

A 08.00.02
Ա - 15

ՄԱՐԻԱ ԱՐՄԵՆԱԿԻ ՍԱՀԱԿՅԱՆ

ՌԱԶՄՎԱՐԱԿԱՆ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅՈՒՆԸ ԶՐՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ
ՈԼՈՐՏՈՒՄ (ՀՀ ՆՅՈՒԹԵՐՈՎ)

Ը.00.02-«Տնտեսության, նրա ճյուղերի տնտեսագիտություն և կառավարում»
մասնագիտությամբ տնտեսագիտության թեկնածուի գիտական աստիճանի
հայցման ատենախոսության

ՍԵՂՄԱԳԻՐ

ԵՐԵՎԱՆ - 2007

Ատենախոսության թեման հաստատվել է Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանում

Գիտական ղեկավար՝ ԳՅ ԳԱԱ թղթ. անդամ, տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր Յուրի Միքայելի Սուվարյան

Պաշտոնական ընդդիմախոսներ՝ տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր Բյուզանդ Սահրապի Սելվինգյան
տնտեսագիտության թեկնածու Էդուարդ Հմայակի Աղաջանով

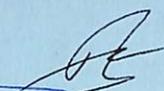
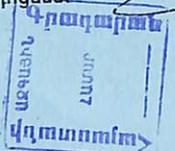
Առաջատար կազմակերպություն՝ ՀՀ գիտությունների ազգային ակադեմիայի Մ. Քոթանյանի անվան տնտեսագիտության ինստիտուտ

Պաշտպանությունը կայանալու է 2007թ. մայիսի 17-ին ժամը 13⁰⁰-ին՝ Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանում (0025, Երևան, Նալբանդյան 128) գործող ՀՀ ԲՈՅ-ի 014 մասնագիտական խորհրդում:

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի գրադարանում:

Սեղմագիրն առաքված է 2007թ. ապրիլի 17-ին:

Մասնագիտական խորհրդի գիտական քարտուղար, տնտեսագիտության թեկնածու, դոցենտ

Գ.Ս. Տերտերյան

1606-2007

ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԲՆՈՒԹԱԳԻՐԸ

Հետազոտության թեմայի արդիականությունը. զբոսաշրջությունը համաշխարհային տնտեսության առաջնային և առավել դինամիկ զարգացող ճյուղերից մեկն է, որն իր զարգացման արագ թափի (տեմպի) շնորհիվ համարվում է "հարյուրամյակի ֆենոմեն": Աշխարհի շատ երկրներում զբոսաշրջությունը կարևոր դեր է խաղում երկրի ՀՆԱ-ի ծավալի ավելացման, առևտրային հաշվեկշռի հավասարակշռման, աշխատատեղերի ավելացման, աղքատության հաղթահարման գործում: Բացի այդ, տարբեր երկրներում զբոսաշրջությունը համարվում է տնտեսության այնպիսի ճյուղ, որի զարգացումը թույլ կտա ոչ միայն խնայել բնական ռեսուրսները, այլև բարենպաստ պայմաններ ապահովել գալիք սերունդների համար: Զբոսաշրջությունը փոխկապված է տնտեսության այնպիսի կարևոր ոլորտների հետ, ինչպիսիք են տրանսպորտը, առևտուրը, սննդարդյունաբերությունը, կապը, շինարարությունը, գյուղատնտեսությունը և այլն: Այս կապն արտահայտվում է վերոհիշյալ ոլորտների զարգացման փոխադարձ պայմանավորվածությամբ: Զբոսաշրջության զարգացման վրա ազդում են այնպիսի գործոններ, ինչպիսիք են գիտատեխնիկական առաջընթացը, բնակչության կենսամակարդակի աճը, աշխատանքային պայմանների բարելավումը, ազատ ժամանակի արդյունավետ օգտագործումն, արձակուրդների ավելացումը, տնտեսական և քաղաքական բարենպաստ պայմանները և այլն: ԴՅ-ում զբոսաշրջության զարգացման արդյունավետությունը դիտարկելիս անհրաժեշտ է նախանշել դրա դերն ու նշանակությունը մեր երկրի՝ միջազգային տնտեսությանն ինտեգրման գործընթացում: Գործնականում, ընդհանուր առմամբ, զբոսաշրջությունը դասակարգվում է արտագնա, ներգնա և ներքին ձևերի: ԴՅ զբոսաշրջության ոլորտում պետական քաղաքականության հիմքում ընկած է ներգնա և ներքին զբոսաշրջության զարգացումը:

Ներկայումս, հասարակական և տնտեսական գրեթե բոլոր բնագավառների համաշխարհայնացման (գլոբալացման), արտաքին միջավայրի շարժունակության (դինամիզմի) և անկայունության, տեղեկատվական տեխնոլոգիաների արագ զարգացման, մրցակցային պայքարի ուժեղացման պայմաններում հատկապես կարևորվում է ռազմավարական կառավարման և ռազմավարական մտածելակերպի ներդրումը ինչպես ամբողջ տնտեսության, այնպես էլ զբոսաշրջության ոլորտի և դրա առանձին զբոսաշրջային կազմակերպությունների կառավարման գործում: ԴՅ-ում զբոսաշրջության զարգացումը ենթադրում է ինչպես ներկայումս ձևավորված ուղղությունների կատարելագործումը, այնպես էլ սկզբունքային նոր միջոցների ներդրումն ու կիրառումը, ինչպիսիք են զարգացման նոր մոդելների, տնտեսավարման և կառավարման արդյունավետ ուղիների առաջադրումը, նաև տարածքային և տեղական ինքնակառավարման մարմինների դերի մեծացումը այս գործընթացներում:

Չնայած դրան՝ չափազանց սակավաթիվ են ԴՅ զբոսաշրջության ոլորտում ռազմավարական կառավարմանը վերաբերող հայրենական գրականությունը և կատարված հետազոտությունները: Զբոսաշրջության վերաբերյալ գոյություն ունեցող գրեթե բոլոր հետազոտությունները վերաբերում են պետական կառավարման հիմնախնդիրներին: Սույն աշխատանքում հատուկ ուշադրություն է դարձվել զբոսաշրջային կազմակերպությունների

գործունեության վերլուծությանը և դրանցում ռազմավարական կառավարման առանձնահատկություններին: Միաժամանակ պետք է նշել, որ մեր երկրում զբոսաշրջության ոլորտի զարգացման համար պետք է ձևավորվի որոշակի գիտական հիմք՝ կոնկրետ հետազոտությունների և վերլուծությունների, տեսական և գործնական առաջարկությունների, զարգացման նոր ուղղությունների ներկայացման և այլ ձևերով:

ՀՀ-ում պաշտպանվել է տնտեսագիտական ընդամենը երեք թեկնածուականատենախոսություն¹, որոնք վերաբերում են զբոսաշրջությանը, սակայն վերջիններս դիտարկում են միայն այս ոլորտի որոշ կողմերը, իսկ ռազմավարական կառավարման հիմնահարցերը դրանցում գրեթե չեն արծարծվում:

Ելնելով վերոհիշյալից՝ հատկապես կարևորվում է ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի, ինչպես նաև այդ ոլորտի ռազմավարական կառավարման հիմնախնդիրների հետազոտությունն, ինչն էլ պայմանավորում է սույն աշխատանքի թեմայի արդիականությունը և հրատապությունը:

Հետազոտության նպատակը և խնդիրները. ատենախոսության հիմնական նպատակն է ՀՀ ներգնա և ներքին զբոսաշրջության ուսումնասիրության արդյունքում բացահայտել մեր երկրում տվյալ ոլորտի զարգացման հիմնական ռազմավարական ուղղությունները, ինչպես նաև այն հիմնախնդիրները, որոնք արգելակում և դանդաղեցնում են ՀՀ զբոսաշրջության զարգացման տեմպերը:

Վերոնշյալ նպատակի իրագործման համար առաջ են քաշվել հետևյալ խնդիրները.

- ուսումնասիրել զբոսաշրջության և ռազմավարական կառավարման տեսական հիմքերը, հիմնական դրույթները,
- վերլուծել զբոսաշրջության ոլորտին և դրան առնչվող բնագավառների վերաբերյալ ՀՀ օրենսդրական դաշտը, գործող և նախագծվող իրավական ակտերը, դրանց գործունեության արդյունավետությունը,
- ուսումնասիրել այս ոլորտում պետական կառավարման կազմակերպական կառուցվածքը, մշակել դրա կատարելագործման ուղղությունները,
- համակողմանի վերլուծության ենթարկել ՀՀ-ում գործող զբոսաշրջային ընկերությունների գործունեությունը, կազմակերպական կառուցվածքը, ինչպես նաև նրանց կողմից առաջարկվող զբոսաշրջային արտադրանքը,
- գնահատել զբոսաշրջության ոլորտում կառավարման արդյունավետությունը,
- հետազոտել զբոսաշրջության շուկան, ուսումնասիրել ՀՀ-ում սեզոնայնությունը և հաշվարկել զբոսաշրջության սեզոնայնության գործակիցը,
- իրականացված վերլուծության հիման վրա մշակել ՀՀ-ում զբոսաշրջության զարգացման արդյունավետ ռազմավարական ուղղությունները:

Ուսումնասիրության օբյեկտը և առարկան. ուսումնասիրության օբյեկտը ՀՀ ներգնա և ներքին զբոսաշրջության ոլորտն է, ինչպես նաև ՀՀ զբոսաշրջության շուկան:

¹ Տես տնտեսագիտության թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցման ատենախոսության սեղմագիրներ՝ Անդրեասյան Կ.Ս. "Զբոսաշրջության զարգացման հեռանկարները Հայաստանի Հանրապետությունում", Երևան, 1998թ., Օրդինյան Է.Յ. "Զբոսաշրջության դերը երկրի սոցիալ-տնտեսական զարգացման գործում /ՀՀ օրինակով/, Երևան, 2004թ. և Չերքեզյան Է.Գ. "Միջազգային զբոսաշրջության զարգացման հիմնահարցերը /ՀՀ օրինակով/, Երևան, 2005թ.

Ուսումնասիրության առարկան զբոսաշրջության բնագավառում ՀՀ պետական քաղաքականությունն է, ոլորտը կարգավորող օրենսդրական դաշտը, մասնավոր զբոսաշրջային կազմակերպությունների գործունեության առանձնահատկությունները, ինչպես նաև այդ բնագավառի մակրո և միկրո մակարդակում կառավարման կատարելագործմանը վերաբերող հիմնահարցերն և այլն:

Ատենախոսության տեսամեթոդական և տեղեկատվական հիմքերը. աշխատանքի համար որպես տեսամեթոդական հիմք են ծառայել «Զբոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» ՀՀ օրենքը, ՀՀ զբոսաշրջության զարգացման հայեցակարգը, ՀՀ զբոսաշրջության զարգացման ծրագիրը, զբոսաշրջության ոլորտը կանոնակարգող այլ իրավական ակտերը, կառավարման տեսության, ռազմավարական կառավարման, զբոսաշրջության ոլորտին վերաբերող մասնագիտական գրականությունը, ինչպես նաև զբոսաշրջության և կառավարման հիմնահարցերին վերաբերող հրատապությունները: Հետազոտության համար տեղեկատվական հիմք են հանդիսացել ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայության պաշտոնական հրատապությունները, ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարության պաշտոնական նյութերը և տվյալները, Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալության (ԶԶԳ) պաշտոնական նյութերը, զբոսաշրջային կազմակերպությունների՝ օպերատորների և գործակալությունների, զբոսաշրջային ասոցիացիաների ներկայացուցիչների սոցիոլոգիական հարցումները, ինչպես նաև զբոսաշրջային շուկայի՝ հեղինակի կատարած մարքեթինգային հետազոտության արդյունքները:

Ատենախոսական հետազոտության հիմնական գիտական նորույթը. ատենախոսական հետազոտության գիտական նորույթը ՀՀ ներգնա և ներքին զբոսաշրջության ոլորտում ռազմավարական կառավարման հիմնախնդիրների համապարփակ վերլուծության եղանակների ու մեթոդների, զբոսաշրջության զարգացման հիմնական ռազմավարական ուղղությունների բացահայտումն ու հիմնավորումն է:

Ատենախոսությունում առաջադրված խնդիրների դիտարկման ընթացքում ստացվել են հետևյալ արդյունքները, որոնցում գիտական նորույթի տարրեր պարունակող հիմնական դրույթներն են.

- փորձ է արվել ճշտել զբոսաշրջություն հասկացության՝ մասնագիտական գրականությունում առկա սահմանումները՝ ներկայացնելով այն ավելի ամբողջական տեսքով՝ նեղ և լայն իմաստներով,
- ներկայացվել են զբոսաշրջային օպերատորների և գործակալների լիցենզավորման իրականացման մեխանիզմը և չափանիշները, ինչը թույլ կտա դուրս մղել ՀՀ զբոսաշրջային շուկայից ցածր որակի ծառայություններ մատուցող և օրենքի պահանջներին չհամապատասխանող կազմակերպություններին,
- հիմնավորվել է ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարության զբոսաշրջության վարչության կազմում հյուրանոցային տնտեսությունների և զբոսաշրջային օպերատորների ու գործակալների վերահսկողության բաժնի ստեղծման անհրաժեշտությունը, մշակվել են դրա հիմնական գործառնությունները,
- հիմնավորվել է զբոսաշրջության ոլորտում գործող օպերատորների և գործակալությունների կառուցվածքում մարքեթինգային և իրավաբանական

ծառայությունների ստեղծման անհրաժեշտությունը և ներկայացվել են դրանց գործառույթները,

- զբոսաշրջային շուկայի հետազոտության հիման վրա մշակվել է 33-ում գործող զբոսաշրջային կազմակերպությունների ռազմավարական խմբերի քարտեզի կառուցման ընթացակարգը, կանխատեսվել է այդ քարտեզի կառուցվածքը 2007թ-ի համար, ինչը հնարավորություն կտա առանձին զբոսաշրջային կազմակերպություններին մշակել արդյունավետ մրցակցային ռազմավարություն,
- հիմք ընդունելով միջազգային զբոսաշրջային շուկայում 33 զբոսաշրջային արդյունքի ինտենսիվ գովազդի անհրաժեշտությունը միջազգային հեռուստաալիքներով՝ մշակվել է այդ ծախսերի ֆինանսավորման մեխանիզմ հիմնված պետական և մասնավոր կազմակերպությունների միջոցների վրա:

Ատենախոսության գործնական նշանակությունը: ատենախոսության շրջանակում հեղինակը, իրականացրել է 33 զբոսաշրջության շուկայի մարքեթինգային հետազոտություն, զննհատել է կառավարման արդյունավետությունը զբոսաշրջության ոլորտում, ներկայացրել է զբոսաշրջության պետական կառավարման կազմակերպական կառուցվածքի կատարելագործման ուղղությունները, ինչը կարող է հաշվի առնվել 33 առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարության զբոսաշրջության վարչության կողմից:

Ատենախոսությունում կատարված վերլուծությունների արդյունքում ներկայացվել են զբոսաշրջության ոլորտի կառավարման վերաբերող հանձնարարականներից մի քանիսը, որոնք կարող են հաշվի առնվել և կիրառվել 33 ներգնա զբոսաշրջային օպերատորների միության գործունեության ընթացքում:

Ատենախոսության արդյունքների հրապարակումները: ատենախոսության հիմնական դրույթներն արտացոլվել են հեղինակի հրապարակած չորս հոդվածներում:

Ատենախոսության կառուցվածքը և ծավալը: ատենախոսությունը բաղկացած է ներածությունից, երեք գլուխներից, եզրակացություններից և առաջարկություններից, գրականության ցանկից ու հավելվածից:

ԱՆԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱՎԱԿԱՆ ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ներածությունում հիմնավորվել է թեմայի արդիականությունը, ներկայացվել են հիմնական խնդիրներն ու նպատակները, ատենախոսության գիտական նորույթը, գործնական նշանակությունը:

Ատենախոսության առաջին «Ջբոսաշրջության կառավարման եռությունը և առանձնահատկությունները» գլխում ընդհանրական տեսքով, քննարկվել են տնտեսության համակարգում զբոսաշրջության տեղը, դերը և նշանակությունը, զարգացման հիմնական ուղղությունները, ռազմավարական կառավարման հիմնախնդիրները զբոսաշրջության ոլորտում: Այս հարցերը քննարկելիս ուշադրություն է դարձվել 33 օրենսդրությունում զբոսաշրջության սահմանմանը և տարբեր մասնագետների սահմանումներին, ինչպես նաև

ուղրտ, ճյուղ, զբոսաշրջության ոլորտի կառուցվածք, ռազմավարական կառավարում և այլ հասկացությունների մեկնաբանությանը:

Ըստ 1954 թ. ՍՍՀ՝ի ընդունած սահմանման զբոսաշրջությունը ակտիվ հանգիստ է, որն ազդում է առողջության ամրապնդման, մարդու ֆիզիկական զարգացման վրա և կապված է մարդկանց կյանքի մշտական վայրի սահմաններից դուրս տեղափոխման հետ²: 1981թ. Մադրիդում կայացած՝ "Ջբոսաշրջության համաշխարհային համաժողովի" նյութերում զբոսաշրջությունը ակտիվ հանգստի տեսակներից է, որն իրենից ներկայացնում է նոր երկրների, այս կամ այն շրջանների ճանաչման նպատակ հետապնդող ճանապարհորդություններ և որը մի շարք երկրներում զուգակցվում է սպորտային տարրերի հետ³: Հաագայի հռչակագրում /1989թ./ զբոսաշրջությունը սահմանվում է որպես մարդկանց՝ բնակության և աշխատանքի վայրից այլ վայրեր ազատ փոխադրումը, ինչպես նաև այդ փոխադրումների արդյունքում ծագող պահանջմունքների բավարարման համար ստեղծված ծառայությունների ոլորտ⁴:

Մասնագիտական գրականությունում հանդիպող սահմանումներում զբոսաշրջությունը համարվում է ճանապարհորդության տարատեսակ, ներառում է այն մարդկանց, ովքեր ճանապարհորդում և տեղափոխվում են բնակության սովորական միջավայրից դուրս հանգստի, գործնական և այլ նպատակներով⁵:

Ըստ "Ջբոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին" 33 օրենքի զբոսաշրջությունը ճանաչողական, հանգստի, առողջարարական, մարզական, կրոնական, ազգականներին այցելելու, մասնագիտական, գործնական և այլ նպատակներով բնակության մշտական վայրից /երկրից/ այլ վայր /երկիր/ առավելագույնը անընդմեջ մինչև մեկ տարի ժամկետով ճանապարհորդություն իրականացնող քաղաքացիների գործունեությունն է:

Այնուամենայնիվ, հեղինակը գտնում է, որ զբոսաշրջության սահմանումներից ոչ մեկը ամբողջությամբ չի ներկայացնում զբոսաշրջությունը իր բովանդակային բազմազանությամբ, քանի որ յուրաքանչյուրն արտահայտում է այդ երևույթի միայն մի քանի կողմերը: Այդ իսկ պատճառով հեղինակն առաջարկում է սահմանում, որը զբոսաշրջությունը դիտարկում է նեղ և լայն իմաստներով: Նեղ իմաստով զբոսաշրջությունը մարդու հոգևոր և ֆիզիկական պահանջմունքների բավարարմանը ուղղված ճանապարհորդության իրականացումն է, որը ենթադրում է մարդու բնակության վայրից դուրս առավելագույնը անընդմեջ մեկ տարի ժամկետով բնակվելը՝ բացառությամբ ժամանման վայրում վճարովի աշխատանքով զբաղվելը: Լայն իմաստով, բացի վերոհիշյալից, զբոսաշրջությունը ենթադրում է նաև մարդու, նշված պահանջմունքների բավարարման համար, անհրաժեշտ պայմանների և ենթակառուցվածքների ապահովմանն ուղղված գործողությունների և փոխհարաբերությունների ամբողջությունը:

Ջբոսաշրջության ոլորտի արդյունավետ զարգացումը պայմանավորվում է նաև պետական քաղաքականությամբ, որը պետք է կրի համակարգային բնույթ՝ ապահովելով

² Н.И. Кавушкин "Менеджмент туризма", Минск, ООО "Новое знание" 2002, էջ 12

³ А.С. Запесоцкий "Стратегический маркетинг туризма: Теория и практика".- СПб: СПбГУТ, 2003 էջ 12-13

⁴ Recommendations on tourism statistics, New York, United Nations, 1994, էջ 5-6

⁵ Менеджмент туризма: Туризм как вид деятельности, под ред. В.А. Квартального, М, 2004, "Финансы и статистика" էջ 11-15

ՀՀ ներգնա և ներքին զբոսաշրջության կառուցվածքն ըստ ուղևորության նպատակի
2001-2006 թթ.⁶

	2001		2006	
	մարդ	%-ով	մարդ	%-ով
Այցելած զբոսաշրջիկներ՝ Ընդամենը	30732	100	54474	100
որոնցից, ըստ նպատակների՝ գործնական	14508	47.3	18493	33.9
հանգստի և ժամանցի	11641	37.8	13499	24.8
կրթության	177	0.6	230	0.4
բուժման	254	0.8	323	0.6
այլ	4152	13.5	21929	40.3
Ներքին զբոսաշրջություն՝ Ընդամենը զբոսաշրջիկներ	117079	100	307973	100
որոնցից, ըստ նպատակների՝ գործնական	45181	38.6	81566	26.5
հանգստի և ժամանցի	25516	21.8	135246	43.9
բուժման	3491	3.0	33106	10.7
այլ	42891	36.6	58055	18.9

2006թ-ին ներգնա զբոսաշրջիկների թիվը կազմել է 381136 մարդ, իսկ ներքին ուղևորությունները՝ 307973 մարդ, ինչը բավականին մեծ ցուցանիշ է:

Ի տարբերություն ներգնա զբոսաշրջության (որը 2001թ-ի համեմատ 2006թ-ին աճել է 77.3 %), ներքին զբոսաշրջությունը աճել է 2.6 անգամ: Բացի այդ ավելացել են ներքին ուղևորություններն ըստ նպատակների, մասնավորապես մեծ աճ է ունեցել բուժման (9.5 անգամ), հանգստի և ժամանցի (5.3 անգամ) նպատակով ներքին զբոսաշրջությունը: Համեմատաբար ավելի փոքր աճ է դրսևորել գործնական (80.5%-ով) և այլ (23.3%-ով) նպատակներով կատարվող ներքին զբոսաշրջությունը: Որպես հետևանք, փոփոխվել է նաև 2006թ-ին ներքին զբոսաշրջության կառուցվածքն ըստ նպատակների: Բուժման և հանգստի նպատակով կատարվող զբոսաշրջության տեսակարար կշիռներն ավելացել են համապատասխանաբար 7.4 ու 21.3 տոկոսային կետով:

Ներքին զբոսաշրջության աճի ավելի արագ տեմպը բացատրվում է ՀՀ բնակչության կենսամակարդակի աճով, մեր երկրի ընդհանուր սոցիալ-տնտեսական իրավիճակի բարելավմամբ:

Զբոսաշրջության ոլորտի վերլուծելությունն անհնարին է իրականացնել առանց հաշվի առնելու սեզոնայնությունը: Զբոսաշրջության սեզոնայնությունը ՀՀ-ում գնահատելու համար հեղինակը դիտարկել է վերլուծել է ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակն ըստ

⁶ Հաշվարկված է ըստ ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2002 հունվար-դեկտեմբերին, էջ 56-58, 2007 հունվարին, էջ 78-80

⁷ Այս տվյալները վերաբերում են միայն այն զբոսաշրջիկներին, որոնք տեղավորվել էին հյուրանոցներում, առողջարաններում, հանգստյան տներում

արդյունավետ հարկային համակարգ, տնտեսական և քաղաքական անվտանգություն, տրանսպորտային միջոցների համապատասխան մակարդակ, պատմամշակութային հուշարձանների պահպանություն, զբոսաշրջիկների անվտանգություն և այլն:

Ատենախոսության երկրորդ՝ «ՀՀ զբոսաշրջության շուկայի վերլուծությունը և միջպետական կարգավորումը» գլխում, ներկայացված են զբոսաշրջության միջազգային և պետական համակարգի բնորոշ գծերը, նաև զբոսաշրջության ռազմավարական կառավարման առանձնահատկությունները կազմակերպությունների մակարդակում: Հաշվի առնելով զբոսաշրջության բնագավառում մարքեթինգային վերլուծության պակասը՝ հեղինակն ինքնուրույն իրականացրել է որոշակի անկախ հետազոտություններ:

Հետազոտելով զբոսաշրջության շուկան ՀՀ-ում՝ հեղինակն եկել է եզրակացության, որ ՀՀ ժամանող զբոսաշրջիկներին կարելի է բաժանել 2 խոշոր խմբի. սփյուռքահայեր և այլազգի ներկայացուցիչներ: Սփյուռքահայերն իրենց հերթին բաժանվում են.

- Արևմտյան Հայաստանից արտագաղթած հայերի ժառանգներ, որոնք գալիս են հայրենիքը տեսնելու և իրենց երեխաներին հայրենիքին ծանոթացնելու նպատակով,
- ԽՍՀՄ-ի փլուզումից հետո Հայաստանից արտագաղթած և արտերկրի քաղաքացի հանդիսացող հայեր, որոնք գալիս են հիմնականում ամառվա ամիսներին կամ նոր տարվա նախաշեմին հանգստի և բարեկամներին այցելելու նպատակով,
- ՀՀ քաղաքացիներ, որոնք ապրում և աշխատում են արտասահմանում, և նույնպես Հայաստան գալիս են ընտանիքի անդամներին և բարեկամներին տեսնելու համար, նաև հանգստի նպատակով:

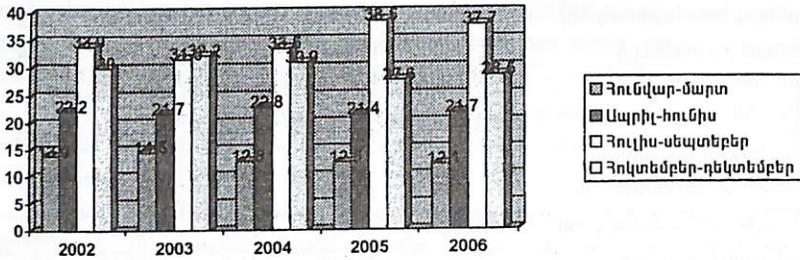
Փաստորեն ատենախոսությունում կատարվել է զբոսաշրջիկների տարբերակում ըստ աշխարհագրական (ազգային) չափանիշի՝ միաժամանակ դիտարկելով նաև ժամանման նպատակները:

Աղյուսակ 1-ում բերված տվյալներից երևում է, որ 2006թ-ին 2001-ի համեմատությամբ ՀՀ այցելած զբոսաշրջիկների թվաքանակը աճել է 77.3%-ով, ընդ որում փոփոխվել է նաև ներգնա զբոսաշրջության կառուցվածքը: Ակնհայտ է, որ ներգնա զբոսաշրջության մեջ գլխավորապես աճել է (մոտ 5.3 անգամ) այլ նպատակներով կատարվող զբոսաշրջությունը: Սակայն 2006թ.-ին 2001թ-ի համեմատ, բացի այլ նպատակներով կատարվող զբոսաշրջությունից, մնացած բոլոր տեսակների տեսակարար կշիռները նվազել են:

Հեղինակը նշում է, որ այլ նպատակներով զբոսաշրջության տակ հասկացվում են սպորտային, մշակութային, կրոնական, բարեկամներին այցելելու և այլ նպատակներով կատարվող զբոսաշրջությունը: Կատարված հետազոտությունների արդյունքում հեղինակը հանգում է այն եզրակացության, որ այսչափ մեծ աճը (մոտ 5.3 անգամ) պայմանավորված է գլխավորապես ՀՀ այցելող սփյուռքահայերի թվաքանակի ավելացմամբ, որոնք մեր երկիր են գալիս ավելի շուտ հարազատներին, ընկերներին այցելելու նպատակով, ինչպես նաև վերջին տարիներին կազմակերպվող բազմաթիվ մշակութային, սպորտային և այլ միջոցառումներով:

եռամսյակների, քանի որ պաշտոնական վիճակագրությունը թույլ չի տալիս դիտարկել այդ ցուցանիշը ըստ ամիսների⁸:

Զբոսաշրջային կենտրոնի, տարածաշրջանի և նույնիսկ զբոսաշրջային կազմակերպության գործունեության, իրացման ենթակա ծառայությունների պլանավորումը իրականացնելիս պետք է հաշվարկել սեզոնայնության գործակիցը, որը ցույց է տալիս առանձին ամիսների (եռամսյակների) ընթացքում զբոսաշրջիկների թվաքանակի տատանումները՝ համեմատած միջին տարեկան ցուցանիշների հետ:



Գծապատկեր 1: Զբոսաշրջության սեզոնայնության գործակիցները 2002-2006թթ.

Հաշվարկներից երևում է, որ զբոսաշրջության ցուցանիշների սեզոնային տատանումները շատ մեծ չեն և ՀՀ-ում "բարձր" ("հագեցած") սեզոններ են համարվում հուլիս-սեպտեմբեր և հոկտեմբեր-դեկտեմբեր ամիսները, սակայն մնացած ամիսներին ևս զբոսաշրջության մակարդակը շատ փոքր չէ, ինչը համարվում է դրական երևույթ:

Հաշվի առնելով զբոսաշրջության բնագավառում մարքեթինգային վերլուծության պակասը՝ հեղինակն ինքնուրույն իրականացրել է որոշակի անկախ հետազոտություններ: Դրանց ընթացքում հարցաթերթիկի միջոցով ընտրանքային հետազոտության են ենթարկվել ՀՀ-ում գործող զբոսաշրջային օպերատորները և գործակալները: Համապատասխան բնագավառի մասնագետների հետ համաձայնեցնելով՝ հեղինակի կողմից մշակված հարցաթերթիկով հարցման են ենթարկվել ՀՀ-ում գործող զբոսաշրջային կազմակերպություններից (օպերատորներից, գործակալներից) մոտ 25-ը: Հետազոտությունը տևել է 2 ամիս՝ 2005թ. ապրիլ-մայիս ամիսներին: Մոտավորապես 2 ամիս էլ պահանջվել է հետազոտության արդյունքների մշակման, ամփոփման համար: Աշխատանքում՝ հետագա շարադրվածքում զբոսաշրջության շուկայի և զբոսաշրջային օպերատորներին, գործակալներին վերաբերող տեղեկությունները բերված են այս հետազոտության արդյունքներից: Այսպիսով, վերոհիշյալի հիման վրա իրականացվել է զբոսաշրջության շուկայի սեզոնատվորումը ըստ աշխարհագրական գործոնի և զբոսաշրջիկների տարիքի: Պարզվում է, որ ՀՀ այցելող զբոսաշրջիկների մոտ 35%-ը ՌԴ-ից և ԱՊՀ երկրներից են, 25%-ը՝ ԱՄՆ-ից, 20%-ը՝ Եվրոպայից, 10%-ը՝ Մերձավոր արևելքից,

իսկ մնացած 10%-ը՝ այլ երկրներից: Ինչ վերաբերում է զբոսաշրջության շուկայի սեզոնատվորմանը ըստ տարիքային գործոնի, ապա ՀՀ ժամանող զբոսաշրջիկների գերակշիռ մասը (մոտ 45%) 20-40 տարեկան են, 40-60 տարեկան զբոսաշրջիկները կազմում են մոտ 40%, իսկ 20-ից ցածր և 60-ից բարձր տարիքային խմբերը՝ զգալիորեն ավելի պակաս (մոտ 15%): Այս տվյալները, ինչպես նաև սույն հետազոտության արդյունքում ստացված այլ տեղեկություններ հեղինակի կողմից օգտագործվել են ոլորտում մարքեթինգային հետազոտությունների իրականացման և առենախոսության շրջանակում արդյունավետ ռազմավարական ուղղությունների մշակման գործընթացում:

Հայաստանում զբոսաշրջության շուկան կարելի է համարել մաքուր ("զուտ") մրցակցության շուկա: Զբոսաշրջության շուկայում կազմակերպության գրաված դիրքը որոշելու և ակնհայտ ձևով ներկայացնելու համար կազմվում է ռազմավարական խմբերի քարտեզը, որի կառուցման գործընթացում հեղինակը օգտվել է Ա.Ա. Թոմսոնի և Ա.Ջ. Սթրիվենդի մոտեցումից⁹: Մեկ ռազմավարական խմբի մեջ մտնում են իրար առավել մոտ մրցակիցները, որոնք արտադրում են միանման արտադրանք (ծառայություններ), ունեն միանման սպառողներ, որոնց մատուցվում են ծառայությունները գրեթե միանման զնեքով:

Ռազմավարական խմբերի քարտեզը թույլ է տալիս ինչպես վերլուծել տվյալ ճյուղում առկա իրավիճակը, այնպես էլ կոնկրետ կազմակերպության համար բացահայտել իր առաջնահերթ մրցակիցներին, ինչը թույլ կտա մշակել ավելի արդյունավետ մրցակցային ռազմավարություն: Կորորիցատային համակարգում ռազմավարական խմբերը նշվում են շրջանների տեսքով: Միևնույն ռազմավարական խմբում նշվող կազմակերպությունները մտնում են մեկ շրջանի մեջ: Տվյալ շրջանի շառավիղի մեծությունը կախված է դրանում ընդգրկված կազմակերպությունների թվից: Հետևաբար ինչքան շատ է մեկ ռազմավարական խմբի մեջ մտած կազմակերպությունների քանակը, այնքան մեծ է այդ շրջանի շառավիղը: Մեր կողմից քարտեզի կառուցման ընթացքում որպես մասշտաբ է ընտրվել 1սմ շառավիղի համապատասխանությունը 5 կազմակերպության:

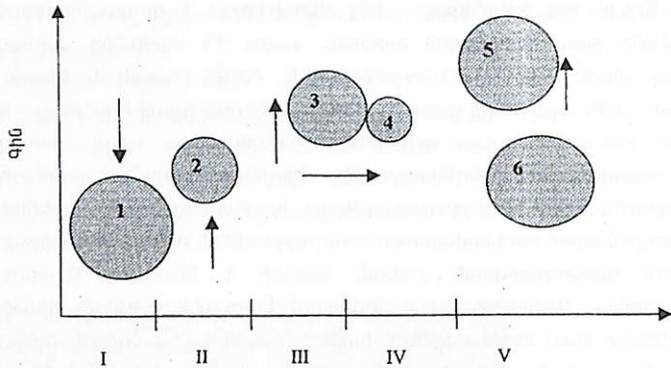
Զբոսաշրջության ոլորտում գործող օպերատորների և գործակալների ռազմավարական խմբերի քարտեզում առանձնացված են գործունեության հինգ հիմնական տեսակներ: Դրանք են.

- հիմնականում արտագնա զբոսաշրջությամբ զբաղվող կազմակերպություններ (I),
- արտագնա և ներգնա զբոսաշրջությամբ զբաղվող կազմակերպություններ (II),
- հիմնականում ներգնա զբոսաշրջությամբ զբաղվող կազմակերպություններ (III),
- արկածային, էքստրեմալ զբոսաշրջությամբ զբաղվող կազմակերպություններ (IV),
- լայն տեսականի ունեցող կազմակերպություններ (V):

Հաշվի առնելով 2005թ. զբոսաշրջային շուկայում տիրող իրավիճակը և 2006թ. տեղի ունեցած փոփոխությունները՝ հեղինակը փորձ է արել կանխատեսել ռազմավարական խմբերի քարտեզը 2007թ համար, որը բերված է գծանկար 1-ում:

⁸ Հաշվարկված է ըստ ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2003, 2004, 2005, 2006 հունվար-դեկտեմբերին, ՀՀ ԱԿՑ, Երևան, էջ 71-77

⁹ Томсон А.А., Стривленд А.Дж., Стратегический менеджмент, Москва, Юнити, 1998, էջ 144



Գծանկար 1: Զբոսաշրջության ոլորտում գործող կազմակերպությունների ռազմավարական խմբերի 2007թ համար կանխատեսվող ջարտեզը

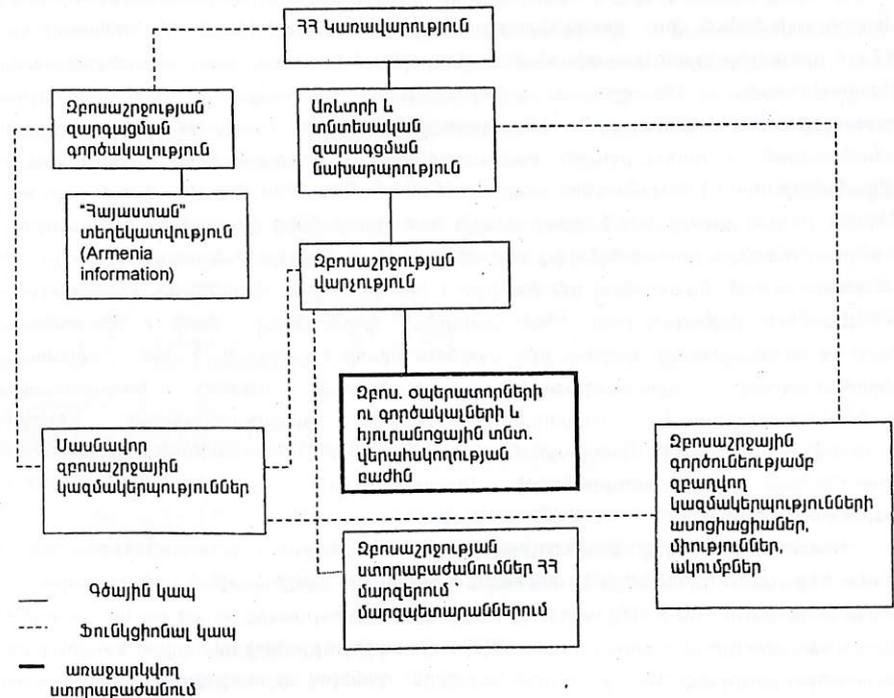
Առաջին (1) խմբում ընդգրկված են Իրինա, Եվրազիա, Ավանտուր, Արենի, Ջիզորաֆիկ քրեվլ, Զրեյզի տուր ընկերությունները, երկրորդ (2) խմբի ներկայացուցիչներից է Վիզա կոնկորդ, Արարատ Վոյաժը, երրորդ (3)՝ Սաթի, Արքայադուստր Մանե, Ավարայր, Սիդոն Թրավել ընկերությունները, չորրորդ (4) խումբը կազմող ընկերությունները փոքրաթիվ են (այս խմբի ակնհայտ ներկայացուցիչներից է Վիշապ Ադվենչուր, որոշ չափով նաև Ավարայրը), հինգերորդ (5) խմբի ներկայացուցիչներից է Մենուա Թուրսը, Լևոն Թրավելը, Գլոբ Թրավելը, Արմինտուրսը, Ֆայվ սթարս քրեվլը և այլն, վեցերորդ (6) ռազմավարական խումբը կազմված է այնպիսի ընկերություններից, ինչպիսիք են Արմեն Տուրը, Ավարիուսը, Սպուտնիկը և այլն:

Այսպիսով, զբոսաշրջության շուկայում կանխատեսվող կարևորագույն փոփոխություններից են.

- զբոսաշրջային ծառայություններ ներմուծող կազմակերպությունների (1-ին շրջան) թվի աճը և արտագնա զբոսաշրջային ծառայությունների գնի նվազումը՝ պայմանավորված դրանի արժեվորման միտումներով: Իսկ ԴԴ բնակչության կենսամակարդակի աճը կբերի նրան, որ մեր երկրի բնակիչները ավելի շատ կճանապարհորդեն,
- արտագնա և ներգնա զբոսաշրջությամբ զբաղվող կազմակերպությունների շրջանակը (2-րդ շրջան) նվազել է՝ կապված այս խմբի զբոսաշրջային կազմակերպությունների փոխադրմամբ այլ խմբեր, ինչպես նաև ներգնա զբոսաշրջության գների աճով,
- միայն ներգնա զբոսաշրջությամբ զբաղվող կազմակերպությունների շրջանը տեղաշարժվել է դեպի վերև (կապված դրանի փոխարժեքի տատանումների պատճառով հայրենական զբոսաշրջային արդյունքի գների ավելացմամբ) և աջ՝ պայմանավորված նրանով, որ ավելի շատ կազմակերպություններ են փորձում զբաղվել էքստրեմալ, արկածային զբոսաշրջությամբ, ինչով պայմանավորված երրորդ և չորրորդ շրջանակները հավում են (այդ երկու շրջանակների ընդհանուր կետում է գտնվում Ավարայր ընկերությունը),

- գների աճով պայմանավորված հինգերորդ և վեցերորդ շրջանակները տեղաշարժվել են վերև, սակայն դրանց շառավիղները գրեթե փոփոխություն չեն կրել:

Առենախտության երրորդ՝ «ԴԴ զբոսաշրջության ռազմավարական կառավարման արդյունավետության բարձրացման հիմնական ուղղությունները» գլխում, ներկայացված են զբոսաշրջության պետական կառավարման արդյունավետության բարձրացման հնարավորությունները, պետական և մասնավոր ոլորտում արդյունավետության զննահատման հայտնի և նոր մեթոդները, ինչպես նաև SWOT վերլուծության իրականացումը ԴԴ զբոսաշրջության բնագավառի համար և դրանից բխող զարգացման հիմնական ուղղությունները: Հայաստանում զբոսաշրջության պետական կառավարման կառուցվածքը այսպիսին է (գծանկար 2).



Գծանկար 2: ԴԴ զբոսաշրջության կառավարման կառուցվածքը
ԴԴ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարության զբոսաշրջության վարչության պետի նախագահությամբ գործում է հանձնաժողով, որը զբաղվում է հյուրանոցների (և նման ծառայություններ մատուցող օբյեկտների) որակավորման կարգերի շնորհմամբ: Հանձնաժողովի գործունեության հիմքում ընկած է 2004թ. հունիսի 10-ի ԴԴ կառավարության N 946-Ն որոշումը: Հանձնաժողովի մեջ ընդգրկված են հասարակական կազմակերպությունների, առողջապահության նախարարության,

քաղաքաշինության նախարարության ներկայացուցիչներ, ճարտարապետներ և այլ մասնագետներ:

Հանձնաժողովի կողմից որակավորման շնորհումից հետո սահմանված նորմերի պահպանումը չի վերահսկվում: Նույն սկզբունքով ստեղծված է և գործում է գիղերի և զբոսավայրերի լիցենզավորման հանձնաժողով, որը որակավորման հատուկ սերտիֆիկատներ է հանձնում ՀՀ զբոսավայրերին և գիղերին:

Զնայծ, որ զբոսաշրջության պետական կառավարումն բավականին համակարգված բնույթ է կրում, այնուամենայնիվ հեղինակը գտնում է, որ կատարելագործման կարիք ունի վերահսկողության համակարգը, որ ապահովում է հետադարձ կապը և բարձրացնում կառավարման արդյունավետությունը, բացի այդ անցումային տնտեսության պայմաններում առաջ է գալիս զբոսաշրջային արդյունք սպառողների շահերի պաշտպանության հարցը: Վերոհիշյալի հիման վրա ատենախոսության շրջանակներում հեղինակն հիմնավորում է ՀՀ-ում զբոսաշրջության կառավարման համակարգում կատարել որոշ փոփոխություններ: Մասնավորապես, Առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարության զբոսաշրջության վարչության ենթակայության ներքո ստեղծել հյուրանոցային տնտեսության և զբոսաշրջային օպերատորների և գործակալների գործունեության վերահսկողություն իրականացնող ստորաբաժանում: Դրա հետ մեկտեղ, զբոսաշրջության ներքին շուկան անբարեխիղճ, ցածր որակի ծառայություններ մատուցող զբոսաշրջային օպերատորներից և գործակալներից ազատելու համար, ինչպես նաև սպառողների շահերի պաշտպանության նպատակով անհրաժեշտ է իրականացնել վերոհիշյալ տնտեսավարող սուբյեկտների լիցենզավորում: Լիցենզավորման գործընթացը պետք է իրականացվի հատուկ հանձնաժողովի կողմից, որի կազմում պետք է ընդգրկված լինեն նախարարը, փոխնախարարը, զբոսաշրջության բնագավառում գործող հասարակական կազմակերպությունների, սպառողների շահերի պաշտպանությամբ զբաղվող կազմակերպությունների, ասոցիացիաների, միությունների ներկայացուցիչներ, գիտական, ուսումնական հաստատությունների համապատասխան որակավորում ունեցող ներկայացուցիչներ:

Կառավարման արդյունավետությունը պայմանավորված է զբոսաշրջության ոլորտի բոլոր ենթակառուցվածքների և ստորաբաժանումների արդյունավետ աշխատանքով: ՀՀ տնտեսությունում ՀՆԱ-ի աճը արդյունք է նաև զբոսաշրջությունից ստացվող եկամուտների: Արդյունավետությունն այստեղ գնահատվել է զբոսաշրջությունից ստացված արդյունքների հարաբերակցությամբ ամբողջ ՀՆԱ-ին, այսինքն՝ գտնելով զբոսաշրջության տեսակարար կշիռը ՀՆԱ-ում: 2003թ. հունվար-դեկտեմբերին ՀՀ ժամանել են 206094 ուղևոր, որոնք ըստ 274 մեթոդաբանության, համարվում են զբոսաշրջիկ: 2004թ. այս նույն ցուցանիշը կազմել է 262959 մարդ, ինչը նախորդ ժամանակաշրջանի համեմատ 27.6 տոկոսով ավել է: ՀՀ զբոսաշրջության զարգացման հայեցակարգում նշված է, որ համաձայն մեկ զբոսաշրջիկի հաշվով միջազգային զբոսաշրջությունից ստացվող եկամուտների հաշվարկման ՀԶԿ մեթոդաբանության, ՀՀ այցելած յուրաքանչյուր զբոսաշրջիկ ծախսում է մոտ է 1000 ԱՄՆ դոլար: Եթե միջազգային զբոսաշրջիկը բնակվում է հյուրանոցում, ապա նրա կողմից ծախսվող գումարը մոտ 1.5 անգամ մեծ է ատենախոսության մեջ բերված գնահատականից, սակայն ըստ ՀՀ ԱՎԾ տվյալների, 2001թ. միջազգային զբոսաշրջիկների

միայն 24.9%, 2002թ.՝ 16%, 2003թ.՝ 14.1%, իսկ 2004թ.՝ 13.5%-ն է տեղավորվել հյուրանոցներում: Համապատասխանաբար, 75.1%, 84.0%, 85.9% և 86.5%-ը տեղավորվել է բարեկամի կամ հարազատի տանը, վարձով բնակարաններում և այլն¹⁰: ՀՀ-ում 2001-2005թթ. զբոսաշրջությունը կազմել է ՀՆԱ-ի համապատասխանաբար 5.8, 6.8, 7.3, 7.4, 6.5 տոկոսը: Համեմատության համար նշենք, որ Ամերիկայի, Փոքր Ասիայի, Խաղաղօվկիանոսյան և Ասիական տարածաշրջանի մի շարք երկրներում, որտեղ զարգացած է զբոսաշրջությունը, դրա արդյունքը կազմում է դրանց ազգային եկամտի 13-40 տոկոսը¹¹:

Արդյունավետության գնահատման համար կիրառվում են մասնակի և ընդհանրական ցուցանիշներ: Մասնակի ցուցանիշները սովորաբար արտահայտում են առանձին որևէ ռեսուրսի օգտագործման արդյունավետությունը, իսկ ընդհանրական ցուցանիշները ավելի ընդգրկում են և բնութագրում են ստացված արդյունքների և կատարած ծախսերի հարաբերությունը¹²: Համաձայն ՀՀ ԱՎԾ-ի տվյալների, Հայաստանում գործող և ԱՎԾ հաշվետվություններ տրամադրող զբոսաշրջային գործակալությունների գործունեության արդյունավետությունը զբոսաշրջության ոլորտում կարելի է գնահատել աղյուսակ 2-ում բերված տվյալների հիման վրա:

Աղյուսակ 2

ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտում գործող կազմակերպությունների մի շարք տնտեսական ցուցանիշներ 2002-2005թթ.¹³

Ցուցանիշի անվանումը	2002	2003	2004	2005
1. Արտադրանքի, ապրանքների, աշխատանքների, ծառայությունների իրացումից զուտ հասույթ (հազ. դրամ)	201588	204432	211132	201099
2. Ընդամենը ծախսեր(հազ. դրամ)	166053	152095	169785	170195
3. Շահույթ (տող 1-տող 2)	35535	52337	41347	30904
4. Արդյունավետության ցուցանիշ (տող3/տող2) (%)	21.4	34.4	24.4	18.1

Ինչպես տեսնում ենք, 2003թ. արդյունավետությունը կտրուկ աճել է, սակայն 2004թ-ին այն նվազել է: Արդյունավետության ցուցանիշի փոփոխումները որոշ չափով բացատրվում են այն բանով, որ 2003թ-ին 2002թ-ի համեմատ շահույթն աճել է 47.3%-ով, իսկ ընդհանուր ծախսերը նվազել են 8.4%-ով, մինչդեռ 2004թ-ին 2003թ-ի համեմատ շահույթը նվազել է մոտ 21%-ով, երբ ծախսերը աճել են 11.6%-ով: 2005թ-ին 2004թ-ի համեմատ զբոսաշրջային կազմակերպությունների արդյունավետությունը նվազել է 6.3 տոկոսային կետով, քանի որ դրանց շահույթը նվազել է 25.3%-ով: Այսպիսով, ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտում գործող օպերատորների և գործակալությունների 2005թ-ին արդյունավետության ցուցանիշի նվազման հավանական պատճառներից է դրամի փոխարժեքի կտրուկ տատանումները: Քանի որ ներգնա զբոսաշրջությունը համարվում է արտահանող մյուլ,

¹⁰ Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք 2005, ՀՀ ԱՎԾ, 2005թ, ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2003, 2004, 2005 հունվար-դեկտեմբերին, ՀՀ ԱՎԾ, Երևան, 2004թ, 2005թ.

¹¹ Հայաստանի Հանրապետության զբոսաշրջության զարգացման հայեցակարգ

¹² Սովետական ՅՈՒՄ., Կոպյան Վ.Ս., Տնտեսության համարային կառավարում. մեթոդաբանությունը և արդի հիմնախնդիրները, Եր.: 2003թ, էջ 66

¹³ ՀՀ ԱՎԾ-ից ցուցված տվյալներ ՀՀ 8 միջին և խոշոր զբոսաշրջային կազմակերպությունների վերաբերյալ

ուստի և փոխարժեքի նվազումը էապես ազդում է այս ոլորտում գործող կազմակերպությունների ֆինանսական կայունության վրա և դարձնում է հայրենական զբոսաշրջային արդյունքը ոչ մրցունակ զբոսաշրջության միջազգային շուկայում:

Հաշվի առնելով զբոսաշրջության կառավարման բնագավառում համաշխարհային փորձը, ինչպես նաև ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի առանձնահատկությունները՝ ատենախոսության շրջանակներում մշակվել է արտաքին և ներքին միջավայրի վերլուծության և դրա արդյունքների ամփոփման նորովի համալիր մոտեցում, որն էլ հեղինակն առաջարկում է օգտագործել: ՀՀ զբոսաշրջության հետագա զարգացման ուղղությունները նախանշելիս հեղինակը շեշտը դրել է արտաքին և ներքին միջավայրի այն հնարավորությունների և ուժեղ կողմերի վրա, որոնք թույլ կտան ներգրավել արտերկրից զբոսաշրջիկներ, ինչպես նաև զովազդել ներքին զբոսաշրջային արդյունքը, ինչի հետևանքով այս ոլորտը գրավիչ կդառնա ներքին և արտաքին ներդրողների համար: Աշխատանքում SWOT վերլուծության միջոցով բացահայտված են նաև այն բացասական գործոնները, որոնց առկայությունը զգալիորեն խոչընդոտում է զբոսաշրջության զարգացմանը ՀՀ-ում: Այսպիսով, ոլորտի ուսումնասիրության և վերլուծության արդյունքում աշխատանքում տրվել են մանրամասն առաջարկություններ ՀՀ-ու զբոսաշրջության հեռանկարային ձևերի զարգացման ուղղությամբ, որոնք կարող են օգտագործվել ինչպես պետական մակարդակում ոլորտի զարգացման համար մշակվող ծրագրերում, այնպես էլ զբոսաշրջային օպերատորների կողմից զբոսաշրջային փաթեթ կազմելիս:

Եզրակացություններ և առաջարկություններ

Հայաստանը շնորհիվ իր յուրօրինակ բնակլիմայական պայմանների և պատմամշակութային անցյալի ունի զբոսաշրջության զարգացման համար բոլոր նախադրյալները: Այս աշխատանքում զբոսաշրջության բնագավառում կատարված հետազոտությունները թույլ են տալիս կատարել հետևյալ եզրակացությունները և առաջարկությունները.

1.Վերլուծելով ՀՀ օրենսդրության, ՄԱԿ-ի վիճակագրության, նաև մասնագիտական գրականության մեջ տրված զբոսաշրջության սահմանումները՝ հեղինակը եկել է եզրակացության, որ դրանցից ոչ մեկը ամբողջությամբ չի բնութագրում զբոսաշրջությունը՝ արտահայտելով այդ երևույթի միայն մի քանի կողմերը: Աշխատանքում փորձ է արվել ճշտել զբոսաշրջության սահմանումը, որը թույլ է տալիս դիտարկել զբոսաշրջությունը ավելի ամբողջական ձևով՝ ներ և լայն իմաստներով:

2. Հաշվի առնելով այն, որ զբոսաշրջության զարգացման ռազմավարական ուղղությունների մշակման համար անհրաժեշտ է հաշվի առնել արտաքին միջավայրում առկա բոլոր էական գործոնների ազդեցությունը, աշխատանքում կատարվել են վերլուծություններ, որոնց արդյունքում պարզվել են արտաքին միջավայրում առկա հետևյալ բարենպաստ և անբարենպաստ պայմանները:

2005թ-ին 2001թ-ի համեմատ բացահայտված բարենպաստ պայմաններն են ՀՆԱ-ի աճը (62.6%-ով), իրական դրամական եկամուտների աճը (47.8%-ով), աշխատունակ տարիքի բնակչության աճը (7.6%-ով), բնակչության բնական աճը (1տոկոսային կետով), միգրացիայի համեմատական նվազումը, պաշտոնական գործազրկության նվազումը (2.2

տոկոսային կետով): Փաստորեն, այս դրական միտումները հանգեցրել են նրան, որ եթե 2005թ-ին 2001թ-ի համեմատ արտագնա զբոսաշրջության ավելացել է 44.3%ով, ապա այդ նույն տարիներին ներքին զբոսաշրջությունը աճել է 2.3 անգամ:

Անբարենպաստ պայմաններից է դրամի հաշվարկային փոխարժեքի անընդհատ և զգալի փոփոխությունները, որոնք էապես վնասում են զբոսաշրջային կազմակերպությունների ֆինանսական կայունությանը և զբոսաշրջության զարգացմանը, քանի որ ներգնա զբոսաշրջությունը համարվում է արտահանող գործունեություն:

3.Զբոսաշրջության ոլորտի մասին պաշտոնական վիճակագրության տրամադրած տվյալները հնարավորություն չեն ընձեռում ամբողջական պատկերացում կազմել ՀՀ զբոսաշրջական գործընթացների մասին: Հետևաբար, հեղինակի կողմից իրականացվել է զբոսաշրջային օպերատորների և գործակալների ընտրանքային հետազոտություն, որի արդյունքում հեղինակը հանգել է հետևյալին.

- ՀՀ ժամանող զբոսաշրջիկներին կարելի է բաժանել 2 խոշոր խմբի՝ սփյուռքահայեր, որոնք կազմում են մեր երկրի զբոսաշրջային շուկայի մոտ 70%, և այլազգի ներկայացուցիչներ, որոնք կազմում են՝ 30%: Չնայած սփյուռքահայերի մեծ տեսակարար կշռի, այնուամենայնիվ հեղինակը գտնում է, որ առավել հեռանկարային այլազգի զբոսաշրջիկների ներգրավումը, քանի որ այս շուկան, ի տարբերություն սփյուռքահայերի, ավելի լայն է,
- հեղինակի կողմից կատարված հետազոտության արդյունքում կատարվել է ՀՀ զբոսաշրջային շուկայի սեզոնետավորում, ըստ աշխարհագրական գործոնի, ինչի արդյունքում բացահայտվել է, որ ՀՀ ներգնա զբոսաշրջիկների մոտ 35%-ը կազմում են ՌԴ և ԱՊՀ երկրներից, 25%՝ ԱՄՆ-ից, 20%՝ Եվրոպայից, 10%՝ Մերձավոր արևելքից և 10%՝ այլ երկրներից,
- Հետազոտության արդյունքում կատարվել է նաև զբոսաշրջային շուկայի սեզոնետավորում ըստ տարիքային հատկանիշի: Արդյունքում պարզվել է, որ ՀՀ ժամանող զբոսաշրջիկներից 45% կազմում են 20-40 տարեկան, 40%՝ 40-60 տարեկան, իսկ 15%՝ մինչև 20 և 60 տարեկանից բարձր զբոսաշրջիկները: Աշխատանքում տրվել են զբոսաշրջիկների այդ խմբերի համակողմանի բնութագրերը, ինչը թույլ կտա յուրաքանչյուր խմբի համար մշակել տարբերակված զբոսաշրջային փաթեթներ, և արդյունքում առավել բավարարել նրանց պահանջումները:

4. ՀՀ զբոսաշրջության շուկայի ընտրանքային հետազոտության և զբոսաշրջության ոլորտի վերլուծության արդյունքում առաջարկվել են Հայաստանի համար առավել հեռանկարային զբոսաշրջային շուկաները, որոնք են ՌԴ և ԱՊՀ երկրները, ԱՄՆ-ն, Արևմտյան Եվրոպան, ինչպես նաև ճապոնիան: Տարիքային առումով հեռանկարային են բոլոր տարիքի զբոսաշրջիկների ներգրավումը, սակայն վերջիններիս պետք է տրամադրել իրենց տարիքին և նախասիրություններին համապատասխան փաթեթներ, մինչդեռ ներկայումս հայրենական զբոսաշրջային օպերատորները բոլոր զբոսաշրջիկներին առաջարկում են միանման տիպային զբոսաշրջային տուրեր:

5.Ռազմավարական ուղղությունների մշակման համար աշխատանքում առանձնացվել են զբոսաշրջության, որպես տնտեսության բնագավառի առանձնահատկությունները,

որոնցից կարևորագույններից մեկը սեզոնայնությունն է: Աշխատանքում հաշվարկվել է 33 սեզոնայնության գործակիցը 2002-2006թթ համար: "Բարձր" սեզոններ են համարվում հուլիս-սեպտեմբեր (միջինում 35%), հոկտեմբեր-դեկտեմբեր (միջինում 29.8%) ամիսները: Զբոսաշրջիկների ամենացածր ցուցանիշը նկատվել է հունվար-մարտ ամիսներին, որոնք համարվում են "ցածր" սեզոններ:

6.Սեզոնայնությունը զբոսաշրջային կենտրոններում առաջացնում է գերծանրաբեռնվածության և թերծանրաբեռնվածության խնդիրներ, որոնք լուծելու և սպառողների պահանջումները հնարավոր չափ բարձր մակարդակով բավարարելու համար աշխատանքում առաջարկվել է համակցված ռազմավարության իրականացում, որը ներառում է.

- տարբերակված գների ռազմավարությունը,
- զբոսաշրջային տարածաշրջանի բազմանպատակ օգտագործման ռազմավարությունը:

7.Զբոսաշրջության շուկայի ուսումնասիրության հիման վրա, օգտվելով Սթրիքլենդի և Թոմփսոնի մոտեցումից, կառուցվել է 33-ում գործող զբոսաշրջային կազմակերպությունների ռազմավարական խմբերի քարտեզը 2005թ համար, ինչը թույլ է տալիս որոշել շուկայում յուրաքանչյուր կազմակերպության գրաված դիրքը և դրան առավել մոտ մրցակիցներին: Բացի դրանից, հաշվի առնելով 2006թ 33 զբոսաշրջության շուկայում տեղի ունեցած փոփոխությունները, նաև ակնկալվող միտումները՝ փորձ է արվել կանխատեսել ռազմավարական խմբերի քարտեզը 2007թ համար: Աշխատանքում առաջարկվել է պարբերաբար, տարեկան կտրվածքով, մշակել նման քարտեզներ, ինչի համար պատասխանատու է լինելու ԶԶԳ-ն, քանի որ այս կառույցի վրա են դրված 33 զբոսաշրջության ոլորտում իրականացվելիք մարքեթինգային միջոցառումների մի մասը:

8.33 զբոսաշրջության շուկայում կան բազմաթիվ կազմակերպություններ, որոնց մատուցած ծառայությունների որակը չի համապատասխանում դրանց ներկայացվող պահանջներին: Այդ զբոսաշրջային կազմակերպությունները հաճախ նույնիսկ չեն զբաղվում զբոսաշրջային գործունեությամբ, չունեն համապատասխան նյութատեխնիկական բազա, համապատասխան լիցենզավորում ունեցող զբոսավարներ և ուղեկցորդներ, համապատասխան անձնակազմ: Դետեաբար, 33-ում անհրաժեշտ է իրականացնել զբոսաշրջային օպերատորների և գործակալների լիցենզավորում: Ընդ որում, աշխատանքում առաջարկվել է լիցենզավորման իրականացման մեխանիզմները, ինչպես նաև դրա համար պատասխանատու պետական կառավարման մարմինը և դրա գործառույթները:

9.Վերլուծելով զբոսաշրջության վերաբերյալ 33 օրենսդրությունը, նաև այս ոլորտում պետական կառավարման համակարգը՝ պարզվել է, որ օրենսդրության մեջ ամրագրված պահանջները և պայմանները միշտ չեն կատարվում, իսկ ոլորտի պետական վերահսկողության համակարգում առկա են մի շարք բացթողումներ: Մասնավորապես, խոսքը վերաբերում է հյուրանոցային տնտեսությունների որակավորման կարգերի շնորհման, հյուրանոցներին ներկայացվող պահանջների կատարման, զբոսաշրջային օպերատորներին և գործակալներին առաջադրվող պահանջների կատարման, համապատասխան լիցենզավորում ունեցող զբոսավարների և ուղեկցորդների ծառայություններից օգտվելու, զբոսաշրջիկների հետ զբոսաշրջային փաթեթի առք ու

վաճառքի պայմանագիր կնքելու և այլ թերություններին: Դրանք վերացնելու նպատակով աշխատանքում առաջարկվել է 33 առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարության զբոսաշրջության վարչության կազմում ստեղծել հյուրանոցային տնտեսությունների և զբոսաշրջային օպերատորների և գործակալների վերահսկողության բաժին, ինչը թույլ կտա բարձրացնել զբոսաշրջության պետական կառավարման արդյունավետությունը և կատարելագործել վերահսկողության համակարգը:

10.Ուսումնասիրելով 33 զբոսաշրջության շուկայում գործող զբոսաշրջային օպերատորների և գործակալների կառավարման կազմակերպական կառուցվածքը՝ բացահայտվել են, որ դրանցից մեծ մասի մոտ առկա են մի շարք թերություններ, որոնք խոչընդոտում են դրանց արդյունավետության բարձրացմանը և միջազգային շուկայում հայրենական զբոսաշրջային արդյունքի առաջխաղացմանը: Վերոհիշյալ թերություններից խուսափելու նպատակով աշխատանքում առաջարկվել է զբոսաշրջային օպերատորների և գործակալությունների կազմում ձևավորել մարքեթինգային և իրավաբանական ծառայություններ, որոնց հիմնումը 33 զբոսաշրջության զարգացման ներկայիս փուլում կազմակերպությունների մեծ մասի համար իրագործելի է ինչպես ֆինանսական, այնպես էլ կադրային ապահովման տեսանկյունից:

11.33 զբոսաշրջության ոլորտում առկա իրավիճակը գնահատելու նպատակով աշխատանքում իրականացվել է ինչպես երկրի, այնպես էլ զբոսաշրջային օպերատորների և գործակալությունների գործունեության արդյունավետության ուսումնասիրություն: Մակրո մակարդակում զբոսաշրջության ոլորտում արդյունավետությունը գնահատելու համար հաշվարկվել է զբոսաշրջությունից ստացված եկամուտների մասնաբաժինը 33-ում, ինչպես նաև 33 վճարային հաշվեկշռում ճանապարհորդության կրեդիտ և դեբետ տողերի տարբերությամբ: 2001-2005թթ. ճանապարհորդության կրեդիտի աճը վկայում է 33-ում զբոսաշրջության զարգացման մասին, սակայն սալոյի նվազումը պայմանավորված է 2001թ հետո արտագնա զբոսաշրջության զարգացմամբ, ինչը բացատրվում է բնակչության կենսամակարդակի աճով:

Զբոսաշրջային օպերատորների և գործակալների գործունեության արդյունավետության գնահատման արդյունքում պարզվել է, որ զբոսաշրջային օպերատորների և գործակալների տնտեսական արդյունավետության ամենաբարձր ցուցանիշը եղել է 2003թ (34.4%): 2004թ-ի համեմատ 2005թ-ին զբոսաշրջային կազմակերպությունների շահույթը նվազել է 25.3%-ով, իսկ արդյունավետությունը՝ 6.3 տոկոսային կետով: Այդ միտումների հավանական պատճառներից են դրամի փոխարժեքի տատանումները, որոնք նվազեցնում են զբոսաշրջային կազմակերպությունների ֆինանսական կայունությունը, ավելացնում հայրենական զբոսաշրջային արդյունքի գինը և այն դարձնում ոչ մրցունակ զբոսաշրջության միջազգային շուկայում:

12. Աշխատանքում փորձագիտական մեթոդով կազմվել է նախնական, միջանկյալ, ամփոփ և վերջնական SWOT մատրիցաները: Վերջնական մատրիցան արտահայտում է զբոսաշրջության վրա ազդող կարևորագույն գործոնները, որոնք հաշվի առնելով աշխատանքում առաջարկվել են 3այաստանի համար զբոսաշրջության հետևյալ հեռանկարային ձևերը.

- պատմամշակութային և ճանաչողական զբոսաշրջություն,

- էկոտուրիզմ,
- ագրոտուրիզմ,
- էքստրեմալ և սպորտային զբոսաշրջություն (ռաֆտինգ, ավտոսպորտ),
- կրթական զբոսաշրջություն,
- առողջարանային և ռեկրեացիոն զբոսաշրջություն,
- գործարար զբոսաշրջություն,
- կրոնական զբոսաշրջություն (ուխտազնացություն):

13. Աշխատանքում հատկապես մեծ ուշադրություն է դարձվել միջազգային զբոսաշրջային շուկայում ՀՀ զբոսաշրջային արդյունքը համակողմանի և համոզիչ ներկայացնելու և գովազդի հիմնախնդիրներին, որոնց հետ կապված առաջարկվել է նկարահանել Հայաստանի մասին հոլովակներ, որոնք կցուցադրվեն միջազգային խոշոր հեռուստաընկերությունների եթերում: Աշխատանքում կատարված հաշվարկների արդյունքում հիմնավորվել է, որ նման գործունեությունը պետք է ֆինանսավորել մասամբ պետական, մասամբ էլ մասնավոր միջոցների հաշվին:

Ատենախոսության հիմնական դրույթները արտացոլված են հեղինակի հետևյալ գիտական հրապարակումներում:

1. «Զբոսաշրջության զարգացման միտումները արդի գլոբալիզացիայի պայմաններում», «Հայաստան. ֆինանսներ և էկոնոմիկա» հանդես, համար 8-9 մայիս-հունիս, Երևան, 2005թ., էջ 46-48:
2. «Կառավարման արդյունավետության գնահատումը զբոսաշրջության ոլորտում», «Հայաստան. ֆինանսներ և էկոնոմիկա» հանդես, համար 12-13 (60-61) օգոստոս-սեպտեմբեր, Երևան, 2005թ., էջ 33-37:
3. «ՀՀ զբոսաշրջության շուկայում տիրող իրավիճակի վերլուծությունը՝ ուղղված արդյունավետ ռազմավարության մշակմանը», «Հայաստան. ֆինանսներ և էկոնոմիկա» հանդես, համար 2 (66) փետրվար, Երևան, 2006թ., էջ 193-197:
4. «ՀՀ զբոսաշրջության պետական կառավարման վերլուծությունը», «Հայաստան. ֆինանսներ և էկոնոմիկա» հանդես 9(73) օգոստոս, Երևան, 2006թ., էջ 51-55:

СААКЯН МАРИЯ АРМЕНАКОВНА
 "Эффективность стратегического управления в сфере туризма
 (по материалам РА)"

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.02 "Экономика, управление хозяйством и его отраслями"
 Защита состоится 17-ого мая 2007г. в 13⁰⁰ часов на заседании специализированного совета 014 ВАК РА ГЕУА по адресу: 0025 Ереван, ул. Налбандяна 128

РЕЗЮМЕ

Диссертационная работа посвящена изучению эффективности стратегического управления в сфере услуг. Одним из наиболее перспективных направлений в данной сфере является туризм. Именно туризм с 1998г. объявлен одной из главных сфер в экономике РА. Так или иначе, на данный период времени изучение стратегического управления в туризме не обеспечивает необходимого теоретического и практического базиса для дальнейшего развития этой отрасли в РА. Кроме того, в условиях глобализации во всех сферах жизнедеятельности населения всего земного шара, туризм становится неотъемлемой частью жизни все больших и больших людей.

В данной работе рассмотрены теоретические и практические вопросы, посвященные управлению туризмом на макро и микро уровнях, а также произведено изучение туристского рынка, сегментация рынка РА, составлена конкурентная карта туристских организаций, рассчитан коэффициент сезонности туризма, экономической эффективности и пр.

Вследствие решения задач, сформулированных в рамках данной работы, получены следующие результаты, отражающие новизну:

- уточнено определение туризма, представляя его в широком и узком смысле;
- представлен механизм и критерии лицензирования туроператоров и турагентов РА, который позволит вытеснить недобросовестные организации с туристского рынка;
- обосновано создание отдела контроля туроператоров и турагентов, а также гостиничного хозяйства в структуре министерства торговли и экономического развития РА;
- разработана карта конкурентных групп туристского рынка РА, а также спрогнозирована данная карта для 2007 года;
- обосновано создание маркетинговых и юридических подразделений в структурах туроператоров и турагентов РА;
- обоснована необходимость продвижения армянского турпродукта на международном туристском рынке, и были представлены механизмы финансирования данной деятельности с помощью государственных и частных средств.

В результате анализа въездного и внутреннего туризма РА в работе представлены конкретные стратегические направления по развитию данной отрасли.

05.02.2013



Տպագրության եղանակը՝ ռիզոգրաֆիա:
Ֆորմատ՝ 60x84 1/16, թուղթ՝ օֆսեթ, N 1:
Տպաքանակ՝ 80:

Տպագրված է «ԼԻՄՈՒՇ» ՍՊԸ-ի տպարանում:
Ք. Երևան, Տերյան 72
Հեռ. 58.22.99, 56.24.52
E-mail: info@limush.am



