

# ՈՐՔԱՆՈ՛Վ Է ԶՔՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅՈՒՆԸ ՄՐՑՈՒՆԱԿ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ

**Հիմնաբառեր.** *զբոսաշրջություն, մրցունակություն, համաթիվ, զբոսաշրջիկ, մարքեթինգ, բրենդինգ*

**Զ**բոսաշրջության կարևորության և դրա զարգացման անհրաժեշտության մասին խոսում են բոլորը՝ ոլորտի մասնագետներն ու ոչ մասնագետները, պետական կառավարման և տեղական ինքնակառավարման մարմինները, գործարարներն ու քաղաքացիները: ՀՀ կառավարության 2019 թ. ծրագրում ամրագրված է. «Զբոսաշրջության զարգացումը բացառիկ հնարավորություն է փոքր և միջին բիզնեսի զարգացման համար: Այս առումով, Կառավարության անելիքը հստակ է. զբոսաշրջիկների համար անհրաժեշտ է ապահովել անհրաժեշտ ենթակառուցվածքներ և սպասարկման բարձր մակարդակ»<sup>1</sup>:

Զբոսաշրջությունը համարվում է ՀՀ տնտեսության գերակա ոլորտ, որտեղ վերջին տարիներին նկատվում են զգալի աշխուժացում և զբոսաշրջիկների թվաքանակի աճ: Ըստ ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի տվյալների՝ 2018 թ. ՀՀ է ժամանել 1.651.782, իսկ ՀՀ-ից մեկնել՝ 1.622.791 զբոսաշրջիկ<sup>2</sup>: Նախորդ տարվա համեմատ ժամանողների թվաքանակն աճել է 10.5 տոկոսով: Սակայն, 2018 թ. Հայաստան ժամանող զբոսաշրջիկների միայն 18,6 տոկոսն (307473 զբոսաշրջիկ) է հանգրվանել հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում, իսկ մնացած 1344309-ը՝ բարեկամի կամ հարազատի տանը, վարձով տրվող բնակարաններում և այլն: Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում հանգրվանած զբոսաշրջիկների 48,8 տոկոսն այցելել է հանգստի և ժամանցի, 27,3 տոկոսը՝ գործնական, 1,4 տոկոսը՝ բուժման,



## Գայանե ԹՈՎՄԱՍՅԱՆ

Տնտեսագիտության  
թեկնածու

*2010 թ. գերազանցությամբ ավարտել է ՀՊՏՀ-ն՝ կառավարում մասնագիտությամբ: 2014 թ. ստացել է տնտեսագիտության թեկնածուի գիտական աստիճան: 2016 թ.-ից ՀՊՏՀ «Ամբերդ» հեղափոխական կենտրոնի աշխատակից է, 2019 թ.-ից՝ կառավարման ամբիոնի ասիստենտ: Շուրջ 80 գիտական հրատարակումների, այդ թվում՝ երկու մենագրության հեղինակ է և երեք ուսումնական ձեռնարկի համահեղինակ:*

<sup>1</sup> Հավելված ՀՀ կառավարության 2019 թվականի փետրվարի 8-ի N 65-Ա որոշման, Հայաստանի Հանրապետության կառավարության ծրագիր, էջ 48, <https://www.gov.am/files/docs/3133.pdf>

<sup>2</sup> ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2018 թ. հունվար-դեկտեմբերին, էջ 135, [https://www.armstat.am/file/article/sv\\_12\\_18a\\_421.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_12_18a_421.pdf)

22,5 տոկոսը՝ այլ նպատակներով<sup>3</sup>:

Ակնհայտ է, որ ՀՀ զբոսաշրջության զարգացման, ներգնա զբոսաշրջիկների ներգրավման համար անհրաժեշտ է բարձրացնել ոլորտի մրցունակության աստիճանը:

Ըստ Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի հրապարակած՝ «2019 թ. զբոսաշրջության մրցունակության զեկույցի»՝ Հայաստանը 140 երկրի շարքում եղել է 79-րդը՝ 3.7 գործակցով<sup>4</sup> (2017 թ. 136 երկրի շարքում՝ 84-րդ տեղը՝ 3,5 գործակցով, 2015 թ. 141 երկրի շարքում՝ 89-րդ տեղը՝ 3,4 գործակցով)<sup>5</sup>:

Վերջին տարիների զեկույցներում զբոսաշրջության ոլորտի ամենամրցունակ երկրներ են համարվել Իսպանիան, Ֆրանսիան և Գերմանիան: Ըստ այս տարվա զե-

կույցի՝ Հայաստանը ԵԱՏՄ անդամ երկրներից զիջում է միայն Ռուսաստանին (39-րդ տեղ), իսկ հարևան երկրներից միայն Իրանն է մեզ զիջում (89-րդ տեղ): Նշենք նաև, որ Համաշխարհային տնտեսական ֆորումը զբոսաշրջության մրցունակության զեկույց հրապարակում է 2007 թ.-ից սկսած, և Հայաստանն այս տարի զբաղեցրել է 74-րդ տեղը (124 երկրի շարքում), իսկ 2019 թ.՝ 79-րդը (140 երկրի շարքում): Հաշվի առնելով տարբեր տարիներին զեկույցում ընդգրկված երկրների թիվը՝ կարող ենք ասել, որ մեր երկրի դիրքն էական փոփոխությունների չի ենթարկվել այս տարիների ընթացքում (աղյուսակ 1):

Այժմ ներկայացնենք ՀՀ զբոսաշրջության մրցունակության համաթիվն առավել մանրամասն: Աղյուսակ 2-ում համաթվի

### Զբոսաշրջության մրցունակության համաթիվը որոշ երկրներում<sup>6</sup>

ԱՂՅՈՒՍԱԿ 1

Երկրներ	2019 թ.		2017 թ.		2015 թ.		Փոփոխությունը 2017 թ. նկատմամբ
	Դիրքը՝ 140 երկրի շարքում	Գործակից (1-7)	Դիրքը՝ 136 երկրի շարքում	Գործակից (1-7)	Դիրքը՝ 141 երկրի շարքում	Գործակից (1-7)	
<b>Առաջին տասը հորիզոնականները զբաղեցրած երկրները</b>							
Իսպանիա	1	5.4	1	5.43	1	5.31	0
Ֆրանսիա	2	5.4	2	5.32	2	5.24	0
Գերմանիա	3	5.4	3	5.28	3	5.22	0
Ճապոնիա	4	5.4	4	5.26	9	4.94	0
ԱՄՆ	5	5.3	6	5.12	4	5.12	1
Միացյալ Թագավորություն	6	5.2	5	5.20	5	5.12	-1
Ավստրալիա	7	5.1	7	5.10	7	4.98	0
Իտալիա	8	5.1	8	4.99	8	4.98	0
Կանադա	9	5.1	9	4.97	10	4.92	0
Շվեյցարիա	10	5.0	10	4.94	6	4.99	0
<b>ԵԱՏՄ անդամ երկրներ</b>							
Ռուսաստան	39	4.3	43	4.15	45	4.08	4
Ղազախստան	80	3.7	81	3.59	85	3.48	1
<b>Հայաստան</b>	<b>79</b>	<b>3.7</b>	<b>84</b>	<b>3.53</b>	<b>89</b>	<b>3.42</b>	<b>5</b>
Ղրղզստան	110	3.2	115	3.10	116	3.08	5
Բելառուս	-	-	-	-	-	-	-
<b>Հարևան պետություններ</b>							
Թուրքիա	43	4.2	44	4.14	44	4.08	1
Վրաստան	68	3.9	70	3.70	71	3.68	2
Ադրբեջան	71	3.8	71	3.70	84	3.48	0
Իրանի Իսլ. Հանր.	89	3.5	93	3.43	97	3.32	4

<sup>3</sup> ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2018 թ. հունվար-դեկտեմբերին, էջ 135, [https://www.armstat.am/file/article/sv\\_12\\_18a\\_421.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_12_18a_421.pdf)

<sup>4</sup> ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2019 թ. հունվարին, էջ 104, [https://www.armstat.am/file/article/sv\\_01\\_19a\\_421.pdf](https://www.armstat.am/file/article/sv_01_19a_421.pdf)

<sup>5</sup> Armenia, Travel & Tourism Competitiveness Index2019 edition, <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/?fbclid=IwAR22gzypD-mq7h5HY7ioPju4Z11OX06R077oORJ6I9VNaLUgtWwF5SaO3u0#economy=ARM>

<sup>6</sup> Զբոսաշրջության մրցունակության համաթվի հաշվարկման մեթոդաբանությանը կարելի է ծանոթանալ հետևյալ հղմամբ՝ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, World Economic Forum, Geneva, [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf), էջ 85-86:

**ՀՀ զբոսաշրջության մրցունակության համաթիվ<sup>7</sup>**

Ցուցանիշ	2019 թ.		2017 թ.		2015 թ.		Փոփոխությունը 2017 թ. նկատմամբ
	Դիրքը՝ 140 երկրի շարքում	Գործակից (1-7)	Դիրքը՝ 136 երկրի շարքում	Գործակից (1-7)	Դիրքը՝ 141 երկրի շարքում	Գործակից (1-7)	
<b>ՀՀ զբոսաշրջության մրցունակության համաթիվ</b>	<b>79</b>	<b>3.7</b>	<b>84</b>	<b>3.53</b>	<b>89</b>	<b>3.42</b>	<b>5</b>
Նպաստող միջավայր	50	5.3	84	5.2	57	5.0	30
Գործարար միջավայր	31	5.0	39	4.9	50	4.6	8
Ապահովություն և անվտանգություն	40	5.8	34	5.9	38	5.8	-6
Առողջություն և սանիտարահիգիենիկ պայմաններ	44	6.0	48	5.9	48	5.9	4
Մարդկային ռեսուրսներ և աշխատանքի շուկա	52	4.8	45	4.8	71	4.5	-7
S&S պատրաստվածություն	68	4.7	71	4.3	69	4.2	3
<b>Զբոսաշրջության քաղաքականություն և նպաստող պայմաններ</b>	<b>74</b>	<b>4.4</b>	<b>-</b>	<b>3.9</b>	<b>95</b>	<b>3.9</b>	<b>-</b>
Զբոսաշրջության գերակայություններ	74	4.7	71	4.6	80	4.4	-3
Միջազգային բացություն	74	3.2	95	2.6	83	2.8	21
Գնային մրցունակություն	30	5.7	80	4.8	77	4.6	50
Շրջակա միջավայրի կայունություն	101	4.0	102	3.8	97	3.8	1
<b>Ենթակառուցվածք</b>	<b>81</b>	<b>3.2</b>	<b>-</b>	<b>3.0</b>	<b>84</b>	<b>3.1</b>	<b>-</b>
Օդային տրանսպորտի ենթակառուցվածք	88	2.4	88	2.2	92	2.3	0
Վերգետնյա և նավահանգստային տրանսպորտի ենթակառուցվածք	91	2.8	88	2.9	97	3.0	-3
Զբոսաշրջային ծառայությունների ենթակառուցվածք	62	4.3	74	3.9	73	4.2	12
<b>Բնական և մշակութային ռեսուրսներ</b>	<b>103</b>	<b>2.0</b>	<b>-</b>	<b>2.0</b>	<b>130</b>	<b>1.6</b>	<b>-</b>
Բնական ռեսուրսներ	95	2.5	89	2.6	136	1.9	-6
Մշակութային ռեսուրսներ և գործարար ճամփորդություն	91	1.4	99	1.4	99	1.4	8

հիմնական ցուցանիշներն են: Նախորդ զեկույցի համեմատ կտրուկ փոփոխություն կա մի քանի ցուցանիշների գծով՝ բարելավվել են միջազգային բացության (+21), գնային մրցունակության (+50), զբոսաշրջային ծառայությունների ենթակառուցվածքի (+12), գործարար միջավայրի (+8), մշակութային ռեսուրսների և գործարար ճամփորդության (+8), վատթարացել ապահովության և անվտանգության (-6), մարդկային ռեսուրսների և աշխատանքի շուկայի (-7), բնական ռեսուրսների (-6) ցուցանիշները:

Այս տարի, ինչպես և նախորդ զեկույցում, հիմնախնդիրներ են համարվել աշխատուժի որակավորումը (77-րդ տեղ), զբոսաշրջիկների ներգրավմանն ուղղված մարքեթինգի և բրենդինգի արդյունավե-

տությունը (82-րդ տեղ), երկրի բրենդի ռազմավարությունը (99-րդ տեղ), տոմսերի հարկերը և օդանավակայանի վճարները (105-րդ տեղ), զբոսաշրջության արդյունաբերության զարգացման կայունությունը (81-րդ տեղ), բնական և մշակութային ռեսուրսների ենթահամաթիվը (103-րդ տեղ), բնական ակտիվների գրավչությունը (83-րդ տեղ) և այլն:

Նշենք նաև, որ, օրինակ, ՄԻԱՎ-ի քիչ տարածվածության, մալարիայի դեպքեր չլինելու, աշխատանքի հարկերի և վճարների (առևտրային շահույթից տոկոս), ինչպես նաև բնակչությանը բջջային ցանցի հասանելիության ցուցանիշներով առաջին տեղում ենք:

Փաստորեն, Հայաստանը զբոսաշրջիկների համար ավելի գրավիչ դարձնելու,

<sup>7</sup> The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, World Economic Forum, Geneva, 2015, p. 78-79; The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, World Economic Forum, Geneva, 2017, p. 84-85; Armenia, Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 edition, <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/?fbclid=IwAR22g-zypD-mq7h5HY7ioPJu4ZI1X06R077oORJ6I9VNaLUgtWwF5SaO3u0#economy=ARM>

զբոսաշրջության զարգացման և մրցունակության ապահովման նպատակով առաջնահերթություններ պետք է համարվեն զբոսաշրջային ծառայությունների և տրանսպորտային ենթակառուցվածքների բարելավումը, շրջակա միջավայրի կայունության և բնական ռեսուրսների պահպանության, ոլորտի աշխատուժի որակավորման, զբոսաշրջային մարքեթինգի և բրենդինգի արդյունավետության մակարդակի բարձրացումը:

Ցավալի է, բայց փաստ, որ զեկույցում Հայաստանը զբոսաշրջիկներին գրավելու մարքեթինգի և բրենդինգի արդյունավետության ցուցանիշով 82-րդ, իսկ երկրի բրենդի ռազմավարությամբ՝ 99-րդ տեղում է:

Հայաստանը ճանաչելիության խնդիր ունի համաշխարհային զբոսաշրջային շուկայում: Շատերը երբևէ չեն լսել մեր երկրի մասին, չգիտեն դրա տեղը քարտեզի վրա կամ էլ շատ քիչ կամ նույնիսկ սխալ տեղեկություններ ունեն (օրինակ՝ չգիտեն,

որ առաջին քրիստոնյա երկիրն ենք, նույնիսկ մտածում են, թե մահմեդական ենք): Որպես առաջնահերթ խնդիր պետք է սահմանել երկրի ճանաչելիության մակարդակի բարձրացումը, զբոսաշրջային ներուժի ներկայացումը, ինչի համար անհրաժեշտ է իրականացնել լայնածավալ մարքեթինգային միջոցառումներ՝ օգտագործելով տարբեր մարքեթինգային ռազմավարություններ:

Պետք է նշել, որ մենք մինչ օրս չունենք երկրի զբոսաշրջային բրենդ (ապրանքանիշ), որը կարտացոլի երկրի դեմքը, պատմությունն ու մշակույթը, հիմնական գրավիչ կողմերը: Բրենդի սոսկ առկայությունն իհարկե բավարար չէ, հարկ է նախաձեռնել մեծածավալ և բազմակողմանի մարքեթինգային «արշավ»՝ արտերկրում Հայաստանի զբոսաշրջային ակտիվների ներկայացման և միջազգային զբոսաշրջիկների ներգրավման նպատակով:

