

**ՏԱՐԱԾԱՇՐՋԱՆԸ՝ ՈՐՊԵՍ ԶԲՈՍԱՇՐՋԱՅԻՆ
ԴԵՍՏԻՆԱՅԻԱ**

Ա. Ս. ՄԱՏԵՆՑՅԱՆ

Համաշխարհային տնտեսության գլոբալացման գործընթացն արտահայտվում է նյութական և ոչ նյութական ռեսուրսների ազատ շարժով, ազգային տնտեսությունների փոխազդեցության աճով, որն էլ իր հերթին պայմանավորված է այդ նույն ազգային ռեսուրսների սահմանափակությամբ: Այս ամենը բերում է համաշխարհային տնտեսության սուբյեկտների (տարածաշրջանների, երկրների) միջև ծավալվող մրցակցային պայքարի սրացման:

Նույն գործընթացի համատեքստում է զարգանում նաև միջազգային զբոսաշրջությունը, որն այսօր համաշխարհային տնտեսության ամենաակտիվ տարրեր ճյուղերից մեկն է: Ամբողջ աշխարհում տեղի է ունենում զբոսաշրջության տարածքային պատկերի և զբոսաշրջային հոսքերի ուղղվածության արագընթաց փոփոխություն:

Զբոսաշրջությունը՝ որպես տնտեսական գործունեության տեսակ և որոշակի տարածքների յուրացման միջոց, վիթխարի նշանակություն է ձեռք բերել առանձին տարածաշրջանների և երկրների զարգացման հարցում:

Այսօր միջազգային զբոսաշրջության տարածման աշխարհագրությունն սպառնում է, որ երկրագնդի ցանկացած անկյունում (ընհուպ մինչև Հյուսիսային և Հարավային բևեռներ) հնարավոր է հայտնաբերել կամ ստեղծել յուրահատուկ զբոսաշրջային ռեսուրս՝ ծառայեցնելով այն զբոսաշրջային հոսքերի ներգրավման նպատակին:

Այսպիսով՝ զբոսաշրջության կառավարման գործում հատուկ նշանակություն են ձեռք բերում առանձին վարչատարածքային միավորները, հատկապես՝ զբոսաշրջային տարածաշրջանները:

«Ջրոսաշրջային տարածաշրջան» հասկացությունը տուրիստիկայի* առանցքային գաղափարներից է: Անգամ ՄԱԿ-ի Համաշխարհային զբոսաշրջային կազմակերպության (այսուհետև՝ ՀՋԿ) կողմից ոլորտին վերաբերող բոլոր վիճակագրական տվյալներն ու հաշվետվություններն ամփոփվում են հենց տարածաշրջանների կտրվածքով:

Թեև մեթոդաբանական առումով զբոսաշրջության տերմինաբանական բազան բավականին լավ է մշակված, սակայն դեռևս կան որոշ հասկացություններ և եզրույթներ, որոնք մասնագիտական գրականության մեջ հստակ չեն ներկայացվում: Նմանատիպ հասկացությունների թվին է դասվում նաև զբոսաշրջային տարածաշրջանը, որի բնորոշման հարցում գոյություն ունեն տարբեր մոտեցումներ:

Նախ պարզենք «զբոսաշրջային տարածաշրջան» երևույթի էությունը: Տարածաշրջանն առաջին հերթին տարածքային միավոր է: Առհասարակ, «տարածք» հասկացությունն ընկալվում է իբրև որոշակի սահմանափակ տարածություն: Մինչդեռ տարածքը բարդ համակարգ է, որի բոլոր տարրերը գտնվում են անընդհատ փոխազդեցության և փոխգործակցության մեջ՝ թե՛ դրական, թե՛ բացասական առումներով: Ջրոսաշրջության դեպքում տարրերի փոխազդեցության աստիճանը կախված է տվյալ տարածքի ռեսուրսային (տնտեսական, բնական, պատմամշակութային, քաղաքական, ենթակառուցվածքային և այլ) ներուժից: Այսպիսով՝ յուրաքանչյուր տարածաշրջան՝ որպես տարածքային միավոր, ունի իր առանձնահատկությունները, որոնց շնորհիվ ձևավորվում են դրա զարգացման հետ կապված յուրահատուկ պահանջմունքները, նպատակները, մոդելները և ռազմավարությունները: Այժմ փորձենք սահմանել «զբոսաշրջային տարածաշրջան» հասկացությունը: Ջրոսաշրջային տարածա-

* Տուրիստիկա՝ զբոսաշրջության, զբոսաշրջային գործունեության կազմակերպման և կառավարման, զբոսաշրջության տնտեսագիտության և օրենսդրության մասին հիմնական և կիրառական գիտությունների ամբողջական համակարգ [1, 299]:

շրջանը կոնկրետ տարածք է, որտեղ զբոսաշրջային ծառայությունների մատուցման հետ կապված գործունեություն է իրականացվում: Տարածաշրջանը պետք է ունենա զբոսաշրջային գրավչություն՝ ունենալով ինչպես որոշակի բնակլիմայական և (կամ) պատմամշակութային առանձնահատկություններ, այնպես էլ սպասարկման զարգացած ենթակառուցվածքներ:

Զբոսաշրջային տարածաշրջանը կարելի է բնորոշել՝ հաշվի առնելով նաև զբոսաշրջիկների պահանջները: Այս դեպքում հիմնականում առանձնացվում է չորս հատկանիշ, որոնցով ըզբոսաշրջիկները սովորաբար առաջնորդվում են իրենց զբոսաշրջային շարժառիթներն իրացնելիս: Դրանք են՝ վայրը (բնական լանդշաֆտը), տեղավորման և սննդի պայմանները, էքսկուրսիաները և գինը:

Ուշագրավ է ՀԶԿ-ի ներկայացրած սահմանումը, այն է՝ «...Զբոսաշրջային տարածաշրջանը մի տարածք է, որտեղ կան ինչ-որ տեսարժան վայրեր, ինչպես նաև դրանց հարմարեցված զբոսաշրջային շինություններ և ծառայություններ, որոնք ընտրվում են զբոսաշրջիկի կամ զբոսաշրջային խմբի կողմից և որոնք վաճառվում են ծառայություններ արտադրողի կողմից...» [2]:

Սահմանումից երևում է, որ զբոսաշրջային տարածաշրջանը միավորում է զբոսաշրջիկի ուղևորության նպատակը և ըզբոսաշրջային ապրանքը՝ որպես մատուցվող ծառայությունների ամբողջություն: Այս դրույթից հետևում է՝

ա) որպես ուղևորության նպատակ (նույն ինքը՝ նպատակակետ, դեստինացիա, զբոսաշրջավայր)՝ տարածաշրջանը պետք է առանձնանա զբոսաշրջային գրավչությամբ, իսկ այդ գրավչության աստիճանը կախված է զբոսաշրջիկի անհատական ընկալումից և շարժառիթներից (օրինակ՝ եթե զբոսաշրջիկը լեռնադահուկասահքի սիրահար է, ապա նրա համար գրավիչ կլինեն լեռնային զանգվածները և ոչ թե արևադարձային լողափերը, կամ եթե զբոսաշրջիկը հետաքրքրված է հնագույն քաղաքակրթություններով, ապա, ամենայն հավանականությամբ, նա կնախընտրի Եգիպտոս կամ Չինաստան մեկնել և այլն):

բ) որպես հյուրընկալման արդյունաբերության ձեռնարկու-

թյունների և մատուցվող ծառայությունների միասնական համա-
իր՝ տարածաշրջանը ներկայանում է իբրև զբոսաշրջային ապ-
րանք, այսինքն՝ շուկայի մրցակցային միավոր: Այս դեպքում
զբոսաշրջային տարածաշրջանն առաջնորդվում է սեփական
մրցունակության երկարաժամկետ պահպանման ռազմավարա-
կան նպատակով, որն էլ, իր հերթին, կախված է զբոսաշրջային
արտադրանքի որակից, այսինքն՝ մատուցվող ծառայություն-
ների և սպառողական պահանջմունքների համապատասխանու-
թյունից:

Համեմատության համար բերենք նաև զբոսաշրջային տա-
րածաշրջանի սահմանումը «Զբոսաշրջության և զբոսաշրջային
գործունեության մասին» ՀՀ օրենքից. «Զբոսաշրջային տարա-
ծաշրջան և (կամ) կենտրոն՝ առաջնահերթ զարգացման ենթա-
կա, բնական, սոցիալ-մշակութային և առողջարանային ռեսուրս-
ների կենտրոնացմամբ, զբոսաշրջության համար կարևոր նշա-
նակություն ունեցող տարածք, որի սահմանները և կարգա-
վիճակը որոշում ու հայտարարում է Հայաստանի Հանրապե-
տության կառավարությունը» [3, գլխ.1, հոդված 2]:

Սակայն, մեր կարծիքով, պետք չէ անտեսել նաև այն փաս-
տը, որ, զբոսաշրջային ծառայություններ արտադրող մեխանիզմ
լինելուց բացի, տարածաշրջանն առաջին հերթին կենդանի սո-
ցիալան գոյացություն է, որում փոխադարձ ադապտացման և
փոխշահավետության սկզբունքով պետք է գոյատևեն թե՛ տեղի
բնակչությունն իր բոլոր սոցիալական ինստիտուտներով, թե՛
հյուրընկալման համակարգը՝ տարածաշրջան ժամանող զբոսա-
շրջիկների հետ միասին, թե՛ շրջակա բնական միջավայրն իր
էկոհամակարգերով: Այստեղից հետևում է, որ «զբոսաշրջային
տարածաշրջան» հասկացությունը ներկայանում է որպես բազ-
մաթիվ շրջաված օղակներից կազմված բարդ համակարգ, որի
բոլոր տարրերը, առանց մեկը մյուսին վնասելու, պետք է ներ-
դաշնակորեն զարգանան և անպայման հաշվի առնվեն զբո-
սաշրջության ժամանակակից մենեջմենթում:

Զբոսաշրջային տարածաշրջանը՝ որպես առանձին տա-
րածքային միավոր, ունի նաև հսկայական տեղեկատվական և

ուսուցողական նշանակություն: Այդ պատճառով էլ այն մեծ արժեք է ներկայացնում ինչպես զբոսաշրջային ծառայությունները սպառողների, այնպես էլ դրանք մշակողների և արտադրողների համար: Առանց խոր և համակարգված մոտեցման՝ հնարավոր չէ արդյունավետ ձևով հետազոտել զբոսաշրջային տարածաշրջանի տարրերն ու առանձնահատկությունները, կազմել դրա զարգացման հայեցակարգը և ռազմավարությունը, մշակել տարածաշրջանի զբոսաշրջային պատկերը:

Ջրոսաշրջային տարածաշրջանների ուսուցողական նշանակությունը կազմող հիմնական մոտեցումներն են՝ միասնական տարածաշրջաններից զբոսաշրջային տարածաշրջանների առանձնացման հիմնական մոտեցումների և կանոնների հետազոտումը, ներքին տարածքային զբոսաշրջային կոոպերացիայի և մասնագիտացման մանրամասն հետազոտումը, զբոսաշրջային ցանցերի և առողջարանային տարածաշրջանների ստեղծման միջոցով միջտարածաշրջանային զբոսաշրջային կոոպերացիայի և մասնագիտացման մշակումը, զբոսաշրջային տարածաշրջանների մրցունակության հիմնական չափանիշների մանրամասն ուսումնասիրությունն ինչպես տարածաշրջանային, այնպես էլ միջտարածաշրջանային հարթություններում, տարածքի զբոսաշրջային մասնագիտացման աստիճանը որոշելու նպատակով՝ դրա զբոսաշրջային ներուժի գնահատումը, տեսական և գործնական մեթոդների կիրառման միջոցով տարածքի զբոսաշրջային պահանջարկի և առաջարկի գնահատումը, տարածքային զարգացման այնպիսի ծրագրի մշակումը, որը հեշտությամբ կրնդգրկվի զբոսաշրջության և հանգստի զարգացմանն ուղղված ազգային միասնական համակարգում:

Նոր տարածաշրջանները զբոսաշրջային գործունեություն ծավալելիս պետք է կարողանան ապահովել բնական ռեսուրսների և արժեքների ռացիոնալ օգտագործումը, պարտադիր կերպով հաշվի առնեն տեղի հանրության կարծիքը, ավանդույթները և շահերը, ապահովեն զբոսաշրջիկների անվտանգությունը, զբոսաշրջային ծառայությունների գնի և որակի լավագույն համա-

դրությունը, ստեղծեն զբոսաշրջային տարածաշրջանների յուրացման ճկուն համակարգ, որը կերաշխավորի զբոսաշրջային ռեսուրսների պաշտպանությունը, կապահովի զբոսաշրջավայրերի պլանավորված և հավասարակշռված զարգացում:

Ջբոսաշրջային տարածաշրջաններն առանձնանում են հետևյալ հատկանիշներով.

1. Ջբոսաշրջային տարածաշրջանն իր բնույթով և գործունեության ելքային արդյունքով սոցիալական կառույց է, քանի որ նրա արտադրանքը ծառայություններն են, որոնք ուղղված են հանգստի, ժամանցի, ճանաչողության և այլ պահանջմունքների բավարարման միջոցով սպառողի ֆիզիկական և հոգևոր ուժերի վերականգնմանը:

2. Ջբոսաշրջային տարածաշրջանն ապահովում է սպասարկման բարդ հասարակական գործընթացի ողջ շրջափուլը՝ իր չորս հիմնական տարրերով. դրանք են՝ ծառայությունների արտադրությունը, փոխանակումը, տեղաբաշխումը և սպառումը: Այստեղ ի հայտ է գալիս զբոսաշրջային արդյունաբերության կարևորագույն հատկանիշներից մեկը՝ արտադրության և սպառման անբաժանելիությունը, քանի որ ծառայությունները չեն կարող պահեստավորվել և, հետևաբար, դրանց արտադրության և սպառման պահերի միջև բացակայում է աշխարհագրական և ժամանակային տարածությունը:

3. Ջբոսաշրջային տարածաշրջանը հիմնվում է առկա ռեսուրսների պահպանության, կայուն օգտագործման, վերարտադրության և նոր ռեսուրսների ստեղծման վրա:

4. Բազմաթիվ զբոսաշրջային տարածաշրջաններ գործում են սեզոնայնության սկզբունքով, որը հիմնականում կապված է բնակլիմայական պայմանների հետ, երբեմն էլ պայմանավորված է տեղի հասարակական կյանքի առանձնահատկություններով կամ տեղի ունեցող իրադարձությունների պարբերականությամբ:

Տուրիստիկայի ռուսաստանյան դպրոցի հայտնի ներկայացուցիչ Ա. Ալեքսանդրովայի կարծիքով՝ միջազգային բոլոր տիպի զբոսաշրջային տարածաշրջաններին ներկայացվող ամենա-

ընդհանուր պահանջներն են՝ բնակլիմայական գրավչությունը, պատմամշակութային ռեսուրսների առկայությունը, որակի միջազգային ստանդարտներին համապատասխանող տեղավորման միջոցների, հանրային սննդի ձեռնարկությունների և սպասարկման այլ հաստատությունների առկայությունը, մշակութաժամանցային և էքսկուրսիոն մշակված ծրագրերի իրականացումը, տրանսպորտային և տեղեկատվական համակարգերի մատչելիությունը, տարածաշրջանի քաղաքական կայունությունը և զբոսաշրջիկների անձնական անվտանգության երաշխիքները, ամբողջ տարածաշրջանի կամ դրանում տեղակայված զբոսաշրջային օբյեկտների միջազգային ճանաչումը, հեղինակությունը, ձևավորված զբոսաշրջային վարկանիշը [4,114]:

Վարչատնտեսական պրակտիկայում զբոսաշրջային տարածաշրջանները հաճախ անվանում են նաև տարածքային զբոսաշրջային-ռեկրեացիոն համալիրներ, քանի որ զբոսաշրջությունը և հանգիստը հիմնված են հասարակական արտադրության մի քանի ճյուղերի տնտեսական օգտագործման վրա, ինչպես, օրինակ՝ առևտուրը, տրանսպորտը, առողջապահությունը, մշակույթը, կրթությունը, գյուղատնտեսությունը և այլն: Այսպիսի համալիրների հաջող գործունեությունը կախված է կառավարման ռազմավարական համակարգի ձևավորումից, որի հիմնական նպատակը պետք է լինի սպառողների զբոսաշրջային-ռեկրեացիոն պահանջմունքների բացահայտումը և բավարարումը:

Արդիական է դառնում այնպիսի ռազմավարությունների մշակումը, որոնք ուղղված են հատկապես հյուրընկալման և առողջարանային ձեռնարկությունների գործունեության կայուն աճի ապահովմանը և տարածքային ռեկրեացիոն համալիրների զարգացմանը:

Զբոսաշրջային տարածաշրջանների դասակարգման հարցում կարևոր է դրանց տարանջատումը, այսինքն՝ սահմանների հստակ որոշումը: Այստեղ հարց է առաջանում՝ որն է գլխավոր չափանիշը, որով կարելի է զբոսաշրջային տարածաշրջանն առանձնացնել որպես ինքնուրույն տարածքային միավոր: Այդ-

պիսի չափանիշներից են բնական պայմանները, տնտեսության բնույթը, վարչական կառուցվածքը և այլն: Սակայն դրանցից ոչ մեկը չի կարող ունիվերսալ տարբերակ ճանաչվել, քանի որ հնարավորություն չի տալիս տարածքների սահմաններն անցկացնել գետահովիտների, լեռնաշղթաների և անտառների միջով: Բացի դրանից, արժե արդյոք զբոսաշրջային տարածաշրջաններին միացնել այն տարածքները, որոնք զբոսաշրջային չեն, սակայն տարածքային և ֆունկցիոնալ առումով կապված են վերջիններիս հետ: Այս խնդիրն արդիական է գրեթե բոլոր երկրների համար: Օրինակ՝ կարելի է արդյոք որպես զբոսաշրջային տարածաշրջան ընդունել Հիմալայները, երբ դրանց մասերը միմյանցից մեկուսացված են: Կամ, օրինակ, Ալպյան լեռնաշղթայի տարբեր մասերը ամբողջ Եվրոպայում իրար են կապվում ավտոճանապարհներով, ճոպանուղիներով, թունելներով, լեռնադահուկային ուղիներով, և անհնար է դառնում դրանց լիակատար տարանջատումն ըստ Իտալիայի, Շվեյցարիայի, Ֆրանսիայի կամ Ավստրիայի պետական սահմանների:

Եվ վերջապես հարց է ծագում, թե սահմանների որոշման հարցում որն է ավելի կարևոր՝ բնական լանդշաֆտները, թե վարչաքաղաքական սահմանները: Այս առումով զբոսաշրջության տարածաշրջանային կազմակերպման և զբոսաշրջային գործունեության զարգացման գործընթացում հույժ կարևոր է *զբոսաշրջային կամ ռեկրեացիոն շրջանացումը*, որի օգնությամբ որոշվում են զբոսաշրջային տարածաշրջանների սահմանները: Չբոսաշրջային կամ ռեկրեացիոն շրջանացումն իրենից ներկայացնում է համաշխարհային պրակտիկայում կայացած գիտական ընթացակարգ, որը մեծ մասամբ հիմնվում է (կամ գոնե ցանկալի է, որ հիմնվի) խիստ մեթոդաբանության վրա՝ լինելով շրջանացման մասնավոր, բնագավառային տեսակ, և ներկայացնում է միայն մեկ ասպեկտ, այն է՝ առանձին տարածաշրջանների յուրացումը զբոսաշրջության զարգացման նպատակներով:

Այսպիսով՝ զբոսաշրջային շրջանացումը տարածքային ենթաբաժանումն է՝ որոշակի բնութագրիչների ընդհանրության

սկզբունքով և ռեկրեացիոն օգտագործման նպատակով: Ջրոսաշրջային շրջանացման գլխավոր գործոններն են՝

- տարածաշրջանի զբոսաշրջային յուրացման մակարդակը (միջազգային պրակտիկայում սովորաբար արտահայտվում է առկա հյուրընկալման ձեռնարկությունների տեղերի ընդհանուր քանակի և տարածաշրջանի մեծության /հազ. ք.մ./ հարաբերության ցուցանիշով),

- ռեկրեացիոն գործառույթների կառուցվածքը (էքսկուրսիոն, սպորտային, բուժ-առողջարանային, ճանաչողական, ժամանցային և այլն), որը կարող է լինել միագործառույթային (օրինակ՝ չեխական Կառլովի Վարին բուժ-առողջարանային, բալնեոլոգիական հանգստավայր է) և բազմագործառույթային (օրինակ՝ Ֆրանսիան հայտնի է իր մշակութաճանաչողական, ժամանցային, սպորտային, բուժ-առողջարանային, գործարար, լողափնյա և բազմաթիվ այլ ռեկրեացիոն գործառույթներով),

- տարածաշրջանի բաց լինելը (գնահատվում է զբոսաշրջիկների զանգվածում տեղացիների կամ արտերկրից ժամանած մարդկանց թվաքանակի գերակշռությամբ),

- տարածաշրջանի հեռանկարային զարգացման հնարավորությունները (կախված են տարբեր ներքին և արտաքին գործոններից, ինչպես օրինակ՝ ռեսուրսների ծավալը, անվտանգությունը, ենթակառուցվածքների առկայությունը, հեղինակությունը ներքին և միջազգային շուկաներում և այլն) [5, 316]:

Թվարկված շրջանագոյացնող գործոնները անփոփոխ չեն. դրանց բովանդակային, որակական և քանակական բնութագրերը ժամանակի ընթացքում կարող են փոփոխությունների ենթարկվել ամենատարբեր հանգամանքների ազդեցության ներքո: Նշված գործոններից առավել կայունը ռեկրեացիոն գործառույթների կառուցվածքն է, քանի որ այն պայմանավորված է տարածաշրջանի զբոսաշրջային ռեսուրսներով:

Ինչպես տեսնում ենք, զբոսաշրջային շրջանացումը չափազանց կարևոր և բարդ գործընթաց է: Դրա բարդությունը պայմանավորված է նաև հետևյալ հանգամանքներով.

1. Անհրաժեշտ է դիտարկել ամբողջ աշխարհի տարածքը,

այսինքն՝ միանգամայն տարբեր շրջաններ իրենց առանձնահատուկ պայմաններով:

2. Շրջանացումը պետք է ներառի նաև այնպիսի վայրեր, որտեղ զբոսաշրջություն առհասարակ չկա կամ շատ թույլ է զարգացած, սակայն ապագա զարգացման համար կան որոշակի նախադրյալներ:

Արտերկրում զբոսաշրջային շրջանացումը հիմնվում է հետևյալ համակարգային մոտեցման վրա. որպես ամենախոշոր տարածքային միավոր՝ հանդես է գալիս տարածաշրջանը, որը հաճախ համընկնում է մի ամբողջ մայրցամաքի տարածքի հետ: Այսպես. ՀԶԿ-ն աշխարհում առանձնացնում է հինգ զբոսաշրջային մակրոտարածաշրջաններ՝ Եվրոպա, Ամերիկա, Աֆրիկա, Մերձավոր Արևելք, Հարավարևելյան Ասիա և Օվկիանիա: Դրանք միմյանցից տարբերվում են զբոսաշրջային այցելությունների քանակով, զարգացման դինամիկայով և միտումներով: Զբոսաշրջային մակրոտարածաշրջաններն իրենց հերթին բաժանվում են զբոսաշրջային տարածաշրջանների, որոնք էլ կազմված են շրջաններից: Այս հիերարխիական կառուցվածքի վերջում կարող են լինել զբոսաշրջային գոտիները և ենթագոտիները:

Զբոսաշրջային շրջանացման կարևոր միավոր է նաև երկիրը (պետությունը): Առանձին երկրների դիտարկումը պարտադիր է, քանի որ քննարկվում է միջազգային զբոսաշրջությունը, այսինքն՝ տարբեր երկրների միջև զբոսաշրջային հոսքերի փոխանակման խնդիրը: Բացի դրանից, ուսումնասիրության կարևորագույն խնդիրներից է նաև զբոսաշրջության ազդեցությունը առանձին երկրների տնտեսությունների զարգացման վրա: Դառնալով միջազգային զբոսաշրջային շրջանացման հաշվառման միավոր՝ երկիրը (կախված իր աշխարհագրական դիրքից և ըզբաղեցրած տարածքից, ռեսուրսային ներուժից, հանգստի կազմակերպման ոլորտում իր մասնագիտացումից և այլ գործոններից) կարող է նույնացվել զբոսաշրջային տարածաշրջանի հետ՝ հաճախ բաժանվելով ենթատարածաշրջանների:

Ներկայումս զբոսաշրջային տարածաշրջանների տար-

անջատման և դրանց յուրացման աստիճանը գնահատելու համար ավելի նպատակահարմար է դրանք բաժանել հետևյալ երեք տարատեսակների.

1. Տարածաշրջաններ, որոնք ունեն ավելի արժեքավոր և բազմազան զբոսաշրջային ռեսուրսներ և լայնորեն օգտագործվում են զանգվածային հանգստի կազմակերպման համար:

2. Տարածաշրջաններ, որոնք ունեն համապատասխան ռեսուրսներ արձակուրդային և տոնական հանգստի համար:

3. Տարածաշրջաններ, որոնք ունեն սահմանափակ ռեսուրսներ, որտեղ զբոսաշրջությունը կարող է զարգանալ՝ կախված երկրի կարիքներից և տեղական իշխանությունների հատուկ նախաձեռնությունից:

Նշենք նաև, որ բոլոր զբոսաշրջային տարածաշրջանները բաժանվում են լայն և նեղ մասնագիտացման շրջանների [6, 33]: Այս բաժանումը կապված է զբոսաշրջիկների մոտիվացիայի և ճանապարհորդությունների նպատակների հետ: Օրինակ՝ տըրանսպորտային խոշոր հանգույցները, արդյունաբերական, վարչական, գործարար և կրթական կենտրոնները համարվում են լայն մասնագիտացման շրջաններ, քանի որ դրանք (թեև ունեն զարգացած քաղաքային ենթակառուցվածքներ) հանգստի որոշակի ձևի անցկացման վայրեր չեն: Նեղ մասնագիտացման շրջաններն առանձնանում են հստակ արտահայտված բնակչիմայական գրավչությամբ, ունեն բազմաթիվ տեսարժան վայրեր և մեծ հետաքրքրություն են ներկայացնում զբոսաշրջության որոշակի ձևերի առումով, այսինքն՝ հանդիսանում են զբոսաշրջային ուղևորության նպատակ: Ներկայացված երկու տիպի շրջանները սերտորեն կապված են միմյանց հետ, գտնվում են անընդհատ փոխգործակցության մեջ և, մեկը մյուսին լրացնելով, առավել արդյունավետ են դարձնում զբոսաշրջային տարածաշրջանի գործունեությունը:

Չբոսաշրջային տարածաշրջանների միջազգային դասակարգման ստորին մակարդակում են գտնվում զբոսաշրջային կենտրոնները: Չբոսաշրջային կենտրոն ասելով՝ հասկանում ենք քաղաք, բնության հատված, տեղանքի մաս, որտեղ առկա

զբոսաշրջային ռեսուրսների բազայի վրա ստեղծված է զբոսաշրջային-էքսկուրսիոն սպասարկման խոշոր համալիր: Այդպիսի համալիրը պետք է կազմված լինի տեղավորման օբյեկտներից, սննդի, առևտրի ձեռնարկություններից, սպորտային-ժամանցային կառույցներից և սպասարկման ոլորտի այլ ձեռնարկություններից*:

Տուրիստիկայում լայնորեն կիրառվում է նաև *զբոսաշրջային տարածություն* հասկացությունը, որը հաճախ շփոթում են տարածաշրջանի հետ: Ջբոսաշրջային տարածությունը կարելի է դիտարկել թե՛ աշխարհագրական, թե՛ տնտեսագիտական տեսանկյունից: Սակայն եթե ուշադրությունն ուղղենք միայն զբոսաշրջության տնտեսական նշանակությանը, ապա զբոսաշրջային տարածությունը կարելի է դիտարկել տարածաշրջանային տնտեսագիտության համատեքստում: Տարածաշրջանային տնտեսագիտության հասկացություններից մեկն է տնտեսական տարածությունը. դա հագեցած տարածք է, որն ընդգրկում է բազմաթիվ փոխկապակցված օբյեկտներ, ինչպես՝ բնակավայրերը, առևտրային կազմակերպությունները, տնտեսական սեփականությունը և հանգստյան գոտիները, տրանսպորտային և ինժեներական ցանցերը, ենթակառուցվածքը և այլն: Տնտեսական տարածության որակը պայմանավորված է մի շարք գործոններով: Նշենք դրանցից մի քանիսը.

- խտություն (բնակչության թվաքանակ, համախառն տարածաշրջանային արդյունքի ծավալ, բնական ռեսուրսներ, հիմնական կապիտալ).

- տեղաբաշխում (հավասարաչափության ցուցանիշներ, կենտրոնացում, տարբերակում, բնակչության և տնտեսական գործունեության բաշխում, այդ թվում՝ տնտեսապես յուրացված և չյուրացված տարածքներ).

- կապվածություն (տնտեսական կապերի ինտենսիվությունը

* «Ջբոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» ՀՀ օրենքում *զբոսաշրջային տարածաշրջան* և *զբոսաշրջային կենտրոն* հասկացությունները նույնացվում են [3, գլ. 1, հոդված 2]:

տարածության մասերի և տարրերի միջև, ապրանքների, ծառայությունների, կապիտալի, մարդկանց շարժունությունը, որը պայմանավորված է տրանսպորտային և հաղորդակցական ցանցերի զարգացմամբ):

Արևմտյան և ռուսական մասնագիտական գրականության մեջ և մամուլում այսօր լայնորեն օգտագործվում է «զբոսաշրջային դեստինացիա» հասկացությունը: Որպես տուրիստիկայի մասնագիտական եզրույթ՝ ակտիվ շրջանառության մեջ է մտել 1980-ականներին, իսկ առաջին անգամ կիրառվել է 1979թ. միջազգային զբոսաշրջության տեսության հայտնի մասնագետ, ավստրալիացի գիտնական, պրոֆեսոր Նեյլ Լեյփերի (Neil Leiper) կողմից [7]: Հատկանշական է, որ կիրառման առաջին իսկ պահից «դեստինացիա» հասկացությունը շաղկապված է եղել «տարածաշրջան» հասկացությանը: Լեյփերի զբոսաշրջության համակարգը (Leiper's Tourism System), որը, ի դեպ, աշխարհում ճանաչվել է տուրիստիկայի գրեթե բոլոր ազգային դպրոցների կողմից, բաղկացած է երեք հիմնական տարրերից՝ աշխարհագրական տարրից, զբոսաշրջային արդյունաբերությունից և զբոսաշրջիկներից: Իր հերթին՝ աշխարհագրական տարրը կազմված է երեք տիպի տարածաշրջաններից՝ զբոսաշրջիկ հրապուրող տարածաշրջան (tourist generating region), տարանցիկ կամ տրանզիտային տարածաշրջան (transit region), զբոսաշրջային դեստինացիայի տարածաշրջան (tourist destination region) [8]:

Դեստինացիան ներկայացվում է նաև որպես մի վայր, որտեղ զբոսաշրջիկների այցելությունը պարզևս է զանազան տպավորություններ, զգացումներ, ընձեռում որոշակի փորձ: Սակայն զբոսաշրջության կառավարման համատեքստում դեստինացիան ներկայանում է իբրև հստակ սահմանված տարածքային միավոր՝ իր պարտադիր բաղադրիչներով: Դիտարկենք այն անհրաժեշտ նախադրյալները, որոնցով պետք է օժտված լինի տարածաշրջանը՝ զբոսաշրջային դեստինացիա ճանաչվելու համար: Լինելով զբոսաշրջային համակարգի կարևորագույն տարրերից մեկը՝ դեստինացիան կարող է, ամենից առաջ, բնու-

թագրվել որպես զբոսաշրջիկների տարաբնույթ կարիքների բավարարման համար անհրաժեշտ պայմաններով և հարմարություններով հագեցած կենտրոն: Դեստինացիաների կարևորությունն ընդգծվում է նաև այն պատճառով, որ դրանք իրենց վարկանիշով գրավում են զբոսաշրջիկներին, առաջացնում այցելությունների շարժառիթներ՝ խթանելով ողջ զբոսաշրջային համակարգի ակտիվությունը:

Յուրաքանչյուր դեստինացիա առանձնանում է իր սեփական բնութագծերով, սակայն կարելի է առանձնացնել նաև մի շարք ընդհանուր տիպի հատկանիշներ, որոնք բնորոշ են գրեթե բոլոր դեստինացիաներին: Դեստինացիան մի ամբողջություն է, որի պարտադիր բաղադրիչներն են՝ տեսարժան վայրերը (բնական և ձեռակերտ ժառանգությունը), հյուրընկալման արդյունաբերության ենթակառուցվածքը (տեղավորումը, սնունդը, ժամանցը, սպորտը և մշակույթը, էքսկուրսիոն ծառայությունները, հանրային տրանսպորտը, սպասարկման համակարգի այլ տարրեր, ինչպես՝ մանրածախ առևտուրը, բանկերը և տարադրամի փոխանակման կետերը, միջազգային հեռախոսակապի և համացանցային կետերը, ավտոմեքենաների վարձույթը, բժշկական ծառայությունները և այլն), զանազան լրացուցիչ ծառայությունները, որոնք ոչ միայն համալրում են դեստինացիայում հյուրերի սպասարկման համակարգը, այլև տվյալ զբոսաշրջավայրում ստեղծում են հյուրընկալության ջերմ մթնոլորտ, տեղեկատվական համակարգ, որը ներառում է զբոսաշրջիկներին անհրաժեշտ տեղեկատվություն տրամադրող կենտրոնները (բյուրոները), ամրագրման գլոբալ համակարգերը, ինչպես նաև զբոսաշրջության կառավարման և կազմակերպման բնագավառը ներկայացնող արհեստավարժ կադրերը:

Դեստինացիան սոցիալ-մշակութային արժեք է (այցելուների համար այն պետք է բավականաչափ գրավիչ լինի և իր գնին համարժեք, այսինքն՝ արդարացնի ճանապարհորդության վրա ծախսած գումարը և ժամանակը): Այս առումով՝ կարևոր է ապահովել ակնհայտ տարբերությունը դեստինացիայի և զբոսաշրջիկի համար սովորական, «տնային» պայմանների միջև՝ գործի

դնելով որակյալ դիզայնի (բառիս ամենալայն իմաստով) և կառավարման բոլոր հնարավորությունները, որոնք էլ հնարավորություն կընձեռեն խուսափելու «ունիֆիկացված զբոսաշրջային լանդշաֆտներից»:

Դեստինացիան անբաժանելի է, այսինքն՝ զբոսաշրջային ապրանքն սպառվում է անմիջապես այնտեղ, ուր արտադրվում է, և այն փորձարկելու համար զբոսաշրջիկը պետք է ֆիզիկապես ներկա գտնվի դեստինացիայում: Նշենք նաև, որ զբոսաշրջային ապրանքի արտադրության և սպառման գործընթացները համընկնում են ոչ միայն տարածության, այլև ժամանակի մեջ, քանի որ զբոսաշրջային ապրանքի տարրերը (օդանավի տոմսերը, հյուրանոցային համարները, թատերական ներկայացումների կամ կինոփառատոնի տոմսերը և այլն) հնարավոր չէ պահեստավորել և հետաձգել դրանց սպառումը: Եթե դեստինացիան գտնվում է վառ արտահայտված սեզոնայնության գոտում, ապա սեզոնային ակտիվությունը դառնում է դեստինացիայի համար առաջին խնդիրը, քանի որ այն նվազեցնում է դեստինացիայի ռեսուրսների օգտագործման արդյունավետությունը և շահութաբերությունը. բարձր սեզոնին (սովորաբար այն տևում է 4-5 ամիս) ստացված եկամուտը պետք է ծածկի ամբողջ տարվա ընթացքում դեստինացիայի կրած մշտական ծախսերը: Դեստինացիայի հարմարություններից և ծառայություններից օգտվում են ոչ միայն զբոսաշրջիկները, այլև տեղի բնակչությունը, հետևաբար՝ դեստինացիայի ձեռնարկությունները պետք է կողմնորոշված լինեն դեպի թե՛ տեղացիների, թե՛ օտարերկրացիների կարիքները: Որպես զբոսաշրջային համակարգի տարրեր՝ դեստինացիաները ենթակա են որոշակի տիպաբանական դասակարգման: Առանձնացվում են երեք տիպի դեստինացիաներ՝

- խոշոր քաղաքներ (մայրաքաղաքներ կամ այլ մեգապոլիսներ), որոնք զբոսաշրջիկներին գրավում են հիմնականում ճանաչողական և գործարար զբոսաշրջության հնարավորություններով, բացի դրանից՝ կարևոր տեղ են զբաղեցնում նաև ազգականների և ծանոթների այցելությունները: Սովորաբար խոշոր քաղաքները բաժանվում են պատմական, վարչական, առևտրա-

յին, բիզնես կենտրոնների և ռեկրեացիոն գոտիների.

- զբոսաշրջության զարգացման նպատակային կենտրոններ, այսինքն՝ այն քաղաքներն ու գյուղերը, որոնք պահպանել են իրենց ավանդական մշակույթը, սովորույթները և կարող են դրանցով ներկայանալ միջազգային զբոսաշրջային շուկայում.

- զբոսաշրջիկների համար կառուցված հատուկ կենտրոններ (օրինակ՝ Փարիզի Eurodisneyland-ը կամ Ճապոնական Ocean Dome-ը և այլն):

Այսպիսով՝ տարածաշրջանը դեստինացիա կոչվելու համար պետք է ունենա զարգացած տրանսպորտային համակարգ, զբոսաշրջային գրավչությունն ապահովող տեսարժան վայրեր, որակի միջազգային չափորոշիչներին համապատասխանող և գնային տարբեր կարգերի տեղավորման միջոցներ, սննդի բազմատեսակ ձեռնարկություններ, ժամանցի ձեռնարկություններ, տարածքի մասին զբոսաշրջային շուկան իրազեկելու համար անհրաժեշտ տեղեկատվական և հաղորդակցական համակարգեր:

Ջբոսաշրջային տարածաշրջանի զարգացման գլխավոր ներուժը՝ զբոսաշրջային-ռեկրեացիոն ռեսուրսը, բնության և մարդու կողմից ստեղծված օբյեկտների այն ամբողջությունն է, որն անհրաժեշտ է զբոսաշրջային ապրանքի ձևավորման համար [9,74]:

Ջբոսաշրջային ռեսուրսներն անսպառ չեն և ունեն որոշակի ծավալ, արժեք, օգտագործման ժամկետներ և շահագործման պայմաններ: Հետևաբար՝ զբոսաշրջային-ռեկրեացիոն ռեսուրսների կառավարումը պետք է ներառի դրանց հայտնաբերումը, գնահատումը, շահագործման պայմանների և պաշտպանության միջոցառումների մշակումը: Ջբոսաշրջության նպատակով զբոսաշրջային ռեսուրսների և օբյեկտների օգտագործման մեջ հիմնարար դերակատարություն ունեն զբոսաշրջային *հետաքրքրությունը և տպավորությունը*: Ջբոսաշրջային հետաքրքրությունը զբոսաշրջիկի կողմից օբյեկտիվ տեղեկություն և դրական հույզեր ստանալու և պլանավորված պահանջմունքների բավարարման ակնկալիքն է կոնկրետ զբոսաշրջային ծառայության (ապրան-

քի) միջոցով: Այս գործընթացը հիմնված է զբոսաշրջային ռեսուրսների որոշակի համալիրի վրա, որը հանդես է գալիս զբոսաշրջային հետաքրքրության օբյեկտների տեսքով: Չբոսաշրջային հետաքրքրության առարկա են համարվում տեսարժան վայրերը, բնական օբյեկտները, բնակլիմայական գոտիները, ցուցադրման սոցիալ-մշակութային օբյեկտները և այլն, որոնք ուղղակի կամ անուղղակի ձևով կարող են բավարարել զբոսաշրջիկի պահանջմունքներն զբոսաշրջային ուղևորության կամ ճանապարհորդության ընթացքում: Չբոսաշրջիկը, ճանապարհորդության ընթացքում բավարարելով իր հետաքրքրությունները, զանազան տպավորություններ է ստանում: Տպավորություն ասելով՝ հասկանում ենք հիմնականում դրական հույզերի ամբողջությունը, զբոսաշրջիկի հոգեկան և ֆիզիկական այնպիսի վիճակը, որն առաջացել է զբոսաշրջային ապրանքի սպառման արդյունքում: Չբոսաշրջային տպավորությունը ձևավորվում է ճանապարհորդության իրականացման բոլոր փուլերում՝ տրանսպորտային սպասարկման ժամանակ, հյուրանոցում, ռեստորանում, էքսկուրսիաների և ժամանցային այլ ծրագրերի ընթացքում, բնության գրկում գտնվելիս և այլն: Բնական է, որ զբոսաշրջային ծառայություններ գնող մարդն ակնկալում է ստանալ միայն դրական հույզեր, ամրապնդել առողջությունը, բավարարել արկածախնդրությունը և այլն: Իզուր չէ, որ զբոսաշրջությունը հաճախ անվանում են «տպավորությունների վաճառք», որի գլխավոր նպատակը մարդու զբոսաշրջային պահանջմունքների բավարարումն է: Ռեսուրսների ընդունված բաժանումը երկու խոշոր խմբերի (բնական և մարդու կողմից ստեղծված) ինքնին հուշում է, որ զբոսաշրջության դինամիկ զարգացման համար անհրաժեշտ է երկուսի ներդաշնակ համադրությունը, քանի որ նույնիսկ բնական ռեսուրսների շատ մեծ արժեքայնության դեպքում տարածքը չի կարող զբոսաշրջային կենտրոն համարվել, եթե չլինեն ժամանակակից ենթակառուցվածքները և զբոսաշրջային արդյունաբերությունը, որոնք կապահովեն տվյալ ռեսուրսի մասին տեղեկությունների տարածումը ապագա զբոսաշրջիկների միջև, կտան անհրաժեշտ և բավարար հիմնավոր

րում հենց այդ վայրն ընտրելու համար, կհոգան զբոսաշրջիկի հարմարավետ և անվտանգ փոխադրման, տեղավորման, սննդի և ժամանցի կազմակերպման մասին: Հետևաբար՝ լիարժեք դեստինացիա ձևավորելու համար անհրաժեշտ են բոլոր շահագրգիռ կողմերի նպատակաուղղված և պլանավորված համագործակցությունն ու ջանքերը: Զբոսաշրջային տարածաշրջանի զարգացմանն ուղղված ռացիոնալ և արդյունավետ գործունեությունն անհնար կլինի առանց տարածքի ռեկրեացիոն ներուժի գնահատման ոլորտում խոր ուսումնասիրությունների, քանի որ զբոսաշրջային տարածաշրջանների տարողունակության կանխատեսումը հնարավորություն է տալիս որոշելու թույլատրելի բեռնվածության չափը և դրա հիման վրա քայլեր ձեռնարկելու տարածքի էկոլոգիական պաշտպանության, ռեսուրսային ներուժի ռացիոնալ օգտագործման, սպառված ռեսուրսների վերականգման և զբոսաշրջային գործունեության իրականացման արդյունքում առաջացող բազմաթիվ տնտեսական, սոցիալ-մշակութային և այլ խնդիրների լուծման ուղղությամբ:

***Առանցքային հասկացությունները.** զբոսաշրջային տարածաշրջան, ռեկրեացիա, կառավարման ռազմավարություններ, զբոսաշրջային-ռեկրեացիոն շրջանացում, շրջանագոյացնող գործոններ, դեստինացիա, մոտիվացիա և պահանջմունքներ, զբոսաշրջային ապրանք, ռեսուրսային ներուժ:*

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Энциклопедия туризма. Справочник/ Под ред. Зорина И.В., Квартальнова В.А.-М.: Финансы и статистика, 2004. - 368с.
2. WTO e-library: Tourism region definition. URL: <http://www.wtoelibrary.org/content/?k=definition+tourism+region&mode=allwords> (հարցման ամսաթիվը՝ 16. 09. 2011):
3. «Զբոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» ՀՀ օրենք (ընդունված 2003-ի դեկտեմբերի 17-ին), Եր.: - 2003:
4. Александрова А. Ю. Международный туризм. – М.: «Аспект Пресс», 2004. - 470с.

5. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. - М.: МПСИ «Флинта», 2006. - 496с.
6. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Издание 7-ое, стереотипное. - Минск: «Новое знание», 2007. - 408с.
7. Leiper, N. The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry //Annals of Tourism Research, 1979, VI (4). Sydney, Australia, 1979, 390-408.
8. Leiper, N. Are destinations 'the heart of tourism'? The advantages of an alternative description //Current Issues in Tourism, 3(4), 2000, 364-368.
9. Джанджугазова Е. А. Маркетинг туристских территорий. Изд. 2-е, переработанное и дополненное. – М.: «Академия», 2008. - 224с.

А. С. МАТЕНЦЯН

РЕГИОН КАК ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ

Резюме

В статье рассмотрена проблема формирования эффективных туристских регионов. Несмотря на серьезную теоретико-методологическую разработанность терминологической базы туризма, понятие «туристский регион» относится к числу неоднозначно освещенных, в связи с чем в статье проделан сравнительный анализ различных определений этого понятия, а также выведены характерные особенности регионов, подчеркнута важность рекреационного районирования в процессе определения границ туристских территорий, рассмотрены международные принципы этого вида деятельности, приведены различные подходы к классификации туристских регионов с позиций мотивации и потребностей самих туристов, а также с точки зрения туристского продукта, возникающего на базе ресурсного потенциала региона. Особое внимание уделено понятию «туристская дестинация», его роли в туристике. Рассмотрен весь комплекс

необходимых предпосылок, которыми должен обладать регион для формирования развитых туристских дестинаций.

***Ключевые понятия:** туристский регион, рекреация, стратегии управления, туристско-рекреационное районирование, районно-образующие факторы, дестинация, мотивация и потребности, туристский продукт, ресурсный потенциал.*

A.S. MATENTSYAN

REGION AS A TOURISM DESTINATION

Summary

The article considers the problem of the formation of tourism regions. Despite the serious theoretical-methodological elaboration of tourism term base, the concept of “tourism region” refers to the number of mixedlit. Therefore, a comparative analysis of different definitions of the concept is done in the article, and special features of particular regions arising from these definitions are derived. The role of recreational zoning in the process of determining the tourism area boundaries, within the framework of international principles of this activity, is highlighted in the article as well. Different approaches to the classification of tourism region in terms of tourist motivation and needs, and also in terms of tourism product created on the basis of the regional resource potential are emphasized here. Special attention is paid to the concept of “tourism destination”, as well as to its applicability to the science of tourism. The whole set of necessary preconditions is also under the author’s consideration.

***Key concepts:** tourism region, recreation, management strategies, tourism and recreational zoning, zone forming factors, destination, motivation and needs, tourism product, resource potential.*