների ծավալի դինամիկան վերջին տարիներին:

Ըստ վիճակագրական կոմիտեի տրամադրած տեղեկատվության՝ 2019 թ. հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների թվաքանակը կազմել է 769, ծառա-

<sup>1</sup> ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2019թ. հունվարին, էջ 106, [https://www.armstat.am/file/article/sv\\_01\\_19a\\_422.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_01_19a_422.pdf),  
ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2020թ. հունվարին, էջ 115, [https://www.armstat.am/file/article/sv\\_01\\_20a\\_422.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_01_20a_422.pdf),  
ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2021թ. հունվարին, էջ 115, [https://www.armstat.am/file/article/sv\\_01\\_21a\\_422.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_01_21a_422.pdf),  
ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2022թ. հունվարին, էջ 113, [https://www.armstat.am/file/article/sv\\_01\\_22a\\_422.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_01_22a_422.pdf)

յությունների ծավալը՝ 41794.1 մլն դրամ: 2020 թ. ցուցանիշներով ՀՏՕ-ների քանակը կազմել է 847, իսկ ծառայությունների ծավալը նվազել է 61%-ով, ինչը պայմանավորված է համավարակի հետևանքով ոլորտի կրած վնասների հետ: Առաջին հայացքից տարօրինակ է թվում ՀՏՕ-ների թվաքանակի ավելացումը 78-ով, որից 70-ը՝ միայն Երևանում: Սակայն սրանք պաշտոնական վիճակագրական տվյալներն են և հնարավոր է, որ օբյեկտների ավելացումը տեղի է ունեցել 2020 թ. առաջին եռամսյակում՝ մինչև համավարակի սկսվելը: Դեռ առկա չեն 2021 թ. տվյալները, որի արդյունքում հասկանալի կլինի՝ արդյոք օբյեկտները շարունակել են գործել, թե փակվել են համավարակի պատճառով:

Աղյուսակ 6

**Կացության կազմակերպման օբյեկտների քանակը և գործունեության ծավալը, 2018-2020 թթ.<sup>1</sup>**

| <i>Ծածկագիրն<br/>ըստ ՏՋՏԴ<br/>խմբ.2, Բաժին<br/>I հատված 55</i> | <i>Կացության կազմակերպում*</i> |                           |                             |                           |                             |                           | <i>ՀՏՕ-ներում<br/>հանգրվանած<br/>ներգնա զրոսա-<br/>շրջիկների թվա-<br/>քանակը, մարդ</i> |             |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
|                                                                | <i>2018 թ.</i>                 |                           | <i>2019 թ.</i>              |                           | <i>2020 թ.</i>              |                           | <i>2019</i>                                                                            | <i>2020</i> |
|                                                                | <i>Վայրը</i>                   | <i>քանակը,<br/>միավոր</i> | <i>ծավալը<br/>մլն. դրամ</i> | <i>քանակը,<br/>միավոր</i> | <i>ծավալը<br/>մլն. դրամ</i> | <i>քանակը,<br/>միավոր</i> |                                                                                        |             |
| ք. Երևան                                                       | 390                            | 27879.9                   | 410                         | 33772.2                   | 480                         | 11836.8                   | 489019                                                                                 | 87429       |
| Արագածոտն                                                      | 5                              | 106.2                     | 7                           | 87.7                      | 7                           | 40.0                      | 13                                                                                     | -           |
| Արարատ                                                         | 9                              | 72.1                      | 8                           | 80.4                      | 8                           | 64.3                      | 11                                                                                     | -           |
| Արմավիր                                                        | 4                              | 43.1                      | 15                          | 41.7                      | 16                          | 30.1                      | -                                                                                      | -           |
| Գեղարքունիք                                                    | 11                             | 274.2                     | 39                          | 735.9                     | 40                          | 341.2                     | 5662                                                                                   | 22          |
| Լոռի                                                           | 19                             | 323.7                     | 30                          | 354.6                     | 30                          | 204.9                     | 1702                                                                                   | 10          |
| Կոտայք                                                         | 65                             | 2977.4                    | 91                          | 3220.0                    | 93                          | 2 001.3                   | 5778                                                                                   | 2705        |
| Շիրակ                                                          | 28                             | 400.5                     | 33                          | 576.9                     | 33                          | 290.9                     | 11868                                                                                  | 1824        |
| Սյունիք                                                        | 37                             | 629.4                     | 38                          | 830.5                     | 38                          | 410.7                     | 669                                                                                    | 2788        |
| Վայոց ձոր                                                      | 19                             | 700.5                     | 24                          | 588.0                     | 26                          | 261.5                     | 11008                                                                                  | 1350        |
| Տավուշ                                                         | 65                             | 1090.5                    | 74                          | 1506.2                    | 76                          | 1004.2                    | 24559                                                                                  | 1422        |
| Ընդամենը ՀՀ                                                    | 652                            | 34497.5                   | 769                         | 41794.1                   | <b>847</b>                  | <b>16485.9</b>            | 550289                                                                                 | 97550       |

\* Ցուցանիշները չեն ներառում ավելացված արժեքի հարկը և այլ անուղղակի (նմանատիպ) հարկերը:

2020 թ. նվազել է հանրային սննդի օբյեկտների թվաքանակը և ծառայությունների ծավալը (շուրջ 8 և 36%-ով)՝ կազմելով 2321 օբյեկտ, 97847.9 մլն դրամ գործունեության ծավալով<sup>3</sup>:

Զբոսաշրջային գործակալությունների և օպերատորների առումով հարկ է նշել, որ դրանց թիվը 2020 թ. կազմել է 691՝ նախորդ տարվա 788-ի դիմաց, իսկ

<sup>1</sup> Տեղեկատվությունը տրամադրել է ՀՀ վիճակագրական կոմիտեն, 2022 թ. հունվար ամսին:

<sup>2</sup> Հայաստանի Հանրապետության մարզերը և Երևան քաղաքը, թվերով, 2021, էջ 292-293, [https://armstat.am/file/article/marzer\\_2021\\_22.pdf](https://armstat.am/file/article/marzer_2021_22.pdf)

<sup>3</sup> Տեղեկատվությունը տրամադրել է ՀՀ վիճակագրական կոմիտեն, 2022 թ. հունվար ամսին:

ծառայությունների ծավալը նվազել է 82%-ով<sup>1</sup>:

Ըստ վիճակագրական տվյալների՝ կացության և հանրային սննդի կազմակերպման ծառայությունների ծավալը 2021 թ. հունվար-դեկտեմբերին կազմել է 182107.8 մլն դրամ՝ նախորդ տարվա համեմատ աճելով 68.2%-ով, աճել է նաև զբոսաշրջային գործակալությունների գործունեության ծավալը:

Աղյուսակ 7

**Զբոսաշրջային որոշ ծառայությունների կազմակերպման ծավալը,  
2020-2021 թթ.<sup>2</sup>**

| Ծառայության տեսակը                                                                                                            | 2020 թ. հունվար-դեկտեմբեր, ընդամենը, մլն դրամ, ընթացիկ գներով | 2021 թ. հունվար-դեկտեմբեր, ընդամենը, մլն դրամ, ընթացիկ գներով | 2021 թ. հունվար-դեկտեմբերը 2020 թ. հունվար-դեկտեմբերի նկատմամբ, % |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Կացության և հանրային սննդի կազմակերպում, այդ թվում՝                                                                           | 108245.1                                                      | 182107.8                                                      | 168.2                                                             |
| կացության կազմակերպում                                                                                                        | 13786.0                                                       | 33409.4                                                       | 2.4 անգամ                                                         |
| հանրային սննդի կազմակերպում                                                                                                   | 94459.1                                                       | 148698.4                                                      | 157.4                                                             |
| Զբոսաշրջային գործակալությունների և օպերատորների գործունեություն, տեղերի ամրագրում և զբոսաշրջության ոլորտի այլ ծառայություններ | 5241.5                                                        | 9504.3                                                        | 181.3                                                             |

Այսպիսով, կարելի է ասել, որ 2021 թ. ընթացքում զբոսաշրջության ոլորտը սկսել է աստիճանաբար աշխուժանալ, ինչը, հուսանք, կշարունակվի նաև 2022 թ.: Զբոսաշրջության ոլորտի կազմակերպությունների գործունեության ծավալի կրճատումը սոսկ համավարակի և սահմանափակումների պատճառով էր, ուստի, համավարակի նահանջից հետո կարելի է ակնկալել ոլորտի աշխուժացում և վերականգնում:

**Ռուս-ուկրաինական պատերազմի հետևանքով ռուս զբոսաշրջիկների հոսքի ազդեցությունը ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի վրա:**

Ռուս-ուկրաինական պատերազմն իր բացասական հետևանքը կունենա նաև ՀՀ տնտեսության վրա: Բացասական ազդեցությանը զուգընթաց, կարելի է խոսել հնարավոր դրական ազդեցության մասին, ինչը կարելի է տեսնել զբոսաշրջության ոլորտում: 2022 թ. փետրվարի 24-ից սկսած տարբեր երկրներ սկսեցին սանկցիաներ կիրառել Ռուսաստանի նկատմամբ, դադարեցրեցին

<sup>1</sup> Տեղեկատվությունը տրամադրել է ՀՀ վիճակագրական կոմիտեն, 2022 թ. հունվար ամսին:

<sup>2</sup> ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2020թ. հունվար-դեկտեմբերին, էջ՝ 56-58, [https://armstat.am/file/article/sv\\_12\\_20a\\_126.pdf](https://armstat.am/file/article/sv_12_20a_126.pdf),

ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2021թ. հունվար-դեկտեմբերին, էջ՝ 56-58, [https://armstat.am/file/article/sv\\_12\\_21a\\_126.pdf](https://armstat.am/file/article/sv_12_21a_126.pdf)

թռիչքները, իրենց երկրների օդային տարածքը փակեցին Ռուսաստանի համար, Ռուսաստանն էլ, ի պատասխան, իր օդային տարածքը փակեց 36 երկրների առջև: Մարտի սկզբից մի շարք ռուսական ավիաընկերություններ՝ Ուրալյան ավիաուղիները, Աերոֆլոտը, Nordwind-ը, չեղարկեցին միջազգային՝ այդ թվում դեպի ՀՀ չվերթները, այնուհետև մարտի վերջին Աերոֆլոտը կրկին վերսկսեց դեպի ՀՀ թռիչքները:

Այժմ ՀՀ-ից դեպի ՌԴ և հակառակ ուղղությամբ չվերթներ է իրականացնում նորաստեղծ հայկական Flyone Armenia ավիաընկերությունը, հայկական Armenia ավիաընկերությունը, ինչպես նաև ռուսական Aeroflot, Red Wings, Azimuth, Utair, IrAero, Pobeda ավիաընկերությունները<sup>1</sup>:

Չվերթների չեղարկմամբ է պայմանավորված այն հանգամանքը, որ վերջին օրերին մեր երկիր օրական գրեթե 40 ինքնաթիռ էր ժամանում Ռուսաստանից, և շատ ռուսներ արդեն ժամանակավոր բնակություն են հաստատել Հայաստանում: Մեծ մասը հանգրվանել է հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում, վարձու բնակարաններում, որոշները՝ բարեկամների տանը, որոշները հասցրել են բնակարան ձեռք բերել: Իհարկե, դրա հետևանքով աճել են նաև բնակարանների վարձավճարները:

Մարտի 31-ին, օրինակ, ըստ Զվարթնոց օդանավակայանի կայքի տվյալների՝ նախատեսված է 11 թռիչք ՌԴ-ից<sup>2</sup>:

Երբ առկա լինեն 2022 թ. եռամսյակային և տարեկան զբոսաշրջային այցելությունների տվյալները, սպասելի է, որ ՌԴ-ից ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակը շատ մեծ կլինի: Ըստ որոշ նախնական տվյալների՝ փետրվարի 24-ից մարտի 22-ն ընկած ժամանակահատվածում արդեն շուրջ 85000 ՌԴ քաղաքացի է ժամանել ՀՀ: Ավանդաբար ՌԴ-ից դեպի ՀՀ եղել է զբոսաշրջիկների մեծ հոսք, հատկապես գարնանային տոների ժամանակ, ձմռանը՝ ձմեռային զբոսաշրջության սիրահարների համար, մեծ մաս են կազմել նաև գինու զբոսաշրջության սիրահարները և այլն:

Այժմ, հաշվի առնելով այլ երկրների կողմից կիրառվող սահմանափակումները, ՀՀ-ն պետք է քայլեր ձեռնարկի երկարաժամկետ հատվածում ռուս զբոսաշրջիկներին գրավելու ուղղությամբ: ՌԴ-ում փակվում են միջազգային բրենդների խանութները, ուստի, այս առումով ՀՀ-ն կարող է դառնալ նաև «շոփինգ (shopping)» զբոսաշրջության երկիր ռուսների համար: ՀՀ-ն կարող է դառնալ տարանցիկ զբոսաշրջության երկիր, երբ ռուս զբոսաշրջիկները այլ երկրներ մեկնելու համար ուղիղ թռիչքների բացակայության դեպքում կարող են մեկնել Երևանով:

Կարևոր է նաև այս ընթացքում Երևանի վրա ենթակառուցվածքային ճնշումը նվազեցնելու նպատակով դեպի մարզեր տուրեր կազմակերպելը ռուս զբոսաշրջիկների համար, ինչը նաև կնպաստի մարզերի սոցիալ-տնտեսական վիճակի բարելավմանը:

<sup>1</sup> Ըստ Զվարթնոց և Շիրակ միջազգային օդանավակայանների կայքի տվյալների, վերջին մուտքը՝ 29.03.2022թ.

<sup>2</sup> Զվարթնոց օդանավակայան, <http://www.zvartnots.aero/HY/Index>, վերջին մուտքը՝ 29.03.2022թ.

Համավարակի հետևանքով զբոսաշրջությունն էական տուժել էր ՀՀ-ում, և 2020 թ.-ի ոլորտի կտրուկ անկումից հետո 2021 թ. ընթացքում նկատվեց աստիճանական վերականգնում: Այս առումով, ռուս զբոսաշրջիկների հոսքը կարող է դրական ազդեցություն ունենալ ոլորտի համար:

**Գիտական նորույթ:** Վերլուծվել է ռուս-ուկրաինական պատերազմի հետևանքով ռուս զբոսաշրջիկների՝ դեպի ՀՀ ներհոսքի հնարավոր ազդեցությունը ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի վրա, համավարակի անկումից հետո զբոսաշրջության վերականգնման միտումները և կատարվել առաջարկներ՝ մարքեթինգային միջոցառումների ընդլայնման, զբոսաշրջիկների գրավման ուղղությամբ:

#### **Եզրակացություն**

2021 թ. տվյալները վկայում են, որ զբոսաշրջությունն աստիճանաբար վերականգնվում է ՀՀ-ում: ՀՀ-ն համարվում է ոչ զանգվածային զբոսաշրջային վայր, և համավարակի պայմաններում այդ հանգամանքը կարելի է օգտագործել որպես առավելություն՝ նման կերպ ներկայացնելով երկիրը սոցիալական ցանցերով իրականացվող գովազդներում: Պետք է իրականացնել ագրեսիվ մարքեթինգային քաղաքականություն՝ ներգնա զբոսաշրջության խթանման նպատակով կիրառելով Buzz Marketing, Word of mouth և Influencer մարքեթինգային ռազմավարությունները: Մարքեթինգի դերը խիստ կարևորվում է, և այլ երկրների փորձը ցույց է տալիս, որ նույնիսկ համավարակի ընթացքում իրականացվում էր մարքեթինգային լայն միջոցառումներ սոցիալական ցանցերով՝ սահմանափակումների թուլացումից կամ վերացումից հետո միջազգային զբոսաշրջիկների մեծ հոսք ապահովելու համար: Մեր երկրի համար ևս խիստ կարևոր է ներկա պայմաններում միջազգային զբոսաշրջային շուկայում տեղ գրավելը, նոր առաջարկներ ներկայացնելը, զբոսաշրջային պաշտոնական կայքում և սոցիալական ցանցերում ակտիվ մարքեթինգային արշավը՝ ներգնա զբոսաշրջիկների հոսք ապահովելու նպատակով:

Ռուս-ուկրաինական պատերազմը երկարաժամկետ հատվածում բացասական ազդեցություն կունենա ՀՀ տնտեսության վրա՝ արտաբաժնի տատանումների, ՌԴ-ից ՀՀ փոխանցվող գումարների նվազման, ապրանքների արտահանման և ներմուծման, ՀՀ անշարժ գույքի շուկայում գների բարձրացման և այլ հնարավոր խնդիրների հետ կապված: Այս առումով, ռուս զբոսաշրջիկների մեծ հոսքը դեռևս կարճաժամկետ դրական նշանակություն ունի, ուստի երկարաժամկետում պետք է մշակել մյուս բացասական վտանգների չեզոքացմանն ուղղված քայլեր: Միննույն ժամանակ, պետք է աշխատանքներ տանել երկարաժամկետ հատվածում ռուս զբոսաշրջիկներ գրավելու ուղղությամբ, քանի որ նրանք այժմ չեն կարող գնալ տարբեր եվրոպական երկրներ՝ նրանց համար մշակելով հետաքրքիր, գրավիչ, մատչելի փաթեթներ: Ռուս զբոսաշրջիկների եկամուտներն այժմ նվազել են, շատերն այստեղ մեծ ծախսեր չեն կատարի, մի մասը գուցե ՀՀ է գալիս՝ բնակություն հաստատելու, ՀՀ-ից հեռավար աշխատելու (հատկապես SS ոլորտի աշխատողները) նպատակով, մինչև որ ՌԴ-ում իրավիճակը կկարգավորվի, և կկարողանան հետ վերադառնալ: Ամեն դեպքում, դեռ

շատ վաղ է հստակ գնահատականներ և կանխատեսումներ անել, թե 2022 թ. ռուս զբոսաշրջիկների հոսքը դեպի ՀՀ որքան կլինի, կախված թե՛ պատերազմական իրավիճակը և դրա հետևանքով մյուս սահմանափակումներն ու սանկցիաները ռուսների համար որքան կշարունակվեն:

### **Օգտագործված գրականություն**

1. Զվարթնոց օդանավակայան, <http://www.zvartnots.aero/HY/Index>
2. Թովմասյան Գ.Ռ., Զբոսաշրջության զարգացման հիմնախնդիրները Հայաստանի Հանրապետությունում (մենագրություն). - Երևան: Մեկնարկ ՍՊԸ, 2020, 622 էջ, ISBN 978-9939-0-3445-4
3. Թովմասյան Գ., «COVID-19»-ի բացասական ազդեցությունը ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի վրա, ԲԱՆԲԵՐ Եվրասիա միջազգային համալսարանի, No 1, 2020, էջեր՝ 153-171:
4. Կորոնավիրուսի տնտեսական հետևանքների չեզոքացման ծրագրեր, <https://mineconomy.am/page/1724>
5. Հայաստանի Հանրապետության մարզերը և Երևան քաղաքը, թվերով, 2021, էջ 292-293, [https://armstat.am/file/article/marzer\\_2021\\_22.pdf](https://armstat.am/file/article/marzer_2021_22.pdf)
6. ՀՀ կառավարության 2020թ. մարտի 26-ի N 354 – Լ որոշման հավելված, [https://www.e-gov.am/u\\_files/file/decrees/kar/2020/03/354-%D4%BC.pdf](https://www.e-gov.am/u_files/file/decrees/kar/2020/03/354-%D4%BC.pdf)
7. ՀՀ մուտք գործելու ընթացակարգում փոփոխությունների վերաբերյալ, <https://www.mfa.am/hy/COVID-19/2021/12/01/covid-19/10955>
8. ՀՀՊՏ 2004.01.29/6(305) Հոդ.106, Զբոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին ՀՀ օրենք, 2003թ., հոդված 2
9. ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2019, 2020, 2021 և 2022 թվականների հունվարին, 2020 և 2021թթ. հունվար-դեկտեմբերին, <https://www.armstat.am>
10. ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի Վիճակագրական տվյալների բազաներ, Միջազգային զբոսաշրջություն, <https://www.armstat.am/am/?nid=14>
11. ՀՀ վճարային հաշվեկշիռ, Արտաքին հատվածի վիճակագրություն, <https://www.cba.am/am/SitePages/statexternalsector.aspx>
12. Armenia 2019, Annual research: Key highlights, p. 1, <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-data/>
13. Armenia 2021, Annual research: Key highlights, p. 1, <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
14. Poghosyan K., Tovmasyan G., Modelling and Forecasting Domestic Tourism. Case Study from Armenia, SocioEconomic Challenges, 5(2), pp. 96-110, ARMG Publishing Rymaskogo-Korsakova st., 2, Sumy, Ukraine
15. Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels, <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>
16. Tovmasyan G., Assessment of tourist satisfaction index: Evidence from Armenia, Marketing and Management of Innovations, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymskiy-Korsakov Street 2, Issue 3, 2019, էջ՝ 22-32, (Web of Science).

17. Tovmasyan G., Capital investments, tourist tax and tourism development: The case study of Armenia, *Economics and Sociology*, Centre of Sociological Research, 2021, 14(1), 199-213. (Scopus, Web of Science)
18. Tovmasyan G., Evaluating the quality of hotel services based on tourists' perceptions and expectations: The case study of Armenia, *Journal of International Studies*, 13(1), 2020, pp. 93-107. Centre of Sociological Research (Scopus)
19. Tovmasyan G., Forecasting the Number of Incoming Tourists using ARIMA Model: Case Study from Armenia. *Marketing and Management of Innovations*, 2021, N3, pp. 139-148, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymskiy-Korsakov Street 2, (Web of Science),
20. Tovmasyan G., Raising the Effectiveness of Tourism Marketing and Branding: Evidence from Armenia, *Marketing and Management of Innovations*, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymskiy-Korsakov Street 2, 2020, Issue 1, pp. 167-181 (Web of Science).

## References

1. Zvart'noc o'danavakayan, <http://www.zvartnots.aero/HY/Index>
2. T'ovmasyan G.R', Zbosashrjowt'yan zargacman himnaxndirneri' Hayastani Hanrapetowt'yownowm (menagrowt'yown). -Er&an: Meknark SPY', 2020, 622 e'j, ISBN 978-9939-0-3445-4
3. T'ovmasyan G., «COVID-19»-i bacasakan azdecowt'yowny' HH zbosashrjowt'yan olorti vra, *BANBER Evrasia mijazgayin hamalsarani*, No 1, 2020, e'jer` 153-171:
4. Koronavirowsi tntesakan het&anqneri chezoqacman c'ragrer, <https://mineconomy.am/page/1724>
5. Hayastani Hanrapetowt'yan marzery' & Er&an qaghaqy', t'verov, 2021, e'j 292-293, [https://armstat.am/file/article/marzer\\_2021\\_22.pdf](https://armstat.am/file/article/marzer_2021_22.pdf)
6. HH kar'avarowt'yan 2020t'. marti 26-i N 354 – L oroshman havelvac', [https://www.e-gov.am/u\\_files/file/decrees/kar/2020/03/354-%D4%BC.pdf](https://www.e-gov.am/u_files/file/decrees/kar/2020/03/354-%D4%BC.pdf)
7. HH mowtq gorc'elow y'nt'acakargowm p'op'oxowt'yownneri veraberyal, <https://www.mfa.am/hy/COVID-19/2021/12/01/covid-19/10955>
8. HHPT 2004.01.29/6(305) Hod.106, Zbosashrjowt'yan & zbosashrjayin gorc'owneowt'yan masin HH o'renq, 2003t'., hodvac' 2
9. HH social-tntesakan vitwaky' 2019, 2020, 2021 & 2022 t'vakanneri hownvarin, 2020 & 2021t't'. hownvar-dektemberin, <https://www.armstat.am>
10. HH vitwakagrakan komitei Vitwakagrakan tvyalneri bazaner, Mijazgayin zbosashrjowt'yown, <https://www.armstat.am/am/?nid=14>
11. HH vtwarayin hashvekshir', Artaqin hatvac'i vitwakagrowt'yown, <https://www.cba.am/am/SitePages/statexternalsector.aspx>
12. Armenia 2019, Annual research: Key highlights, p. 1, <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-data/>
13. Armenia 2021, Annual research: Key highlights, p. 1, <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

14. Poghosyan K., Tovmasyan G., Modelling and Forecasting Domestic Tourism. Case Study from Armenia, SocioEconomic Challenges, 5(2), pp. 96-110, ARMG Publishing Rymskogo-Korsakova st., 2, Sumy, Ukraine
15. Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels, <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>
16. Tovmasyan G., Assessment of tourist satisfaction index: Evidence from Armenia, Marketing and Management of Innovations, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymskiy-Korsakov Street 2, Issue 3, 2019, e'j' 22-32, (Web of Science).
17. Tovmasyan G., Capital investments, tourist tax and tourism development: The case study of Armenia, Economics and Sociology, Centre of Sociological Research, 2021, 14(1), 199-213. (Scopus, Web of Science)
18. Tovmasyan G., Evaluating the quality of hotel services based on tourists' perceptions and expectations: The case study of Armenia, Journal of International Studies, 13(1), 2020, pp. 93-107. Centre of Sociological Research (Scopus)
19. Tovmasyan G., Forecasting the Number of Incoming Tourists using ARIMA Model: Case Study from Armenia. Marketing and Management of Innovations, 2021, N3, pp. 139-148, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymskiy-Korsakov Street 2, (Web of Science),
20. Tovmasyan G., Raising the Effectiveness of Tourism Marketing and Branding: Evidence from Armenia, Marketing and Management of Innovations, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymskiy-Korsakov Street 2, 2020, Issue 1, pp. 167-181 (Web of Science).

## ՀՀ ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ՎԵՐԱԿԱՆԳՆՄԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ ՀԱՄԱՎԱՐԱԿԻ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ

### Գայանե Ռուբիկի Թովմասյան

**Համառոտագիր:** Հոդվածի *արդիականությունը* պայմանավորված է Covid-19-ի համավարակի հետևանքով ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի կրած վնասների վերլուծության կարևորությամբ: *Հոդվածի նպատակն է՝* վերլուծել զբոսաշրջության զարգացման միտումները ՀՀ-ում վերջին տարիներին՝ հաշվի առնելով նաև համավարակի ազդեցությունը, ինչպես նաև 2022 թ. ռուս-ուկրաինական պատերազմի հետևանքով ռուս զբոսաշրջիկների հոսքի հնարավոր ազդեցությունը զբոսաշրջության ոլորտի վերականգնման վրա: *Խնդիրների և մեթոդաբանության* ընտրությունը պայմանավորված է վերոնշյալ նպատակով: *Հոդվածի գիտական նորույթ* կարելի է համարել այն, որ փորձ է արվել վերլուծել ռուս-ուկրաինական պատերազմի հետևանքով ռուս զբոսաշրջիկների դեպի ՀՀ ներհոսքի հնարավոր ազդեցությունը ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի վրա, վերլուծվել են համավարակի անկումից հետո զբոսաշրջության վերականգնման միտումները

և կատարվել առաջարկներ՝ մարքեթինգային միջոցառումների ընդլայնման, զբոսաշրջիկների գրավման ուղղությամբ, որոնք կարող են կիրառվել ոլորտի պետական և մասնավոր հատվածի կողմից:

*Իրականացված վերլուծության արդյունքում պարզվել է, որ 2021 թ. զբոսաշրջության ոլորտը աստիճանաբար վերականգնվել է: 2021 թ. ՀՀ է այցելել 870308 ներգնա զբոսաշրջիկ՝ նախորդ տարվա համեմատ աճելով 141%-ով: 2021 թ. աճեց նաև ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակը՝ կազմելով 1595826 մարդ՝ 2020 թ. համեմատ աճելով 52.6%-ով, 2019 թ. համեմատ՝ 3%-ով:*

ՀՀ-ն համարվում է ոչ զանգվածային զբոսաշրջային վայր, և համավարակի պայմաններում այդ հանգամանքը կարելի է օգտագործել որպես առավելություն՝ նման կերպ ներկայացնելով երկիրը սոցիալական ցանցերով իրականացվող գովազդներում: Պետք է իրականացնել ագրեսիվ մարքեթինգային քաղաքականություն՝ ներգնա զբոսաշրջության խթանման նպատակով՝ կիրառելով Buzz Marketing, Word of mouth և Influencer մարքեթինգային ռազմավարությունները:

2022 թ. ռուս-ուկրաինական պատերազմի ժամանակահատվածում ռուսների էական հոսք կա դեպի ՀՀ: Սա կարճաժամկետում կարող է դրական ազդել զբոսաշրջության ոլորտի վրա, սակայն պատերազմն իր բացասական հետևանքները կթողնի ՀՀ տնտեսության վրա: Ռուսների համար հարկ է մշակել գրավիչ զբոսաշրջային փաթեթներ՝ դեպի ՀՀ տարբեր դեստինացիաներ: ՀՀ-ն կարող է լինել նաև «շոփինգ» զբոսաշրջության երկիր ռուսների համար, ինչպես նաև տարանցիկ զբոսաշրջության վայր: Դեռ շատ վաղ է հստակ կանխատեսումներ անել, թե 2022 թ. ռուս զբոսաշրջիկների հոսքը դեպի ՀՀ որքան կլինի, կախված թե պատերազմական իրավիճակը և դրա հետևանքով մյուս սահմանափակումներն ու սանկցիաները ռուսների նկատմամբ որքան կշարունակվեն:

*Բանալի բաներ:* Զբոսաշրջություն, զբոսաշրջիկ, համավարակ, ՀՆԱ, մարքեթինգ, հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտ, չվերթ, սահմանափակում, պատերազմ:

## ТЕНДЕНЦИИ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ В РА

Гаяне Рубиковна Товмасян

**Аннотация:** *актуальность статьи* обусловлена необходимостью анализа ущерба туристической отрасли Армении в связи с пандемией Covid-19. *Целью данной статьи* является анализ тенденций развития туризма в Армении в последние годы с учетом влияния пандемии, а также возможного влияния наплыва российских туристов на восстановление туристической сферы за счет российско- Украинской войны 2022 г. *Выбор методологии и задач* обусловлен вышеуказанной целью. *Научная новизна статьи* заключается в том, что сделана попытка проанализировать возможное влияние притока российских туристов на туристический сектор Армении в связи с российско-украинской войной, проанализированы тенденции

восстановления туризма после пандемии; внесены предложения по расширению маркетинговой деятельности, привлечению туристов; которые могут быть использованы государственно-частным сектором.

В результате анализа установлено, что в 2021 году сфера туризма постепенно восстанавливается. В 2021 году Армению посетили 870308 приезжих туристов, что на 141% больше, чем в предыдущем году. В 2021 году количество внутренних туристов составило 1595826 человек, увеличившись на 52,6% по сравнению с 2020 годом и на 3% по сравнению с 2019 годом.

Армения считается немассовым туристическим местом, в условиях пандемии это обстоятельство следует использовать как преимущество, таким образом представляя страну в рекламах, реализуемой в социальных сетях. Должна быть реализована агрессивная маркетинговая политика для продвижения въездного туризма с использованием маркетинговых стратегий Buzz Marketing, Word of mouth и Influencer marketing.

В 2022 году наблюдается значительный приток россиян в Армению во время русско-украинской войны. Это может оказать положительное влияние на туристический сектор в краткосрочной перспективе, но война будет иметь негативные последствия для экономики Армении. Необходимо разработать привлекательные для россиян туристические пакеты по разным направлениям в Армении. Армения может быть как страной «шопинг» туризма для россиян, так и местом транзитного туризма. Пока рано делать четкие прогнозы на 2022 год о том, насколько велик будет поток российских туристов в Армению, так как все зависит от того, как долго будет продолжаться война и, соответственно, другие ограничения и санкции против россиян.

**Ключевые слова:** туризм, турист, пандемия, ВВП, маркетинг, гостиничное хозяйство, рейс, ограничение, война.

## TOURISM RESTORATION TRENDS IN THE CONDITIONS OF PANDEMIC IN THE RA

Gayane Rubik Tovmasyan

**Abstract.** *The urgency* of the article is conditioned by the necessity to analyze the damage of the tourism sector in Armenia due to the Covid-19 pandemic. *The purpose of this article* is to analyze the development trends of tourism in Armenia in recent years, taking into account the impact of the pandemic, also the possible impact of the influx of Russian tourists on the restoration of the tourism sector due to the Russian-Ukrainian war in 2022. *The choice of methodology and the problems* is conditioned by the above-mentioned purpose. *The scientific novelty* of the article is that an attempt was made to analyze the possible impact of the influx of Russian tourists to the Armenian tourism sector due to the Russian-Ukrainian war, trends in the recovery of

tourism after the pandemic were analyzed; suggestions were made for the expansion of marketing activities, attracting tourists; which can be used by the public-private sector.

*As a result of the analysis*, it was found out that in 2021 the sphere of tourism has been gradually restored. In 2021 870308 incoming tourists visited Armenia, increasing by 141% compared to the previous year. In 2021 the number of domestic tourists was 1595826 increasing by 52.6% compared to 2020 and by 3% compared to 2019.

Armenia is considered a non-mass tourist place, in the conditions of pandemic, this circumstance should be used as an advantage, thus presenting the country in advertisements implemented on social networks. Aggressive marketing policies should be implemented to promote inbound tourism using Buzz Marketing, Word of mouth and Influencer marketing strategies.

In 2022 there is a significant flow of Russians to Armenia during the Russian-Ukrainian war. This may have a positive impact on the tourism sector in the short term, but the war will have its negative consequences on Armenian economy. It is necessary to develop attractive tourist packages to different destinations in Armenia for Russians. Armenia can be a "shopping" tourism country for Russians, as well as a transit tourism place. It is too early to make clear predictions for 2022 about how much the flow of Russian tourists to Armenia will be, as it all depends on how long the war and, consequently, other restrictions and sanctions against the Russians will continue.

**Keywords:** tourism, tourist, pandemic, GDP, marketing, hotel facility, flight, restriction, war.