

ԳՐԵՏԱ ԳՈՒՐՈՒՐՅԱՆ

*Տնտեսագիտություն,
բակալավորիս, 3-րդ կուրս*

ՀՀ ԶՐՈՍԱԶՐԶՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ԵՎ ԴՐԱՆՑ ԼՈՒԾՄԱՆ ՈՒՂԻՆԵՐԸ ՀԵՏՔՈՎԻԴԱՅԻՆ ՃԱՄԱՆԱԿԱՀԱՏՎԱԾՈՒՄ

Հիմնաբառեր. *զբոսաշրջություն, տնտեսության ճյուղ,
մրցունակություն, զբոսաշրջային
ենթակառուցվածք*

Զբոսաշրջությունը համարվում է տնտեսության շարունակական զարգացող ոլորտներից մեկը: Հայաստանը գրավիչ զբոսաշրջային ուղղություն է՝ զարգացման մեծ ներուժով: Հոդվածում ուսումնասիրվել է ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի վրա կորոնավիրուսի, ինչպես նաև երկրում տիրող իրավիճակի ազդեցությունը: Ներկայացվել են ոլորտի արդիական հիմնախնդիրները, ինչպես նաև առաջարկվել են լուծման ուղիներ:

Ներածություն: Զբոսաշրջությունը Հայաստանի Հանրապետության տնտեսության զարգացման հեռանկար ունեցող հիմնական ճյուղերից մեկն է: Համաձայն ՀՀ զբոսաշրջության մրցունակության զեկույցի՝ Հայաստանը բարելավում է իր դիրքերը և շարունակում է ակտիվ քաղաքականություն իրականացնել՝ ուղղված ոլորտում առկա խնդիրների լուծմանը: Զբոսաշրջության զարգացումը խթանելու համար անհրաժեշտ է ապահովել համապատասխան ենթակառուցվածքներ և զբոսաշրջիկների սպասարկման բարձր մակարդակ: Զուգահեռաբար պետք է առանձնացվեն մեծ ներուժ ունեցող զբոսաշրջային ենթաճյուղերը՝ էկոտուրիզմը, գաստրոտուրիզմը, էքստրիմ տուրիզմը, էթնոտուրիզմը՝ համաշխարհային շուկայում Հայաստանը թիրախավորված դիրքավորելու և համապատասխան հետաքրքրություններ ունեցող զբոսաշրջիկների համար մեր երկիրն առավել գրավիչ դարձնելու նպատակով: Անհրաժեշտ է նշել, որ ՀՀ-ում կան ոլորտի զարգացմանը խոչընդոտող մի շարք գործոններ, ինչպիսիք են անբավարար ենթակառուցվածքները, պասիվ մարքեթինգային քաղաքականությունը: Սակայն, քիչ չեն նաև այն նախադրյալները, որոնք կարող են նպաստել ոլորտի զարգացմանը: Դրանք են՝ հարմար աշխարհագրական դիրքը, պատմամշակութային ավանդույթները, յուրահատուկ բնաշխարհը և Սփյուռքի առկայությունը: Զբոսաշրջության զարգացումը բացառիկ հնարավորություն է փոքր և միջին բիզնեսի առաջխաղացման համար:

Գրականության ակնարկ: Զբոսաշրջության զարգացման հեռանկարները ՀՀ անկախացումից ի վեր շարունակում են մնալ հետազոտողների ուշադրության կենտրոնում. հետազոտության ընթացքում ուսումնասիրվել են Կ. Աթոյանի¹, Հ. Ստամբուլյանի², Ն. Էլիզբարյանի³, Ռ. Իսահակյանի⁴, Ն. Ա. Չապկինա-

¹ <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03284216/document>

² <http://dspace.paara.am/xmlui/bitstream/handle/123456789/118/%D5%8D%D5%BF%D5%A1%D5%B4%D5%A2%D5%B8%D6%82%D5%AC%D5%B5%D5%A1%D5%B6%20%D5%80%D5%BC%D5%AB%D6%83%D5%BD%D5%AB%D5%B4%D5%A5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

³ https://asue.am/upload/files/science/banber/2017-year-3/9-B_2017.3-8.pdf

⁴ <https://artsakhlib.am/wp-content/uploads/2020/04/%D5%8C%D5%A1%D5%A6%D5%B4%D5%AB%D5%AF%D4%BB%D5%BD%D5%A1%D5%B0%D5%A1%D5%AF%D5%B5%D5%A1%D5%B6%D4%B6%D5%A2%D5%B8%D5%BD%D5%A1%D5%B7%D6%80%D5%BB%D5%B8%D6%82%D5%A9%D5%B5%D5%B8%D6%82%D5%B6%D5%A8%D5%B8%D6%80%D5%BA%D5%A5%D5%BD%D5%80%>

յի՝ աշխատությունները: Զբոսաշրջության ոլորտն այժմ ծանր կացության մեջ է ամբողջ աշխարհում: ՄԱԿ-ի Զբոսաշրջության համաշխարհային կազմակերպության (UNWTO) գնահատմամբ՝ 2020 թ. տարեկան տվյալներով աշխարհում զբոսաշրջության ոլորտի կորուստները կազմել են 1.1 տրիլիոն ԱՄՆ դոլար²: 2020 թվականը ծանր տարի էր հատկապես Հայաստանի համար. մարտ ամսից տարածվեց համավարակը³, իսկ սեպտեմբերին սկսվեց 44-օրյա պատերազմը: Այս երկուսը ազդեցին երկրի մի շարք ոլորտների զարգացման վրա:

Զբոսաշրջության արդի հիմնախնդիրներին բազմիցս անդրադարձ է կատարել ՀՊՏՀ «Ամբերդ» հետազոտական կենտրոնի ավագ հետազոտող Գ. Թովմասյանը՝ մատնանշելով այն բոլոր գործոնները, որոնք հետքովի դալին շրջանում խոչընդոտել են ոլորտի զարգացումը: Անժխտելի է այն փաստը, որ համավարակի և պատերազմի հետևանքով ստեղծված տնտեսական ճգնաժամային իրավիճակը էական դերակատարություն ունի տնտեսության զարգացման գործում, հետևաբար անչափ կարևորվում է տնտեսության աշխուժացմանն ուղղված յուրաքանչյուր միջոցառման իրականացումը: Իսկ զբոսաշրջության վերականգնումն էական նշանակություն ունի ՀՀ տնտեսության համար՝ հաշվի առնելով ոլորտի ներդրումը ՀՆԱ-ում և զբաղվածության մեջ⁴: Սույն հոդվածով փորձ է արվել ներկայացնելու զբոսաշրջության ոլորտի հետքովի դալան ժամանակաշրջանի վերլուծությունը, վեր հանելու զբոսաշրջության արդիական հիմնախնդիրները, ինչպես նաև առաջարկվել են հնարավոր լուծման ուղիներ:

Մեթոդաբանություն: Հետազոտության ընթացքում կիրառվել և համադրվել են պատմական և տրամաբանական, վիճակագրական և գրաֆիկական վերլուծության, համակարգային և իրավիճակային վերլուծության մեթոդները, համեմատական վերլուծության են ենթարկվել ընթացիկ և բազմաթիվ տարիների ցուցանիշները: Հոդվածի գիտական և տեղեկատվական հիմքն են կազմում ոլորտի հետ կապված առանցքային հետազոտությունները («Ամբերդ» մատենաշար, «Բանբեր» ՀՊՏՀ գիտական հանդես), վիճակագրական շտեմարաններն (Armstat.am) ու զեկույցները:

Հետազոտության արդյունքներ և քննարկում: ՀՀ-ն ևս դասվում է աշխարհի այն երկրների շարքին, որոնց համար զբոսաշրջության զարգացումը տնտեսության խթանման կարևոր գործիք է: Զբոսաշրջությունը ՀՀ արտահանման երկրորդ խոշորագույն ոլորտն է, որը զիջում է միայն հանքահումքային արտադրանքի և մետաղների արտահանմանը⁵: 2020 թ. բռնկված COVID-19 համավարակը և Արցախյան 44-օրյա պատերազմը զգալի հարված հասցրին Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտին: Իրենց ազդեցությունն ունեցան նաև կառավարության ոչ համաչափ արձագանքը և ուշացած հակաճգնաժամային քայլերը:

D5%A1%D5%B5%D5%A1%D5%BD%D5%BF%D5%A1%D5%B6%D5%AB%D5%80%D5%A1%D5%B6%D6%80%D5%A1%D5%BA%D5%A5%D5%BF%D5%B8%D6%82%D5%A9%D5%B5%D5%A1%D5%B6.pdf

¹ <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-turizma-respubliki-armeniya-v-ramkah-eaes-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya/viewer>

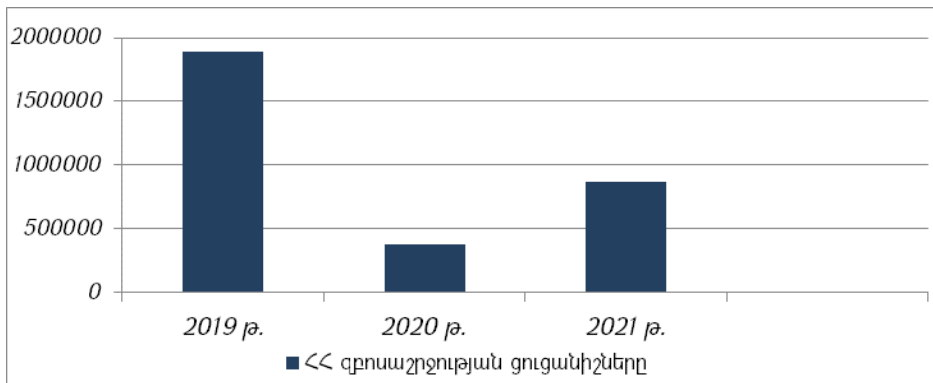
² <https://www.unwto.org/>

³ <https://www.worldbank.org/en/country/armenia/overview#1>

⁴ Տե՛ս Գ. Թովմասյան, Ինչպե՛ս վերականգնել զբոսաշրջությունը COVID-19-ի պայմաններում, «Ամբերդ» տեղեկագիր, 2020, 4(5), էջ 57-66:

⁵ <https://ampop.am/tourism-in-armenia/>

2020 թ. վիճակագրական տվյալներով՝ Հայաստան է այցելել 375 216 զբոսաշրջիկ՝ շուրջ 80%-ով պակաս, քան 2019 թվականին¹: Ընդ որում, 2020 թ. ապրիլ-օգոստոս ժամանակահատվածում ներգնա զբոսաշրջային այցելություններ չեն արձանագրվել²: 2020 թ. շուրջ 33%-ով նվազել է նաև ներքին զբոսաշրջության մակարդակը: Դա պայմանավորված է եղել առավելապես հանգստի և ժամանցի նպատակով ներքին զբոսաշրջության շուրջ 30% անկմամբ: 2020 թ. 16%-ով աճել է հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում տեղավորված զբոսաշրջիկների քանակը: Ընդ որում, 2020 թ. համեմատությամբ շուրջ 19%-ով նվազել է հանգստի և ժամանցի նպատակով Հայաստան ժամանող զբոսաշրջիկների թիվը: Զբոսաշրջության ոլորտի նվազ զարգացման պատճառ կարող են հանդիսանալ գովազդային ոչ արդյունավետ արշավները և Հայաստանի զբոսաշրջային հնարավորությունները, համավարակի կառավարման կարողությունների վերաբերյալ միջազգային շուկայում պասիվ պահվածքը և զբոսաշրջային ծառայությունների բազմազանության բացակայությունը:



Գծապատկեր 1. ՀՀ զբոսաշրջության ցուցանիշները (2019-2021 թթ.)³

2020 թ. տվյալներով՝ ոլորտի ընդհանուր հասույթը կազմել է շուրջ 16,5 մլրդ ՀՀ դրամ՝ շուրջ 60%-ով պակաս, քան 2019-ին⁴: Ընդ որում, հասույթի 70%-ը գեներացվել է Երևանում: Այս պատկերն ավելի է ամբողջանում, եթե հաշվի է առնվում, որ ոլորտում մեծ թիվ են կազմում մարզերում գործող փոքր և միջին ձեռնարկությունները: Այս տարվա ընթացքում Հայաստան այցելած զբոսաշրջիկների 34.9%-ը կամ 30.213-ը եղել են Ռուսաստանի քաղաքացիներ, 30.8%-ը կամ 26.633-ը՝ Հայաստանի քաղաքացիներ, 10.9%-ը կամ 9.394-ը՝ Իրանի, իսկ 10.3%-ը կամ 8.911-ը՝ Վրաստանի քաղաքացիներ: 2020 թ. Համեմատությամբ շուրջ 19%-ով նվազել է հանգստի և ժամանցի նպատակով Հայաստան ժամանող զբոսաշրջիկների թիվը: Հայաստան այցելող յուրաքանչյուր զբոսաշրջիկ, ըստ 2019 թ. տվյալների, այցի ընթացքում ծախսում է շուրջ 880 ԱՄՆ դոլար⁵:

¹ https://mineconomy.am/media/16379/Report_Covid%20impact.pdf

² https://www.armstat.am/file/article/sv_12_20a_421.pdf

³ <https://www.armstat.am>

⁴ <https://www.luys.am/img/artpic/small/f7b051b02c7a52ffd7a45.Tourism-changesaccepted.pdf>

⁵ https://mineconomy.am/media/12644/HAVELVAC_3.pdf

Աղյուսակ 1

ՀՀ-ում ներքին զբոսաշրջությունը՝ ըստ նպատակի¹

	2020 թ. հունվար-սեպտեմբեր	2021 թ. հունվար-սեպտեմբեր
Ընդամենը՝ զբոսաշրջիկներ	934981	1435111
<i>որոնցից ըստ նպատակի</i>		
գործնական	118643	198263
հանգստի և ժամանցի	721494	1124973
կրթության	4801	11625
բուժման	48891	69249
այլ	41151	31001

2020 թ. ոլորտը հսկայական կորուստներ ունեցավ կորոնավիրուսի և պատերազմի հետևանքով: Հայաստան այցելությունների թիվը կանխատեսվում էր հասցնել 2 միլիոն 180 հազարի, սակայն մեր երկիր եկավ շուրջ 375 հազար զբոսաշրջիկ: Ուստի, Հայաստանը կրեց շուրջ 1 միլիարդ 670 միլիոն ԱՄՆ դոլարի կորուստ²: 2021 թվականին, պատվաստանյութերի տարածմանը զուգընթաց, ճանապարհորդություններն աստիճանաբար սկսեցին վերականգնվել: 2020 թ. ՀՀ-ում զբոսաշրջության համախառն ներդրումը ՀՆԱ-ում կազմել է 216.8 մլրդ ՀՀ դրամ կամ 446.9 մլն ԱՄՆ դոլար (ՀՆԱ-ի 3.4%-ը)³՝ նախորդ տարվա համեմատ նվազելով 75%-ով³: Զբոսաշրջությունն ապահովել է ընդհանուր զբաղվածության 11.2%-ը կամ 107400 աշխատատեղ՝ նախորդ տարվա համեմատ նվազելով 22%-ով⁴: Ըստ Ճանապարհորդության և զբոսաշրջության համաշխարհային խորհրդի հրապարակումների՝ ՀՀ-ում զբոսաշրջության համախառն ներդրումը ՀՆԱ-ում 2019 թ. կազմել է 872.1 մլրդ ՀՀ դրամ կամ 1.8 մլրդ ԱՄՆ դոլար (ՀՆԱ 12.9%-ը)⁵՝ ապահովելով ընդհանուր զբաղվածության 13.8%-ը կամ 137800 աշխատատեղ: Ներգնա զբոսաշրջիկների ծախսերը ՀՀ-ում կազմել են 126.1 մլրդ ՀՀ դրամ (260.0 մլն ԱՄՆ դոլար)⁶՝ նախորդ տարվա 719.7 մլրդ ՀՀ դրամի (1484.1 մլն ԱՄՆ դոլար) դիմաց նվազելով 82.5%-ով, իսկ ներքին զբոսաշրջիկների կատարած ծախսերը՝ 61.5 մլրդ ՀՀ դրամ (126.7 մլն ԱՄՆ դոլար)⁷՝ նախորդ տարվա 109.7 մլրդ ՀՀ դրամի (226.1 մլն ԱՄՆ դոլար) դիմաց նվազելով 44%-ով: Ըստ ՀՀ ՎԿ տվյալների՝ 2019 թ. ՀՀ է ժամանել 1894377 զբոսաշրջիկ (2018 թ. համեմատ թիվն աճել է 14.7%-ով), իսկ ՀՀ-ից մեկնել է 1867888-ը⁵: 2020 թ. համավարակի պայմաններում ՀՀ ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների քանակը կազմել է 375216՝ նախորդ տարվա համեմատ նվազելով 80%-ով⁶: 2020 թ. ՀՀ-ից մեկնել է 346093 արտագնա զբոսաշրջիկ: Համաձայն Սահմանային էլեկտրոնային կառավարման տեղեկատվական համակարգով (ՍԷԿՏ) ստացված տվյալների՝ 2021 թ. Առաջին կիսամյակում ներգնա զբոսաշրջիկների թիվը կազմել է 239263 մարդ՝ 2020 թ. 307590-ի համեմատ նվազելով 22%-ով⁷:

Աղյուսակ 2-ում ներկայացված են ՀՀ այցելած զբոսաշրջիկները՝ ըստ աշխարհագրական բաշխվածության:

¹ https://www.armstat.am/file/article/sv_10_21a_422.pdf

² <https://factor.am/374994.html>

³ <https://asue.am/upload/files/amberd/%D5%8F%D5%A5%D5%B2%D5%A5%D5%AF%D5%A1%D5%A3%D5%AB%D6%80%2021.4.pdf>

⁴ <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46690337>

⁵ https://www.armstat.am/file/article/sv_12_19a_421.pdf

⁶ <https://asue.am/upload/files/amberd/%D5%8F%D5%A5%D5%B2%D5%A5%D5%AF%D5%A1%D5%A3%D5%AB%D6%80%2021.1.pdf>

⁷ https://www.armstat.am/file/article/sv_04_21a_421.pdf

Աղյուսակ 2

ՀՀ այցելած զբոսաշրջիկների աշխարհագրական բաշխվածության կառուցվածքը
2020-2021 թթ. հունվար-սեպտեմբերին¹

	Տեսակարար կշիռը (%)	
	2020 թ. հունվար-սեպտեմբեր	2021 թ. հունվար-սեպտեմբեր
Ընդամենը	100.0	100.0
այդ թվում՝		
ԱՊՀ երկրներ	45,9	45,3
<i>որից՝</i>		
Ռուսաստան	2,2	1,8
Ռուսաստանի Դաշնություն	41,4	39,5
ԱՊՀ այլ երկրներ	2,3	3,9
ԵՄ երկրներ	17,0	12,0
<i>որից՝</i>		
Նիդեռլանդներ	0,2	0,9
Իտալիա	1,6	1,0
Ֆրանսիա	4,9	3,9
Գերմանիա	4,4	3,1
ԵՄ այլ երկրներ	5,9	3,1
Այլ երկրներ	37,1	42,7
<i>որից՝</i>		
ԱՄՆ	4,2	9,1
ԻԻՀ	6,4	12,5
Վրաստան	1,6	1,6
Թուրքիա	0,4	0,1
Կանադա	0,6	0,7
Այլ երկրներ	23,9	18,7

2019 թ. վճարային հաշվեկշռում զբոսաշրջային ծառայությունների արտահանման ծավալը կազմել է 1534.9 մլն ԱՄՆ դոլար, իսկ ներմուծմանը՝ 1433.6 մլն ԱՄՆ դոլար²: 2020 թ. զբոսաշրջային ծառայությունների արտահանման ծավալը կազմել է 292,4 մլն ԱՄՆ դոլար, ինչը նախորդ տարվա համեմատ պակաս է 1242.5 մլն ԱՄՆ դոլարով: 2021 թ. զբոսաշրջային ծառայությունների արտահանման ծավալը կազմել է 35,3 մլն ԱՄՆ դոլար (2020 թ. նույն ժամանակահատվածում՝ 227,3 մլն ԱՄՆ դոլար)³: Հաշվի առնելով այս անկումները, այնուամենայնիվ, չենք կարող չնշել այն հանգամանքը, որ կորոնավիրուսը ներքին զբոսաշրջության վրա նաև դրականորեն է ազդել: Համավարակի, ճանապարհորդության միջազգային սահմանափակումների պարագայում շատերն սկսեցին գերադասել հանգստանալ ՀՀ զբոսաշրջային կենտրոններում, մշակութային վայրեր այցելություններ կատարել, և առհասարակ արժեքները վերագնահատվեցին, փոխվեցին մարդկանց կենսակերպն ու արժեհամակարգը, ուստի կարելի է ակնկալել, որ ներքին զբոսաշրջությունը հետագայում նույնպես կշարունակի ակտիվանալ՝ պայմանավորված հոգեբանական գործոններով: Շնորհիվ իր աշխարհագրական դիրքի, պատմության, կլիմայական պայմանների և տեղագրության՝ Հայաստանն իր զբոսաշրջության մակարդակն էապես ընդլայնելու և զարգացնելու եզակի ներուժ ունի, պարզապես անհրաժեշտ է նպաստել երկրի ներսում հանգստի ավելի հարմարավետ և մատչելի կազմակերպմանը: ՀՀ-ում կան զբոսաշրջային գրավչությամբ բազում

¹ https://www.armstat.am/file/article/sv_10_21a_421.pdf

² <https://www.cba.am/am/SitePages/statexternalsector.aspx>

³ <https://www.cba.am/am/SitePages/statexternalsector.aspx>

վայրեր, որոնց մասին հարկավոր է տարածել իրազեկող գովազդներ և մեծացնել դրանց նկատմամբ հետաքրքրությունը, ընդգրկել զբոսաշրջային երթուղիներում: Ըստ ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության տվյալների՝ Հայաստան ժամանող զբոսաշրջիկների շուրջ 31%-ը սփյուռքահայեր են, իսկ 69%-ը՝ օտարերկրացիներ¹: Հայաստանում զբոսաշրջիկների գրեթե կեսին գրավում է մշակութային զբոսաշրջությունը, 19%-ը գալիս է բնության, իսկ 16%-ը՝ ազատ ժամանցի համար²: Բիզնես, արկածային, սպորտային և առողջապահական զբոսաշրջություն ընտրում են զբոսաշրջիկների 13%-ը, իսկ նրանց 3%-ը Հայաստան է գալիս երկարաժամկետ զբոսաշրջության նպատակով³: Հարկ ենք համարում նաև ներկայացնել հետևյալ հետաքրքրաշարժ վիճակագրությունն առ այն, որ ՄԱԿ-ի ՀՀ-ի տվյալների համաձայն՝ չնայած պատերազմական գործողություններին և քաղաքական անկայուն վիճակին՝ մի շարք երկրներում զբոսաշրջիկների հոսքն աճում է⁴: Օրինակ, 2017 թ. Պաղեստինում օկուպացված տարածքներում միջազգային զբոսաշրջիկների աճը կազմել է 57,8%: Թունիսում, որտեղ 2010-2011 թ. հեղափոխություն եղավ, իսկ 2015 թ. Սուու լողափում զինված մարդասպանը սպանեց 38 մարդու, 2017 թ. Ջբոսաշրջիկների թիվն աճել է 32,5%-ով՝ հասնելով 7,5 միլիոնի: Նիկարագուայում, որը հայտնի է իր հեղափոխական անցյալով, զբոսաշրջիկների աճը 2017 թ. Կազմել է 28,4%՝ հասնելով 2 միլիոնի: Իսրայելում զբոսաշրջիկների թիվը 2017 թ. աճել է 25,1%-ով՝ հասնելով 3,7 մլն մարդու: Կարելի է հետևություն անել, որ տվյալ պարագայում մեր երկրի համար նպատակային մարքեթինգի իրականացումը կարող է զբոսաշրջության զարգացման լուրջ խթան հանդիսանալ:

Մեծապես կարևորվում է նաև փառատոների դերը: Սա և՛ ներքին, և՛ միջազգային, և՛ ներգնա զբոսաշրջության կարևոր խթան է: ՀՀ-ում բավականին ակտիվացել է էկոտուրիզմը, գինու տուրիզմը, գաստրո- և ագրոտուրիզմը: Մասնագետների համոզմամբ՝ Հայաստանում այս ուղղությունները զարգացման մեծ հնարավորություն ունեն, բայց ներուժն ամբողջությամբ դեռևս իրացված չէ: ՀՀ-ում հետքովիդյան շրջանում ակտիվացել է մարզային տուրիզմի դերը, հատկապես կարելի է առանձնացնել Լոռու մարզը, որտեղ մեկնարկել է #Տուրիզմ_ընտարտ_2021 անցանց և անվճար գիտաժողովների շարքը⁵: Ծրագիրը կյանքի է կոչվել Լոռու մարզպետարանի աջակցությամբ և One Way ընկերության նախաձեռնությամբ⁶: Նմանօրինակ ծրագրերի իրականացումը պետք է շարունակական բնույթ կրի, քանզի ՀՀ-ն բավականաչափ զբոսաշրջային ներուժ ունի հատկապես մարզերում, որը տեղեկատվության բացակայության, ենթակառուցվածքների ոչ լիարժեք զարգացածության և զբոսաշրջային մարթեթինգի ոչ բավարար ֆինանսավորման պատճառով ամբողջությամբ հասանելի չի դառնում: Որպես ՀՀ զբոսաշրջության զարգացման կարևոր գործոն հարկ ենք համարել առանձնացնել նաև 2022 թ. Մանկական Եվրատեսիլի հյուրընկալումը Հայաստանում: Համեմատական գծեր տանելով

¹ https://mineconomy.am/media/12644/HAVELVAC_3.pdf

² <https://fip.am/10472>

³ <https://anif.am/am>

⁴ <https://www.unwto.org/>

⁵ https://hy.armradio.am/2021/03/02/%D5%BF%D5%B8%D6%82%D6%80%D5%AB%D5%A6%D5%B4%D5%BC%D5%A5%D5%BD%D5%BF%D5%A1%D6%80%D5%BF_2021%D5%BF%D5%B8%D6%82%D6%80%D5%AB%D5%A6%D5%B4%D5%AB-%D5%A6%D5%A1%D6%80%D5%A3%D5%A1%D6%81%D5%B4%D5%A1%D5%B6/

⁶ <https://hy.armradio.am/2021/03/02>

2011 թ. Հայաստանում տեղի ունեցած Մանկական Եվրատեսիլի և 2021 թ. Զբոսաշրջային կենտրոն հանդիսացող Ֆրանսիայում տեղի ունեցող Մանկական Եվրատեսիլի արդյունքների միջև՝ կարելի է ենթադրել, որ 2022-ին Հայաստանն էական փոփոխություններ կարող է կատարել զբոսաշրջության ոլորտում՝ հյուրընկալելով շուրջ 5000 զբոսաշրջիկի (հաշվի առնելով 2011 թ. տվյալները): 2021 թ. Ֆրանսիայում կայացած Մանկական Եվրատեսիլն ապահովել է ավելի քան 3250 հանդիսատես, այն էլ համավարակի սահմանափակումների դեպքում, և ավելի քան 33 միլիոն մարդ ամբողջ աշխարհում դիտել է «Մանկական Եվրատեսիլ-2021»-ը Փարիզում: Սա շոուն դիտողների ամենաբարձր թիվն է 2011 թվականից ի վեր, երբ Հայաստանը հյուրընկալեց մրցույթը¹: Ուստի, կարելի է ենթադրել, որ սոցցանցերում ճիշտ թիրախավորման միջոցով կարող ենք ներգրավել ավելի շատ զբոսաշրջիկների և բարձրացնել ՀՀ-ի նկատմամբ հետաքրքրությունը: Առհասարակ, նմանօրինակ մասշտաբային միջոցառումների, ցուցահանդեսների մասնակցությունը բարձրացնում է երկրի ճանաչելիությունը: Բացի դրանից, ազգային իմիջի ձևավորման և տեսանելիության բարձրացման գործում մեծ դեր կարող են ունենալ նաև արտասահմանում գործող բազմաթիվ հայ կարկառուն ինֆլուենսերներ, որոնց ներգրավումը մարքեթինգային արշավներին կարող է աննախադեպ ցուցանիշներ գրանցել:

Եզրակացություն: Համաշխարհային զբոսաշրջության ոլորտը COVID-19-ի հետևանքով շատ մեծ վնասներ կրեց և շարունակում է կրել: Դրանից անմասն չի մնացել նաև ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտը: Զբոսաշրջությունը համաշխարհային տնտեսության խոշոր ոլորտներից է, որն ապահովում է համաշխարհային ՀՆԱ-ի 10.3%-ը և 330 միլիոն աշխատատեղ²: Ուստի, արդեն իսկ ակնհայտ է, որ համավարակի հետևանքով զբոսաշրջության կրած վնասները բազմաթիվ էֆեկտով ազդում են նաև տնտեսության այլ ոլորտների վրա: Մնում է հուսալ, որ համավարակը երկար չի տևի, և գոնե 2022-ին զբոսաշրջության ոլորտը կսկսի աստիճանաբար վերականգնվել՝ կրկին գրանցելով աճի տեմպեր:

Զբոսաշրջությունն էական նշանակություն ունի մեր երկրի սոցիալ-տնտեսական համակարգում, ուստի ներքին և ներգնա զբոսաշրջության զարգացման համար անհրաժեշտ է իրականացնել մարքեթինգային միջոցառումներ, մասնավորապես՝ համացանցով և սոցիալական ցանցերով տարածել գովազդ, մշակել տուրփաթեթներ՝ ներառելով զբոսաշրջության տարբեր տեսակներ՝ ռեկրեացիոն, կրոնական, էկոտուրիզմ, ագրոտուրիզմ, գաստրոնոմիական, սպորտային, արկածային, իրադարձային, ուխտագնացություն դեպի սրբավայրեր և այլն: ՀՀ-ում կան զբոսաշրջային գրավչությամբ բազում վայրեր, որոնք կարելի է ընդգրկել երթուղիներում: Կարևոր է նաև ավանդական մարքեթինգի գործիքակազմը ժամանակակից մարքեթինգի շարունակաբար զարգացող գործիքակազմով լրացնելը: Հայաստանը պետք է պատկերել որպես անվտանգ երկիր՝ բազմազան նախասիրություններ և հետաքրքրություններ ունեցող զբոսաշրջիկների համար ներկայացնելով տարբերակված առաջարկներ՝ հիմնված զբոսաշրջային հարուստ ռեսուրսային ներուժի վրա: ՀՀ-ում զբոսաշրջության կայուն զարգացման և հայկական զբոսաշրջային արդյունքի որակի շարունակական ապահովման համար անհրաժեշտ է ձևավորել և զարգացնել

¹ <https://thateurovision.com/2022/01/28/junior-eurovision-2021-viewing-figures/>

² <https://asue.am/amberd/publication/analytics/covid-19-and-international-tourism-1>

ոլորտը սպասարկող ենթակառուցվածքները (միջպետական նշանակության ավտոմայրուղիներ, դեպի զբոսաշրջային գրավչության օբյեկտներ տանող ավտոճանապարհներ, մատչելի հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներ, բարձրակարգ հյուրանոցներ, զբոսաշրջային տների ցանցի ձևավորում և զարգացում, զբոսաշրջային տների ցանցի ինտեգրում համաշխարհային համապատասխան ցանցերին, զբոսաշրջային կլաստերների ձևավորում և զարգացում): Մասնավոր ներդրումների խթանումը և նորամուծական տեխնոլոգիաների ներդրումը կբարձրացնեն ոլորտի մարքեթինգային միջոցառումների արդյունավետությունը և կզարգացնեն զբոսաշրջության ոլորտը:

Ամփոփելով կարելի է նշել, որ ՀՀ տնտեսության զարգացման և զբոսաշրջության ոլորտի կրած վնասների չեզոքացման ու առաջնորման համար անհրաժեշտ է շեշտադրել զբոսաշրջության ոչ միայն ավանդական, այլ նաև ոչ ավանդական ձևերի խթանումը և իրականացնել ճիշտ ու բազմատեսակ մարքեթինգային արշավներ, կարևորել ազգային կերպարի ներկայացումը և Հայաստանի ճանաչելիության բարձրացումը:

Օգտագործված գրականության ցանկ

1. Զբոսաշրջության ոլորտի զարգացումը՝ որպես կայուն տնտեսական աճի նախադրյալ, զարգացման հիմնախնդիրները և դրանց լուծման ուղիները Հայաստանի Հանրապետությունում / Մասն. խմբ.՝ Ս. Ա. Դավաթյան., Եր., «Գիտություն» հրատ., 2019:
2. Թովմասյան Գ., COVID-19-ի բացասական ազդեցությունը ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի վրա:
3. Թովմասյան Գ., Զբոսաշրջության զարգացման հիմնախնդիրները Հայաստանի Հանրապետությունում (մենագրություն), Եր., «Մեկնարկ» ՍՊԸ, 2020:
4. <https://www.armstat.am/am/>
5. <https://mineconomy.am/>
6. <https://www.cba.am/>
7. <https://www.weforum.org/>
8. <https://www.luys.am/>
9. <https://factor.am/>
10. <https://asue.am/upload/files/amberd/>
11. <https://www.worldbank.org/>

ГРЕТА ГУРУРЯН

Экономика, бакалавриат, 3-й курс

ПРОБЛЕМЫ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ И ПУТИ РЕШЕНИЯ ПОСТКОВИДНОГО ПЕРИОДА

Ключевые слова: туризм, отрасль экономики, конкурентоспособность, инфраструктура туризма

Туризм сейчас является одним из постоянно развивающихся отраслей мировой экономики. Армения является привлекательным туристическим направлением с большим потенциалом развития. В статье исследуется и анализируется влияние коронавируса на развитие туризма в Армении, а также текущая ситуация страны. Представлены актуальные проблемы отрасли, а также предложены возможные решения проблем.

GRETA GURURYAN

Economics, Bachelor's Degree, 3rd Year

THE PROBLEMS OF TOURISM AND THE WAYS OF THEIR SOLUTION IN THE REPUBLIC OF ARMENIA IN THE POST-COVID PERIOD

Key words: *tourism, branch of economy, competitiveness, tourism infrastructure*

Nowadays tourism is considered one of the continually developing sectors of the world economy. Armenia is an attractive tourist destination with great development potential. The article examines and analyzes the current state of the tourism sector in the Republic of Armenia, the impact of Covid-19 and the country's current situation on tourism. Contemporary challenges of tourism are presented and possible solutions to these problems are suggested.

ԳԵՂԵՑԻԿ ԴԱՆԱՔՅԱՆ

*Վիճակագրություն,**բակալավրիապ, 4-րդ կուրս*

«ՓԱՓՈՒԿ ՈՒԺ». ՆԵՐՈՒԺԻ ԳՆԱՀԱՏՈՒՄԸ

Հիմնաբառեր. *«փափուկ ուժ», «կոշտ ուժ», գործոնային վերլուծություն, համաթիվ*

Միջազգային հարաբերություններում առաջնային դիրք ունենալու համար երկրները կիրառում են բազմաթիվ գործիքակազմեր, որոնց մեջ իր կարևոր տեղն ունի «փափուկ ուժը»: Սույն հոդվածում առանձնացվել են «փափուկ ուժի» վրա առավել մեծ ազդեցություն ունեցող բաղադրիչները, որոնց հիման վրա կատարվել է գործոնային վերլուծություն: Վերլուծության արդյունքում աշխարհի 137 երկրների համար հաշվարկվել է 1 ընդհանրական համաթիվ, որը հնարավորություն է տալիս գնահատելու «փափուկ» ուժի ներուժը: Կատարվել է նաև երկրների վարկանշավորում, որն ակնհայտորեն առանձնացնում է «փափուկ ուժով» առաջատար երկրները:

Ներածություն: Վերջին ժամանակներում շատ երկրներ ձգտում են պահպանել իրենց գոյությունը փոփոխվող աշխարհում և այդ նպատակով փորձում են օգտագործել «փափուկ ուժի» ռեսուրսները: Տարբեր երկրներ տարբեր ձևով են կիրառում «փափուկ ուժը», որն ունի նաև դժվարություններ՝ կապված կառավարման և վերահսկողության հետ: Թյուր կարծիք կա, որ «փափուկ ուժի» կիրառման մեջ կարող են հաջողությունների հասնել միայն տնտեսապես զարգացած պետությունները: Փորձը ցույց է տալիս, որ այնպիսի երկրներ, ինչպիսիք են Ռուսաստանը, Ղազախստանը և Թուրքիան, «փափուկ ուժի» կիրառման հարցում իրենց տեղը զիջում են Իռլանդիային, Իսրայելին և Լեհաստանին, որոնք գլխավորում են «փափուկ ուժը» արդյունավետ կիրառող երկրների ցուցակը: Պատճառներից մեկն այն է, որ շատ երկրներ փորձում են կրկնօրինակել այլ երկրների փորձը՝ հաշվի չառնելով իրենց երկրի տնտեսական, մշակութային, պատմական և մի շարք այլ առանձնահատկություններ: Սակայն պետք չէ նաև հույսը դնել միայն սեփական քաղաքական, տնտեսական և ֆինանսական հնարավորությունների վրա: