

ման համար որպես խորհրդանիշ օգտագործել նույնը, այսինքն՝ առաջին դասի հյուրատունը կստանա երեք, երկրորդ կարգի հյուրատունը՝ երկու, իսկ երրորդ կարգի հյուրատունը՝ մեկ նույն:

СУСАННА САРДАРЯН

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ
ГОСТЕВЫХ ДОМОВ В ТУРИЗМЕ В РА**

Ключевые слова: туризм, средство размещение, гостевой дом, ночлег, средняя занятость, квалификация.

В статье подчеркивается важность развития гостевых домов как неотъемлемой части индустрии туризма, подчеркивается важность их развития как средства размещения, обсуждаются существующие проблемы и пути для их развития в Армении.

SUSANNA SARDARYAN

**MODERN TRENDS AND PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT OF
GESTHOUSES IN TOURISM INDUSTRY OF RA**

Key Words: tourism, means of accommodation, guest house, overnight price, average employment, qualification.

The article presents and outlines the importance of development of guesthouses in Armenia, as one of the main directions in the tourism industry. It includes the revelation of the contemporary problems in this field and outlines the importance of this industry as a significant way of allocation.

ԼՈՒՍԻՆԵ ՍՏԵՓԱՆՅԱՆ

*Միջազգային տնտեսական
հարաբերություններ, մագիստրատուրա,
1-ին կուրս*

**ՀՀ ԲԶԶԱՅԻՆ ԿԱՊԻ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ
ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ**

Հիմնաբառեր. *հեռահաղորդակցություն, բջջային կապ, շուկայական մասնաբաժին, հիմնախնդիրներ, մրցակցություն*

ՀՀ հեռահաղորդակցության ոլորտը ներկայումս ամենաանհրաժեշտ և արագ զարգացող ոլորտն է: Բջջային հեռախոսակապի ծառայությունների մատուցման սեգմենտը ամենամեծ մասնաբաժինն ունի շուկայում: Ըստ կատարված վերլուծության՝ շուկայում տարիներ շարունակ առաջատար ընկերությունը եղել է և մնում է Viva Cell-ը: Ընդհանուր վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ շուկան հասունացած է և հագեցած, սակայն կան բազմաթիվ հիմնախնդիրներ, որոնք կարևոր են ինչպես բաժանորդների, այնպես էլ տնտեսության համար, ուստի օպերատորները պետք է ավելի ստրիդագործաբար վարեն իրենց մարքեթինգային ռազմավարությունը և ավելի ճկուն արձագանքեն փոփոխվող նորարարություններին:

Ներկայիս շուկայական պայմաններում բջջային կապի միջոցները նորարարություններին համապատասխան կատարելագործվում են, իսկ ոլորտի ծառայություններ մատուցող ընկերությունները շուկայում հանդես են գալիս նորանոր առաջարկներով՝ դառնալով ավելի մրցակցային: Վերջին տարիներին մեր հանրապետությունում նույնպես հեռահաղորդակցության ոլորտում նկատվում է ակտիվ և ճկուն առաջընթաց: Այս ամենից զատ, ոլորտում գոյություն ունեն բազմաթիվ հիմնախնդիրներ, որոնք առկա են տվյալ շուկայում:

Հեռահաղորդակցության ոլորտի ամենամեծ մասնաբաժինն ընկնում է բջջային կապի ծառայությունների մատուցման հատվածին:

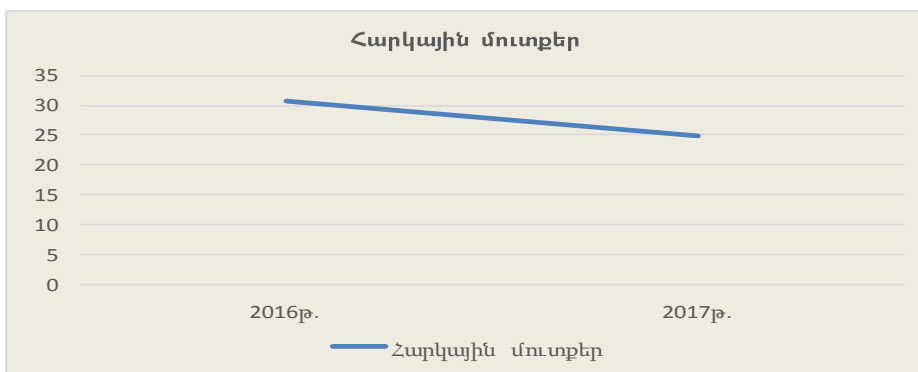
Իսկ շուկայում ծառայություն է մատուցում 4 խոշոր ընկերություն.

1. Viva Cell
2. Beeline
3. Ucom
4. Rostelecom

Ըստ ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտեի հրապարակած 2017 թ. տվյալների՝ խոշոր հարկ վճարողների ցուցակում տեղ են գրադեցրել նաև ՀՀ առաջատար հեռախաղորդակցական ընկերությունները: Սա խոսում է այն մասին, որ ոլորտը զարգանում է, և տարեցտարի շահույթի մակարդակը բարձրանում է:

Եթե 2016 թ. ՀՀ խոշոր հարկատուների առաջատար տասնյակում ներկայացված էր երկու հեռահաղորդակցական ընկերություն, ապա 2017 թ. արձանագրվել է նահանջ մինչ երկրորդ-երրորդ տասնյակ¹: Շուկայում հայտնվել է ևս երկու մրցակից²:

2017 թ. ՀՀ առաջատար հեռահաղորդակցական ընկերությունների կողմից (ՄՏՍ Հայաստան (VivaCell), ՎԵՈՆ Արմենիա (Beeline), Յուքոմ (Ucom), ԶԻԷՆՍԻ-ԱԼՖԱ (Rostelecom)) մուծվել է 24.74 մլրդ դրամ հարկ, 2016 թ. համեմատ մուծված հարկերի ծավալը նվազել է 5.59 մլրդ դոլարով կամ 18.43%-ով (տե՛ս գծապատկեր 1):

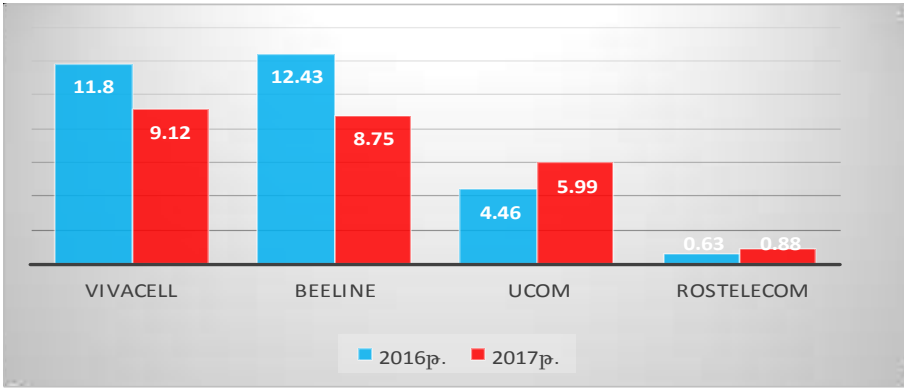


Գծապատկեր 1. Հեռահաղորդակցության ոլորտի 2016-2017 թթ. հարկային մուտքերը

¹ Տե՛ս ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտե, տե՛ս նաև՝ <https://b24.am/business/69972.html>:

² <http://www.petekamutner.am/>

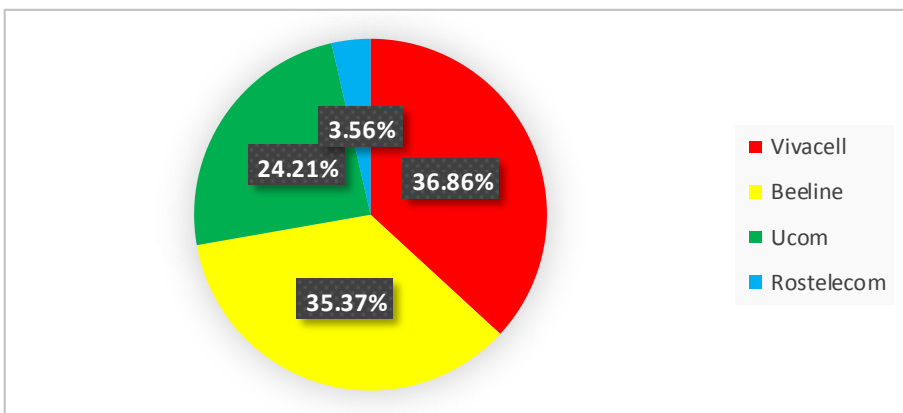
Տվյալները վկայում են, որ հարկային մուտքերը 2016 թ. համեմատ նվազել են: Դա նշանակում է, որ ընկերությունների եկամուտները կրճատվել են, իսկ շահույթը՝ նվազել, ինչը պայմանավորված է շուկայի հագեցվածությամբ և առկա հիմնախնդիրներով:



Գծապատկեր 2. Ընկերությունների 2016-2017 թթ. վճարած հարկերը

Ինչպես տեսնում ենք, Viva Cell-ը 2017 թ. մուծել է 9.12 մլրդ դրամ հարկ, 2016 թ. համեմատ արձանագրվել է անկում 3.69 մլրդ դրամով կամ 28.83%-ով: Beeline-ը 2017 թ. մուծել է 8.75 մլրդ դրամ հարկ, 2016 թ. համեմատ ցուցանիշը նվազել է 3.68 մլրդ դրամով կամ 29.64%-ով: Ucom-ը 2017 թ. մուծել է 5.99 մլրդ դրամ հարկ, 2016 թ. համեմատ մուծված հարկերի ծավալն աճել է 1.53 մլրդ դրամով կամ 34.46%-ով: Rostelecom-ը 2017 թ. մուծել է 0.88 մլրդ դրամ հարկ, 2016 թ. համեմատ մուծված հարկերի ծավալն աճել է 0.25 մլրդ դրամով կամ 40.49%-ով:

Ըստ այս տվյալների՝ ՀՀ հեռահաղորդակցության շուկան ունի հետևյալ կառուցվածքը (տե՛ս գծապատկեր 3):



Գծապատկեր 3. ՀՀ հեռահաղորդակցության շուկայի կառուցվածքը

Ինչպես տեսնում ենք, շուկայի խոշոր ներկայացուցիչները 4 ընկերություններն են, սակայն 2016 և 2017 թթ. շուկայում առաջատար դիրք ունեն Viva Cell և Beeline ընկերությունները¹:

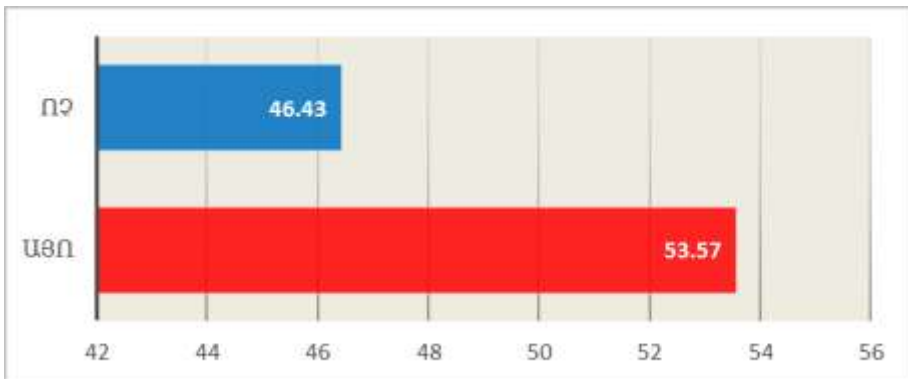
¹ Տե՛ս ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտե, տե՛ս նաև <http://www.petekamutner.am> :

Տվյալ ոլորտի կարևորությունը հաշվի առնելով՝ սույն հոդվածի նպատակն է պարզել առկա հիմնախնդիրները: Այդ իսկ պատճառով իրականացրել ենք հարցում, ըստ որի հարցվածների 75%-ը օգտվում է Viva Cell-ի ծառայություններից, 13,29%-ը՝ Beeline-ի, 9.60%-ը՝ Ucom-ի, 2.11%-ը՝ Rostelecom-ի:

Բջջային կապի ծառայությունների հայաստանյան շուկան 2009 թ. վերջից մոտեցավ հազեցման շեմին. երկրի չափահաս բնակչության ճնշող մեծամասնությունը մեկ կամ երկու բջջային հեռախոսահամար ուներ: 3 միլիոն բնակիչ ունեցող հայաստանյան շուկայում տարեվերջյան տվյալներով ավելի քան 2,5 միլիոն բջջային բաժանորդ կար:

Այս միտումը շարունակվում է մինչ օրս: Կատարված հարցման արդյունքում, որին մասնակցություն է ունեցել 320 բնակիչ, պարզ է դարձել, որ իրենց հիմնական օպերատորից բացի, շատերն օգտվում են նաև երկրորդ և երրորդ օպերատորի ծառայություններից:

Հարցվածների 53.57%-ը նշել է, որ իրենց հիմնական օպերատորից բացի, օգտվում է նաև 2-րդ օպերատորի մատուցած ծառայություններից, 46.43%-ը չի օգտվում (տե՛ս գծապատկեր 4):

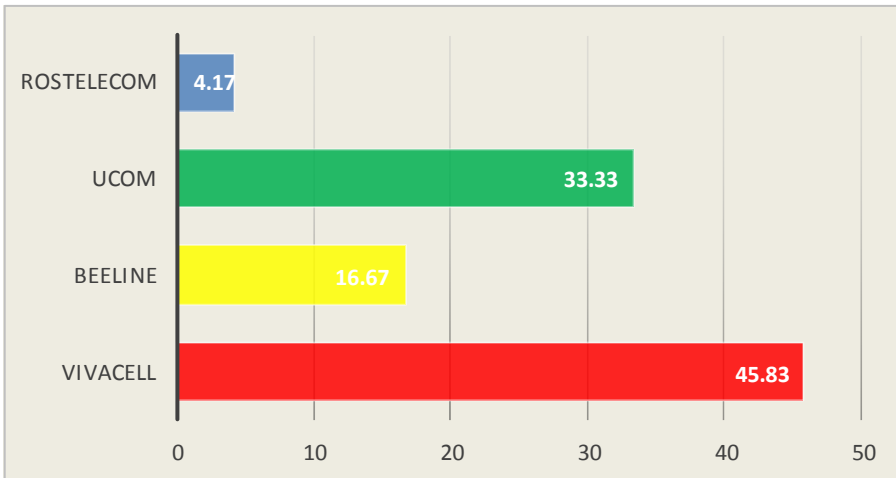


Գծապատկեր 4. Երկրորդ օպերատորի ծառայություններից օգտվողները

Տվյալները վկայում են, որ որպես երկրորդ օպերատոր քաղաքացիները ընտրում են Viva Cell-ը, Ucom-ը և Beeline-ը: Այստեղ Beeline-ը իր դիրքերը զիջում է Ucom-ին (տե՛ս գծապատկեր 5):

Բջջային կապի օպերատորները վստահեցնում են, որ շուկայում մրցակցության շատ հնարավորություններ կան: Խնդիրն այն է, թե ի՞նչ բնույթ կկրի այդ մրցակցությունը, և բաժանորդները կշահե՞ն արդյոք հեռահաղորդակցության շուկայում ծավալվող պայքարից:

Viva Cell-ի բաժանորդների թիվը 2008 թ. 46% աճ էր արձանագրել, իսկ Beeline-ինը՝ 23% աճ: 2009 թ., սակայն, շուկայում զգացվեցին հազեցման առաջին նշանները, և բաժանորդների թվի աճը կտրուկ կերպով նվազեց: Viva Cell-ի դեպքում այդ աճը կազմեց ընդամենը 2.4%, իսկ Beeline-ը նույնիսկ որոշակի հետաճ արձանագրեց, թեև այս մասին տվյալները հակասական են, քանի որ ընկերությունը 2009 թվականից անցում է կատարել բաժանորդների հաշվարկման նոր համակարգի, և տվյալները լիովին համադրելի չեն: 2016 թ. Viva Cell-ը շուկայի միանձնյա առաջատարն է. ընկերությունը տարին եզրափակեց 2 միլիոն 70 հազար բաժանորդով, Beeline ընկերությունը 502 հազար ակտիվ բաժանորդ ունի:



Գծապատկեր 5. Երկրորդ օպերատորի ծառայություններից օգտվողները

Վերջերս շուկա մուտք գործած Ucom բջջային օպերատորը իր որդեգրած համարձակ մարտավարության շնորհիվ բաժանորդների թվի տպավորիչ աճ արձանագրեց՝ գործունեության առաջին 3 ամիսների ավարտին հայտարարելով 700 հազար բաժանորդների մասին: Ucom-ի մուտքը հարկադրեց շուկայում արդեն իսկ գործող օպերատորներին պատասխան քայլերի դիմել՝ հատուկ առաջարկների և ծառայությունների սակագների նվազեցման տեսքով, որպեսզի կարողանան պահպանել իրենց բաժանորդներին:

Աճող մրցակցային պայմաններում հեռահաղորդակցության ծառայությունների շուկան առաջիկա մեկ-երկու տարիներին կհասնի 100% և ավելի հագեցման: Օպերատորներն արդեն դիտարկում են այլ ոլորտներում մրցակցելու հնարավորությունը, որը կնպաստի գների նվազեցմանը, մյուս կողմից էլ կարող է բազմաթիվ հիմնախնդիրների պատճառ դառնալ, օրինակ՝ ծառայությունների որակի անկման:

Մրցակցային դաշտում օպերատորներից յուրաքանչյուրը հանդես է գալիս զանազան առաջարկներով (ամիսը առնվազն երկու անգամ՝ Viva Cell-ը): Մասնավորապես, ներկայում մեծ է տվյալների փոխանցման ծառայությունների պահանջարկը՝ ներառյալ գերարագ բջջային ինտերնետը: Ներկա դրությամբ Viva Cell-ը հնգապատկել է ցանցի թողունակությունը՝ շուկայում ինտերնետի օգտագործման օրեցօր աճող պահանջարկը բավարարելու համար¹:

Ռուսաստանում, Մեծ Բրիտանիայում, Ֆրանսիայում, Գերմանիայում շարժական կապի ծառայությունների ներթափանցումը մոտ է կամ ավելին է 100%-ից: Այդօրինակ ներթափանցման պայմաններում ծագող առաջնահերթ խնդիրն այն է, որ շարունակական գնային պատերազմների հետևանքով մեկ բաժանորդից ստացվող եկամուտը նվազում է, և մեծածավալ ներդրումները նորագույն տեխնոլոգիաների ոլորտում իրենց չեն արդարացնում, ինչի հետևանքով, ի վերջո, տուժում են բաժանորդները: Սա նույնպես հիմնախնդիր է, որը հուզում է հասարակությանը:

¹ <https://www.mts.am/>

Այս մտահոգությունը, մասնավորապես, կիսում է Beeline-ը, ըստ որի. «Բջջային շուկայի ապագան հիմնականում կախված է օպերատորների որդեգրած գնային քաղաքականությունից: Ընկերությունը միշտ ընդդիմացել է գնային պատերազմներին: Ընկերությունը բազմաթիվ հետաքրքիր նախաձեռնություններ է պլանավորում, այնպես որ, «խաղաղ պայմաններում» մեր հաճախորդները իսկապես հաճելի նորություններ կտեսնեն»¹:

Այդուհանդերձ, բջջային ծառայությունների շուկան դեռևս հեռու է «խաղաղ» լինելուց: Սcom-ը առայժմ կարիք չունի մտածելու եկամուտների մասին՝ իրականացնելով իր 75 մլն դոլարի հասնող ներդրումային ծրագիրը: Ընկերության նպատակն է ապահովել իր բաժնեմասը Հայաստանի բջջային հեռախոսակապի շուկայում, որը 2009 թ. 105 766.6 մլն դրամի հասույթ է ապահովել (շուրջ 280 մլն դոլար) և հաստատվել ինտերնետ ծառայությունների շուկայում, որտեղ անցնող տարում եկամուտները եռապատկվել են՝ հասնելով 10 404.2 մլն դրամի (շուրջ 27.5 մլն դոլար)²:

Շուկայի տրամաբանությունը հուշում է, որ հիմնական աճը կարելի է ակնկալել ինտերնետային ծառայությունների ոլորտում: Հարկ է նշել, որ շարժական ինտերնետ կապը բավական ծախսատար է, և, բացի դրանից, մեծ ծանրաբեռնվածություն է առաջացնում օպերատորի ցանցում, այնպես որ, դեռևս պարզ չէ, թե որքանով են արդարացված այս ոլորտում կատարվող ներդրումները հայաստանյան շուկայի պայմաններում: Սա նույնպես հիմնախնդիր է, որը կարող է մեծ խոչընդոտներ առաջացնել ինչպես անհատների համար, այնպես էլ գործարար միջավայրի:

Ավելի կարևոր է այն, որ Հայաստանում մատուցվող շարժական ինտերնետային կապի ծառայությունները հաճախ բաժանորդների սպասելիքները չեն արդարացնում:

Ներկայումս ՀՀ հեռահաղորդակցության ոլորտում առկա հիմնախնդիրներն են.

- ինտերնետ կապի հաճախակի ընդհատումները,
- օպերատորներից ոչ մեկը չի կարողացել հաստատուն կերպով ապահովել գովազդվող 7.2 Մբ/վ արագությամբ ինտերնետ կապը,
- գնային պատերազմները,
- ծառայությունների որակի վատթարացումը,
- մարզային շրջանում ծառայությունների մատուցման որակի անկումը,
- վճարելիությունը,
- ռոումինգ ծառայությունների գները,
- ինտերնետ կապի ծանրաբեռնվածությունը,
- կապի ժամանակավոր խափանումները, որը բազմաթիվ խոչընդոտներ է առաջացնում գործարար միջավայրում:

Այսպիսով, ելնելով վերլուծությունից կարող ենք ասել, որը ընդհանուր առմամբ «բջջային հեռանկարները» հայաստանյան բաժանորդների համար խոստումնալից են, սակայն շուկայում գոյություն ունեցող հիմնախնդիրները կարող են վատթարացնել հեռահաղորդակցության ոլորտի աճի միտումները: Դա առաջին հերթին կազդի հասարակական կյանքի վրա, այնուհետև բա-

¹ <https://beeline.am>

² <https://www.ucom.am>

ցասական ազդեցություն կունենա բիզնեսի զարգացման վրա: Հաշվի առնելով ոլորտի առաջնահերթությունն ու անհրաժեշտությունը՝ առաջարկում ենք.

- ընկերություններին՝ մրցակցային դաշտում լինել հնարավորինս զսպողական,
- բաժանորդներին՝ նախ ճիշտ օպերատորի ընտրություն, այնուհետև դժգոհությունների դեպքում բողոքարկում և օպերատորի փոփոխություն,
- օպերատորները պետք է ստեղծագործաբար վարեն իրենց մարքեթինգային ռազմավարությունը և ավելի ճկուն արձագանքեն փոփոխվող նորարարություններին:

ЛУСИНЕ СТЕПАНЯН

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОБИЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ В АРМЕНИИ

Ключевые слова: телекоммуникации, сотовая связь, доля на рынке, основные проблемы, конкуренция.

Телекоммуникационный сектор Армении в настоящее время является наиболее актуальным и быстроразвивающимся сектором. Наибольшую долю на рынке занимает сегмент услуг мобильной телефонии. Согласно анализу, на протяжении многих лет ведущей компанией на рынке была и остается Viva Cell. Общий анализ показывает, что рынок зрелый и большой, но на рынке есть много проблем, которые важны как для абонентов, так и для экономики, поэтому операторы должны быть более креативными в своих маркетинговых стратегиях и должны более гибко реагировать на изменения инноваций в мире.

LUSINE STEPANYAN

MAIN ISSUES OF MOBILE COMMUNICATION SERVICES IN ARMENIA

Key words: telecommunications, cellular communication, market share, key issues, competition.

The telecommunication sphere of the republic of Armenia is nowadays the most necessary and fast developing field. The segment of mobile phone communication service delivery is supposed to have the biggest portion in the market: According to analysis the leading company in the market has been and remains viva cell for years. The common analysis displays that the market is mature and saturated, yet in the market there are a number of problems of a great importance related to both the subscribers and the economy, therefore the operators should creatively carry out their marketing strategies and flexibly respond to changing innovations in the world.