

**ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ԶԲՈՍԱՇՐՋԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻՆ
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԻՆՏԵԳՐԱՆ
ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ**

Լ. Ա. ԱՎԵՏԻՍՅԱՆ, Լ. Գ. ՍԱՐԳՍՅԱՆ

Ժամանակակից զբոսաշրջությունը համաշխարհային տնտեսության ամենախոշոր, արդյունավետ ու առավել դինամիկ զարգացող ոլորտներից մեկն է: Բավական է նշել, որ զբոսաշրջությունը ծառայությունների վաճառքի գծով միջազգային ասպարեզում զբաղեցնում է առաջին տեղը [1, 43]: Պատմականորեն զբոսաշրջությունն առաջացել է Եվրոպայում: Այժմ էլ միջազգային զբոսաշրջության մեծ մասը բաժին է ընկնում Եվրոպային: Դրան նպաստում են թե՛ պատմական նախադրյալները և թե՛ սոցիալ-տնտեսական պայմանները: Վերջին տարիներին զբոսաշրջությունը զարգանում է այնպիսի տարածաշրջաններում, ինչպիսիք են Ասիան, Աֆրիկան, Միջին Արևելքի երկրները: Սակայն այցելությունների քանակով Եվրոպան շարունակում է պահպանել առաջատարի դիրքերը: 2011թ. Եվրոպա է այցելել 503 մլն զբոսաշրջիկ: Նախորդ տարվա համեմատ զբոսաշրջիկների թվաքանակն աճել է 5.4%-ով: Միջազգային զբոսաշրջային շուկայում Եվրոպայի մասնաբաժինը կազմել է 51%: Զբոսաշրջիկների այցելությունների ցուցանիշով երկրորդը Ասիան է՝ 216 մլն մարդ: Այստեղ նախորդ տարվա համեմատ զբոսաշրջիկների թվաքանակի աճը կազմել է 5.8%: Զբոսաշրջության ցուցանիշով հաջորդը Ամերիկան է՝ 156 մլն մարդ: 2011 թվականին Միջազգային զբոսաշրջային շուկայում Ասիայի մասնաբաժինը կազմել է 22%, իսկ Ամերիկայինը՝ 16%: Վերջին տարիներին այցելությունների բարձր ցուցանիշներ են գրանցվել նաև Միջին Արևելքի երկրներում: Մասնավորապես՝ 2011 թվականին այս տարածաշրջանում զբոսաշրջային այցելությունների թիվը հասել է 55 միլիոնի, թեև այս ցուցանիշը 8.3%-ով նվազել է նախորդ տարվա արդյունքների համեմատ [2, 9]:

Եվրոպան միջազգային զբոսաշրջությունից ստացված եկամուտներով նույնպես զբաղեցնում է առաջին տեղը (2011թ. շուրջ 433 մլրդ դոլար): Նախորդ տարվա համեմատ աճը կազմել է 5.3%: Երկրորդ և երրորդ տեղերը համապատասխանաբար զբաղեցնում են Ասիան (215 մլրդ ԱՄՆ դոլար) և Ամերիկան (173 մլրդ ԱՄՆ դոլար): Այս երկու տարածաշրջաններում էլ նախորդ տարվա համեմատ զբոսաշրջության աճ է նկատվել. Ասիայում՝ 5.9%, Ամերիկայում՝ 4.21%: Եկամուտների ստացման տեսանկյունից զբոսաշրջության մասնաբաժինը միջազգային շուկայում կազմել է 20% [3]:

Թեև միջազգային զբոսաշրջությունն անգամ ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի պայմաններում համեմատաբար կայուն զարգացում արձանագրեց, սակայն ճգնաժամն առաջ բերեց բազմաթիվ հիմնախնդիրներ նաև այս ոլորտում, որոնք ավելի սրվեցին երկրների տնտեսական անկայունության, աշխարհում հաճախակի դարձած բնական աղետների, ինչպես նաև շրջակա միջավայրի աղտոտման հետևանքով: Այնուամենայնիվ, միջազգային զբոսաշրջությունը վերականգնվում էր սպասվածից ավելի արագ: 2010թ. զբոսաշրջության ոլորտի արագ վերականգնումն անշուշտ ամրապնդեց ոլորտի ճկունության և արագ կարգավորման վերաբերյալ շրջանառվող կարծիքը: Փորձը միաժամանակ ցույց տվեց, որ զբոսաշրջության ոլորտը վերականգնվում է շատ ավելի արագ, քան տնտեսության մյուս ճյուղերը (հարաբերությունը՝ 5/8): Ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի պայմաններում Ասիան և Խաղաղօվկիանոսյան տարածաշրջանն առաջինն էին, որտեղ 2009թ. ապահովվեց 13% աճ, որը շարունակվեց մինչև 2010թ.: Նույն թվականին Միջին Արևելքում նույնպես արձանագրվեց բարձր աճ (14%), սակայն համեմատաբար ավելի ցածր, քան 2009թ.: Ամերիկայում զբոսաշրջության վերականգնումն արագ էր ընթանում՝ 6% աճի շնորհիվ: 2009թ. Աֆրիկայում գրանցվեց զբոսաշրջության 7% աճ, որը շարունակվեց նաև 2010թ.: կապված Հարավաֆրիկյան Հանրապետությունում անցկացված ֆուտբոլի աշխարհի առաջնության (FIFA World Cup) հետ: Սակայն

Եվրոպայում, ի տարբերություն այլ տարածաշրջանների, նկատվեց ավելի ցածր աճ (3%): Պատճառներից մեկն այն էր, որ Եվրոպան մյուս տարածաշրջանների համեմատ ավելի էր տուժել՝ ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի և այցելուների միջին թվաքանակի զգալի նվազման հետևանքով: Այս գործում բացասական դեր ունեցան նաև օդային տրանսպորտի տևական խափանումները, ինչպես նաև եվրոյի գոտու նկատմամբ աշխարհում առաջացած անվստահությունը:

2010թ. միջազգային զբոսաշրջիկների թվաքանակն ավելացավ 7%-ով, հասնելով 940 միլիոնի: Դրա շնորհիվ դրամական մուտքերն ավելացան 5%-ով՝ կազմելով 919 մլրդ ԱՄՆ դոլար: 2011թ. առաջին երկու ամիսներին միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների թիվը հասավ 124 միլիոնի, որը զգալիորեն գերազանցում էր 2010թ. նույն ժամանակահատվածի ցուցանիշը (119 մլն), ընդ որում՝ զարգացող տնտեսությամբ երկրներում աճն ավելի բարձր էր (6%), քան զարգացած երկրներում (4%) [4]:

2011թ. առաջին ամիսների ընթացքում միջազգային զբոսաշրջիկների այցելություններն ավելացան 5%-ով, ինչը վկայում է այն մասին, որ 2010 թվականին ապահովված աճը շարունակվել է նաև 2011-ին՝ կազմելով 7%: ՄԱԿ-ի Զբոսաշրջության համաշխարհային կազմակերպության (ՉՀԿ) տվյալների համաձայն՝ 2011թ. փետրվարին աշխարհի բոլոր տարածաշրջաններում նկատվել են դրական տեղաշարժեր (բացառությամբ Միջին Արևելքի): Աճի բարձր ցուցանիշներ են արձանագրել Հարավային Ամերիկան և Հարավային Ասիան (15%), որոնց հաջորդում են Հարավային Սահարայի երկրները (13%), Կենտրոնական և Արևելյան Եվրոպայի երկրները (12%):

Թեև Ասիայի խաղաօվկիանոսյան տարածաշրջանում 2010 թվականին ապահովված աճն աշխարհում արձանագրված ամենաբարձր ցուցանիշներից էր, սակայն 2011թ. այն կրճատվել էր 6%-ով: Սպասվածից ավելի բարձր էր Եվրոպայի ցուցանիշը (6%)՝ կապված Կենտրոնական և Արևելյան Եվրո-

պայում գրոսաշրջիկների ակտիվ շարժի, դեպի Հարավային և Միջերկրածովյան Եվրոպա գրոսաշրջիկների հոսքի ավելացման հետ, ինչն էլ իր հերթին պայմանավորեց Հյուսիսային Ամերիկայի և Միջին Արևելքի՝ վերը նշված ցուցանիշի անկումով՝ կազմելով համապատասխանաբար՝ 9 և 10 տոկոս:

Ամերիկայի տարածաշրջանում գրոսաշրջիկների թվաքանակի 5% աճը համապատասխանում էր համաշխարհային միջին ցուցանիշին, ընդ որում՝ բարձր ցուցանիշներ են արձանագրել նաև Հարավային Ամերիկայի և Կարիբյան ավազանի երկրները: Ջգալիորեն ցածր են եղել Հյուսիսային և Կենտրոնական Ամերիկայի երկրների աճի ցուցանիշները:

ՄԱԿ-ի ՋՀԿ-ի տվյալների համաձայն՝ 2008 թվականից սկսած՝ 10 ավելի հաճախ այցելվող երկրների շարքը մնացել է անփոփոխ: Առաջատար է համարվում Ֆրանսիան, որը 2008թ. ընդունել է 74.2 մլն այցելու, ինչը, սակայն, 6.3%-ով նվազել է նախորդ տարվա համեմատ: 2010թ. այս երկիր է ժամանել 76.8 մլն այցելու: Հաջորդ երկիրը, որը թեև զգալի չափով զիջել է Ֆրանսիային, ԱՄՆ-ն է, ուր այցելել է 59.75 մլն գրոսաշրջիկ (նախորդ տարվա համեմատ ացելուների թվաքանակի աճը՝ 3.5%): Ահա լավագույն տասնյակը կազմող մյուս երկրների ցուցանիշները. Չինաստան՝ ընդունել է 55.67 մլն գրոսաշրջիկ, Իսպանիա՝ 52.68 մլն, Իտալիա՝ 43.63 մլն, Միացյալ Թագավորություն՝ 28.13 մլն, Թուրքիա՝ 27.00 մլն, Գերմանիա՝ 26.88 մլն, Մալայզիա՝ 24.58 մլն, Մեքսիկա՝ 22.40 մլն գրոսաշրջիկ: Նկատենք նաև, որ նախորդ տարվա համեմատ լավագույն տասնյակը կազմող երկրների զբաղեցրած տեղերը գրեթե անփոփոխ են մնացել, միայն Իսպանիան իր դիրքերը զիջել է Չինաստանին: Այս երկրի գրոսաշրջիկների թիվն աճել է 9.3%-ով, որի շնորհիվ այն կարողացավ 4-րդ հորիզոնականից բարձրանալ 3-րդ հորիզոնական: 2008-2010թթ. զգալի փոփոխությունների է ենթարկվել Մալայզիայի գրոսաշրջության պատկերը: Եթե 2007թ. գրոսաշրջիկների թվաքանակն այս երկրում կազմել էր 17.5 մլն, ապա 2009թ. պատկերն էապես փոխվեց. այդ թվականից Մալայզիան արդեն առաջին տասնյակի թվում էր:

Մինչ այդ լավագույն տասնյակի մեջ մտնում էր նաև Ուկրաինան, որը սակայն դուրս է մնացել այդ շարքից [5]:

Ուսումնասիրելով Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի կողմից կատարված հետազոտությունները՝ պարզվեց, որ երկրներն ըստ մրցունակության գործոնների առանձնացելու դեպքում ակնհայտ է դառնում որոշակի հակասություն. նշված 10 առաջատար երկրներից 5-ը իրենց մրցունակությամբ զգալիորեն զիջում են մյուսներին: Հայտնի է, որ այդ հետազոտության առարկա է ընտրվել 139 երկիր և ուսումնասիրվել գործոնների բավական լայն շրջանակ՝ ներառելով զբոսաշրջության ոլորտի կարգավորումը, պետական օժանդակությունը, գնային մրցունակությունը, ենթակառուցվածքների և մարդկային, մշակութային, բնական ռեսուրսների առկայությունը: Ուսումնասիրության արդյունքում առանձնացված մրցունակ երկրների տասնյակը կազմում են Շվեյցարիան, Գերմանիան, Ֆրանսիան, Ավստրիան, Շվեդիան, ԱՄՆ-ը, Մեծ Բրիտանիան, Իսպանիան, Կանադան, Սինգապուրը [6,103]:

Անդրադառնալով Հայաստանի Հանրապետությանը՝ նշենք, որ մեր երկրում զբոսաշրջությունը համարվում է տնտեսության գերակա ճյուղ, որը պետք է գտնվի պետական հոգածության ներքո, ստանա մշտական անհրաժեշտ օգնություն և աջակցություն: Զբոսաշրջությունը Հայաստանի տնտեսության այն բացառիկ ճյուղերից էր, որը նույնիսկ տնտեսության ընդհանուր անկման պայմաններում, թեև ոչ շատ դինամիկ, այնուամենայնիվ զարգացման միտում ուներ: Այսպես, 1999թ. Հայաստան այցելուների թվաքանակը կազմել է շուրջ 40 հազար, մինչդեռ 1992-1993 թվականներին՝ ընդամենը 4-5 հազար: Այս հաշվարկով, 1999թ. միայն միջազգային զբոսաշրջության ոլորտում զբոսաշրջային արդյունքի արտահանումը կազմել է շուրջ 40 մլն ԱՄՆ դոլար: Համեմատության կարգով նշենք, որ խորհրդային տարիներին զբոսաշրջային արդյունքի արտահանման լավագույն տարում՝ 1987 թվականին, Հայաստան է այցելել շուրջ 500 հազար զբոսաշրջիկ, որից միայն 100 հազարը եղել է ոչ նախկին ԽՍՀՄ տարածքից: Ներկայումս իրավի-

ճակը փոխվել է. ՀՀ-ն ընդլայնել է իր զբոսաշրջային շուկայի աշխարհագրությունը:

Միջազգային փորձի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ զբոսաշրջության ոլորտի զարգացումը և զբոսաշրջային արդյունքի արտահանման ծավալների ընդլայնումը մեծապես կախված են պետության կողմից վարվող զբոսաշրջային քաղաքականության արդյունավետությունից [7,135]: Վերջին տարիներին ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտում տարվող պետական քաղաքականության շնորհիվ այս բնագավառում պետություն-մասնավոր հատված-սփյուռք համագործակցությունն արձանագրել է ինչպես քանակական, այնպես էլ որակական աճ: Այդ մասին են վկայում այն գործընթացները, որոնք միտված են զբոսաշրջության ոլորտի օրենսդրական, հարկային, ենթակառուցվածքային զարգացումներին: Վերջին 10 տարիների ընթացքում Հայաստանի ներգնա զբոսաշրջությունն աչքի է ընկել զբոսաշրջային այցելությունների թվաքանակի կայուն տարեկան աճով: 2001-2010թթ. ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների թվաքանակի միջին տարեկան աճը կազմել է 24.3%: ՀՀ միջազգային զբոսաշրջության շարժը 2006-2011թթ. ներկայացված է Աղյուսակ 1-ում:

Աղյուսակ 1.

ՀՀ միջազգային զբոսաշրջության շարժը 2006-2011թթ. (մարդ) [8]

Տարիներ	Ժամանողներ	աճ (%)	Մեկնողներ	աճ (%)
2006	381136	19.6	329347	22.6
2007	510287	33.8	467574	41.9
2008	558443	9.4	515547	10.2
2009	575281	3.1	526193	2.1
2010	687229	18.8	640032	21.6
2011	757935	10.8	714953	10.3

Աղյուսակ 1-ում բերված տվյալներից երևում է, որ զբոսաշրջության նպատակով Հայաստան այցելուների թիվը հաստատապես աճում է: Այսպես օրինակ՝ 2011թ. 73956-ով ավելի շատ մարդ է այցելել Հայաստան, քան 2010թ.: Դա պայմանավորված է նրանով, որ ՀՀ-ն ակտիվ քաղաքականություն է իրականացնում զբոսաշրջության ոլորտն ավելի գրավիչ և ճանաչելի դարձնելու ուղղությամբ: Ներգնա զբոսաշրջության հետ մեկտեղ աճել են նաև արտագնա զբոսաշրջության ծավալները. 2011թ. ՀՀ ժամանող և Հայաստանից մեկնող զբոսաշրջիկների թվաքանակի տարբերությունը կազմել է 42982:

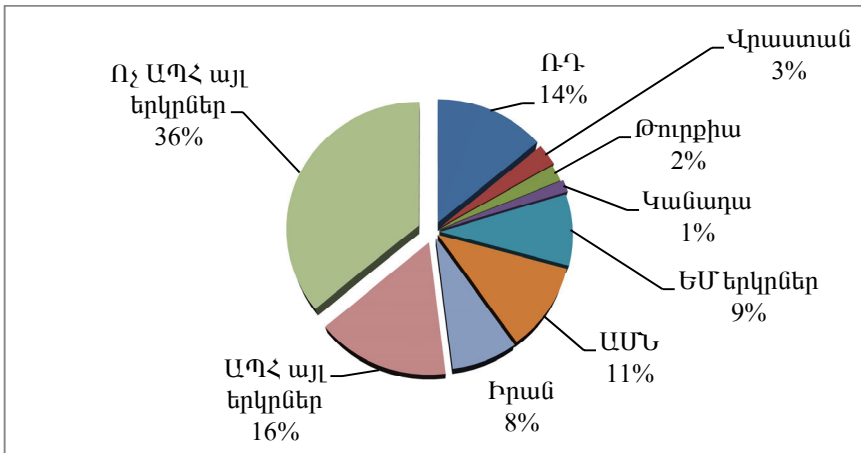
Ներգնա զբոսաշրջությունը խթանելու նպատակով՝ 2010 թվականին ՀՀ օրենսդրական ոլորտում աշխատանքներ են իրականացվել հարկային քաղաքականության և վիզային ռեժիմների ազատականացման ու դյուրացման ուղղությամբ:

2011թ. հունվար-սեպտեմբեր ամիսներին հանրապետություն է ժամանել 551635 զբոսաշրջիկ: 2010 թվականի նույն ժամանակահատվածի համեմատ զբոսաշրջիկների թվաքանակն աճել է 13.1%-ով: Այդ ընթացքում զբոսաշրջության նպատակով հանրապետությունից մեկնել է 546167 մարդ: 2010թ. հունվար-սեպտեմբեր ամիսների համեմատ ցուցանիշի աճը կազմել է 15.1%: 2011թ. ամբողջ տարվա ընթացքում հանրապետություն է ժամանել 757935 զբոսաշրջիկ (ցուցանիշի աճը 2010թ. համեմատ՝ 10.3%): Նույն ժամանակաշրջանում զբոսաշրջության նպատակով հանրապետությունից մեկնել է 714953 մարդ: Տվյալ ցուցանիշը 2010թ. հունվար-դեկտեմբեր ամիսների համեմատ աճել է 10.3%-ով: Բերված ցուցանիշների աճի տեմպերը վկայում են, որ տարեցտարի ընդլայնվում է արտերկրի քաղաքացիների հետաքրքրությունը Հայաստանի՝ որպես զբոսաշրջային երկրի նկատմամբ: Հաշվի առնելով զբոսաշրջային արդյունաբերության մեջ ներկայումս իրականացվող պետական և մասնավոր ծրագրերի ծավալները՝ ակնկալվում է զբոսաշրջային այցելությունների քանակի 20% աճ 2012 թվականին [9, 12]:

Հյուրանոցային տնտեսությունից ստացված հաշվետվությունների տվյալների համաձայն՝ 2010թ. հունվար-դեկտեմբեր ամիսներին ՀՀ այցելած զբոսաշրջիկների թվաքանակի 30%-ը բաժին է ընկել ԱՊՀ երկրներին: Ինչպես երևում է գծանկար 1-ից, ՌԴ-ն, ԱՊՀ մյուս երկրները և ԱՄՆ-ը շարունակում են մնալ Հայաստանի զբոսաշրջային հիմնական շուկաները՝ պայմանավորված այն հանգամանքով, որ այս երկրներում առավել մեծ թիվ են կազմում Հայաստանի զբոսաշրջային պոտենցիալ շուկայի մեծ հատվածը՝ սփյուռքահայերը:

Գծանկար 1

ՀՀ այցելած զբոսաշրջիկների քաղաքացիության աշխարհագրական բաշխվածությունը 2010թ. (%)



Հաշվի առնելով Հայաստանի Հանրապետության իրական զբոսաշրջային պոտենցիալը՝ կարող ենք նշել, որ մեր երկիրը ի գործ է առաջարկելու գրավիչ համադրությամբ զբոսաշրջային արդյունք: Այսպիսի հետևությունն իրատեսական համարելու հիմք են տալիս երկրի մշակութային հարուստ ժառանգությունը, ազգային կոլորիտը, հյուրընկալության ինքնատիպ ավանդույթները, էկոլոգիապես մաքուր բնության առկա-

յությունը, գրավիչ տեսարժան վայրերը, առողջարանները, սպորտային բազաները, բազմազան հանգստի վայրերը և այլն: Հետևաբար՝ կարող ենք պնդել, որ Հայաստանն ունի բոլոր հնարավորությունները՝ շահեկանորեն դիրքավորվելու և իր ուրույն տեղը գրավելու միջազգային զբոսաշրջային շուկայում: Դա, անշուշտ, պահանջում է զբոսաշրջային ռեսուրսների համակողմանի ուսումնասիրություն, համալիր և ճշգրիտ գնահատում, համաշխարհային շուկայում պահանջարկի և հայկական զբոսաշրջային առաջարկի (զբոսաշրջային արդյունք, ծառայություններ) վերանայում, այնուհետև՝ հայկական զբոսաշրջային արդյունքի պատշաճ ներկայացում համաշխարհային շուկայի՝ մեզ համար առավել հետաքրքրություն ներկայացնող թիրախային հատվածներում (աշխարհագրական, կրոնական, մշակութային և այլն):

Հայաստանում զբոսաշրջության խթանման համար նպատակային երկրներն ընտրվում են վիճակագրական տվյալների ուսումնասիրության հիման վրա: Ուսումնասիրությունները և բերված ցուցանիշների աճի տեմպերը վկայում են, որ տարեցտարի մեծանում է Եվրոպական երկրների հետաքրքրությունը Հայաստանի՝ որպես զբոսաշրջային երկրի նկատմամբ: Այսօր եվրոպական երկրներից Հայաստանի համար զբոսաշրջային առավել մեծ պոտենցիալ ունեն Ֆրանսիան, Գերմանիան, Իտալիան, Իսպանիան, Հունաստանը, Կիպրոսը, Չեխիան, Միացյալ Թագավորությունը, Ավստրիան: ՀՀ սահմանային անցման կետերում հավաքագրված տվյալներով՝ 2010թ. նկատվել է եվրոպական տարածաշրջանից դեպի Հայաստան այցելությունների թվի զգալի աճ (20.78%): Նկատենք, որ այստեղ խոսքը հանգստի համար Հայաստան ժամանող և հայկական արմատներ չունեցող զբոսաշրջիկների մասին է, որոնց թիվը համեմատաբար հեշտ է ավելացնել՝ օգտագործելով ժամանակակից աշխարհում լայնորեն կիրառվող ավանդական և նորարարական մարքեթինգային գործիքները: Այստեղ, միաժամանակ պետք է հաշվի առնել նաև այն, որ շուկայում աստիճանաբար ավելի ու ավելի նկատելի է դառ-

նում նոր երկրներ փնտրելու ձգտումը: Այս առումով՝ հարկ է նշել, որ 2010թ. այցելությունների աճի միտում է նկատվել Չեխիայից, ինչպես նաև Սկանդինավյան երկրներից (Դանիա, Շվեդիա, Նորվեգիա, Ֆինլանդիա):

Հայաստանն, զբոսաշրջային զգալի ներուժ ունենալով հանդերձ, այնուամենայնիվ, ներկայումս աննշան տեղ է զբաղեցնում համաշխարհային զբոսաշրջության շուկայում ոչ միայն իր չափաբաժնով, այլև մրցունակության այսօրվա հնարավորություններով: Համաձայն համաշխարհային տնտեսական ֆորումի՝ աշխարհի 139 երկրների ցանկում ՀՀ-ն զբաղեցնում է 90-րդ հորիզոնականը: Այն իր մրցունակության գործոններով զիջում է հարևան երկրներ Վրաստանին, Ադրբեջանին, Թուրքիային, առաջ է անցել միայն Իրանից: ՀՀ-ի ուժեղ կողմերից է համարվում հարևան երկրների համեմատ սանիտարահիգիենիկ պայմանների համեմատաբար բարվոք վիճակը, ինչպես նաև տեղական բնակչության՝ արտասահմանյան զբոսաշրջիկների նկատմամբ բաց լինելն ու բարեհամբույր վերաբերմունքը:

Ելնելով մրցունակության բարձրացման նպատակներից՝ համաշխարհային տնտեսության զարգացման ներկա փուլում առանձնահատուկ կարևորություն է ստանում տնտեսության առանձին ճյուղերի և ոլորտների դիվերսիֆիկացումը (բազմազանեցումը): Վերջինս Հայաստանի համար առավել հրատապ խնդիր է տնտեսական անվտանգության ապահովման տեսանկյունից: Դա առաջին հերթին վերաբերում է արտահանման ներուժ ունեցող ճյուղերի և ոլորտների զարգացմանը: Այս տեսանկյունից, զբոսաշրջությունը Հայաստանում տնտեսության դինամիկ զարգացող և առավել հեռանկարային ճյուղերից մեկն է, որի զարգացումը մեծ չափով կարող է նպաստել մի շարք սոցիալ-տնտեսական խնդիրների լուծմանը: Հայաստանում զբոսաշրջության զարգացման ներուժը գնահատելիս, պատմամշակութային ժառանգությունից բացի, անհրաժեշտ է հաշվի առնել նաև այն, որ մեր երկիրը միջազգային զբոսաշրջային շուկայում համարվում է նոր օբյեկտ, ինչն էլ երկիրը

դարձնում է առավել հետաքրքիր ու գրավիչ՝ համապատասխան մարքեթինգային գործողությունների իրականացման և ուղորտի արդյունավետ մենեջմենթի արդյունքում: Իհարկե, Հայաստանի ազգային մրցունակությունը միայն զբոսաշրջության վրա չի կարելի կառուցել, սակայն այս ուղորտը հույժ կարևորություն ունի մի քանի պատճառով: Առաջին՝ Հայաստանի պատմամշակութային և բնական հարստությունն ինքնին մրցակցային առավելություն է, որն անպայման պետք է արժևորել: Երկրորդ՝ զբոսաշրջությունն արտահանման ուղորտ է, մինչդեռ երկիրն այս հարցում լուրջ խնդիրներ ունի: Երրորդ՝ զբոսաշրջության շնորհիվ ֆինանսական հոսքեր և ներդրումներ են ուղղորդվում դեպի մարզեր՝ նպաստելով մարզերի համաչափ զարգացման կառավարական ծրագրերի լիարժեք իրականացմանը:

Թեև զբոսաշրջությունը ՀՀ կառավարության կողմից հռչակված է տնտեսության գերակա ճյուղ, սակայն ուղորտը դեռևս չի գտնվում պետական ակտիվ վերահսկողության ներքո, մինչդեռ պետական միջամտությունը ուղորտի առաջընթացի ապահովման հիմնական պայմաններից է, և այն պետք է իրականացվի գործուն լծակների միջոցով: Եթե տնտեսության պետական կարգավորման խնդիրը լիներ միայն օրենսդրական դաշտի ձևավորումն ու դրանից բխող նորմատիվ-իրավական ակտերի պահանջների հետևողական կատարումը, ապա տնտեսության կարգավորման համակարգի ստեղծումը և անցումային շրջանի հաղթահարումը շատ ավելի դյուրին կընթանար: Սակայն գործընթացի բարդությունն այն է, որ զբոսաշրջության ուղորտի պետական խելամիտ կարգավորման նպատակով անհրաժեշտ է ստեղծել նաև շուկայական այնպիսի ենթակառուցվածքներ, որոնց միջոցով հնարավոր կլինի պետության կողմից կիրառվող լծակների ազդեցությունն ուղղել կարգավորման օբյեկտներին՝ դրանց գործունեությանը հարողելով ցանկալի և անհրաժեշտ ուղղվածություն:

Լուրջ խնդիր է նաև ենթակառուցվածքների զարգացման ներկա, մեղմ ասած, ոչ բավարար մակարդակը: Խիստ հրա-

տապ է հատկապես տրանսպորտային ենթակառուցվածքների արդիականացման խնդիրը: Լուրջ խնդիրներ կան կապի և հեռահաղորդակցության ոլորտում, որի ենթակառուցվածքները դեռևս պատշաճ կարգով հասանելի չեն հանրապետության ամբողջ տարածքում:

ՀՀ-ում գրեթե անտեսված են մարքեթինգային գործողությունները: Թեև Հայաստանը հարուստ պատմամշակութային ժառանգությամբ հայտնի երկիր է, սակայն երկիրը դեռևս լիարժեք ներկայացված չէ համաշխարհային զբոսաշրջային շուկայում: Անգամ Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի կողմից ՀՀ-ի մշակութային ռեսուրսները գնահատվել են ցածր նույնիսկ հարևան երկրների համեմատ:

Ստեղծված վիճակը կարող է շտկվել առաջին հերթին պետական ակտիվ քաղաքականության իրականացման շնորհիվ Հայաստանի զբոսաշրջային ներուժը զարգացնելու, երկիրն իր ամբողջ հմայքով ներկայացնելու և գրավիչ դարձնելու համար:

Անվիճելի է, որ երկրի զարգացած տնտեսությունը զբոսաշրջության ոլորտի հետագա առաջընթացի որոշիչ պայման է: Սակայն զբոսաշրջությունը համակարգային բնույթի բնագավառ է, ուստիև շատ կարևոր է ոչ միայն ապահովել զբոսաշրջության՝ տնտեսության այլ ոլորտներին համընթաց զարգացումը, այլև նպաստավոր պայմաններ ստեղծել միջազգային զբոսաշրջային շուկային ակտիվորեն ինտեգրվելու համար:

Առանցքային հասկացություններ. *միջազգային զբոսաշրջություն, մրցունակության գործոններ, զբոսաշրջային շուկա, զբոսաշրջային ներուժ, Չբոսաշրջության համաշխարհային կազմակերպություն, Համաշխարհային տնտեսական ֆորում, զբոսաշրջիկ, զբոսաշրջային արդյունք, հյուրանոցային տնտեսություն, զբոսաշրջային արդյունաբերություն, ներգնա զբոսաշրջություն, արտագնա զբոսաշրջություն, զբոսաշրջային ռեսուրսներ, զբոսաշրջային ծառայություններ:*

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 255 с.
2. UNWTO Annual Report a year of recovery 2010. URL: https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/storageapi/sites/all/files/pdf/final_annual_report_pdf_3.pdf (Վերջին մուտքը՝ 25.05. 2012թ.)
3. World tourism organization. Press Release. International tourism receipts surpass US\$ 1 trillion in 2011. URL: <http://media.unwto.org/en/press-release/2012-05-07/international-tourism-receipts-surpass-us-1-trillion-2011> (Վերջին մուտքը՝ 17.05. 2012թ.)
4. UNWTO World Tourism Barometer URL: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom11_iu_april_excerpt.pdf (Վերջին մուտքը՝ 27.05. 2012)
5. Economy statistics. Tourist arrivals (most recent) by country. URL: http://www.nationmaster.com/graph/eco_tou_arr-economy-tourist-arrivals (Վերջին մուտքը՝ 03.06. 2012թ.)
6. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf (Վերջին մուտքը՝ 02.06.2012թ.)
7. Папирян Г. А. Международные экономические отношения. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2000. - 208 с.
8. Հայաստանի Հանրապետության սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 թվականների հունվար-դեկտեմբերին: URL: <http://armstat.am/am/?nid=81> (Վերջին մուտքը՝ 03.06.2012թ.)
9. ՀՀ զբոսաշրջության բնագավառի վերլուծություն 2010թ.: ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն, URL: http://mineconomy.am/up/files/210_zbosashrjutyun_verlucutyun-168.pdf (Վերջին մուտքը՝ 26.05.2012թ.)

Л. А. АВETИСЯН, Л. Г. САРГСЯН
ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ
В МИРОВОЙ ТУРИСТСКИЙ РЫНОК

Резюме

В статье анализированы современные тенденции развития международного туризма. Исследованы ведущие страны на мировом туристском рынке, а также распределение международных туристских доходов по регионам. Рассмотрено исследование конкурентоспособности стран в сфере туризма, проведенное Всемирным экономическим форумом. В этом контексте представлено место Армении на мировом туристском рынке. Учитывая туристский потенциал РА и анализируя тенденции развития въездного туризма в Армении, выявлены проблемы в этой сфере, а также препятствия на пути интеграции РА в мировой туристский рынок и предложены некоторые способы их преодоления.

Ключевые понятия: *международный туризм, факторы конкурентоспособности, туристский рынок, туристский потенциал, Всемирная организация по туризму, Всемирный экономический форум, турист, туристский продукт, гостиничное хозяйство, туристская индустрия, въездной туризм, выездной туризм, туристские ресурсы, туристские услуги.*

L. A. AVETISYAN, L. G. SARGSYAN
ARMENIA'S PROBLEMS OF INTEGRATION INTO THE
GLOBAL TOURISM MARKET

Summary

The current trends of international tourism development were analyzed. The leading countries in the International tourism

market were explored, as well as tourism incomes by regions distribution were also investigated. The research of the competitiveness of nations in the tourism sector conducted by the World Economic Forum were observed. In this context the place of Armenia in the global tourism market was presented. Taking into consideration the tourism potential of the Republic of Armenia and analyzing the tendencies of development of inbound tourism in Armenia the problems of the area and barriers to the integration of Armenia into the global tourism market were disclosed and some suggested ways of overcoming them were recommended.

Key concepts. *international tourism, factors of competitiveness, tourism market, tourism potential, World Tourism Organization, World Economic Forum, tourist, tourism product, hotel economy, tourism industry, inbound tourism, outbound tourism, tourism resources, tourism services.*