

**ՉԲՈՍԱՇՐՉՈՒԹՅԱՆ ՉԱՐԳԱՑՄԱՆ
ՀԱՅԵՑԱԿԱՐԳ**

Ներածություն

Սույն հայեցակարգի նպատակն է բնութագրել և գնահատել Հայաստանի զբոսաշրջային ռեսուրսները, Հայաստանում զբոսաշրջության զարգացման միտումները և հեռանկարները, սահմանել զբոսաշրջության ոլորտում պետական քաղաքականության հիմնական նպատակները, գնահատել մարտահրավերներն ու խոչընդոտները և որոշել նպատակի իրականացման համար պետական քաղաքականության խնդիրները, ուղղություններն ու սկզբունքները:

Հայեցակարգը մշակվել է համագործակցությամբ ԱՄՆՄՁԳ-ի կողմից ֆինանսավորվող «Հայաստանի Մրցունակ Մասնավոր Հատված» ծրագրի, «Հայաստան 2020» ծրագրի և «Տնտեսություն և Արժեքներ» հետազոտական կենտրոնի՝ հաշվի առնելով Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտի ներկա վիճակի, միջազգային փորձի, ինչպես նաև Չբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալության ու մասնավոր հատվածի՝ այդ թվում նաև Հայաստանի Ներգնա Տուրօպերատորների Միության, Հայաստանի Հյուրանոցների Ասոցիացիայի, Հայաստանի Ռեստորանների Միության, Հայ Չբոսավարների Գիլդիայի, Հայկական Էկոտուրիզմի Ասոցիացիայի, Հայաստանի Ավիաընկերությունների Ներկայացուցչությունների Միության և Ճամփորդական Գործակալների Ամերիկյան Միության կողմից ներկայացված խնդիրների ու առաջարկությունների ուսումնասիրության և վերլուծության արդյունքները:

Հայաստանը, որպես ձեռնարկատիրական գործունեության և ներդրումների համար կայուն և ապահով, զբոսաշրջության համար գրավիչ, պատմամշակութային և բնական ռեսուրսներով հարուստ երկիր, մեծ ներուժ ունի միջազգային զբոսաշրջային շուկային առաջարկելու բազմաբնույթ, մրցունակ զբոսաշրջային արդյունք և բարձրակարգ ծառայություններ: Այնուամենայնիվ, Հայաստանը հնարավորություն ունի և պետք է միջազգային շուկային առաջարկի ավելի խստապահանջ հաճախորդի կարիքների համար նախատեսված բազմաբնույթ և բարձրորակ զբոսաշրջային արդյունք՝ ներկայումս գերակշռող “դասական զբոսաշրջային փաթեթներից” գալով: Այս զարգացումն ինքնին կպահանջի ավելի լրարձր որակավորված աշխատուժ, ավելի մեծ ներդրումներ, ավելի բարձրակարգ ենթակառուցվածքներ և ծառայություններ, հետազոտությունների ավելի ժամանակակից մեթոդներ և տեխնոլոգիաներ և ավելի նպաստավոր գործարար միջավայր:

Վերջին 10 տարվա ընթացքում Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտում գրանցվել է զարգացման աննախադեպ տեմպ: Այնուամենայնիվ, համաշխարհային և տարածաշրջանային համատեքստում Հայաստանում զբոսաշրջային արդյունաբերությունը բնութագրվում է միջազգային այցելուների համեմատաբար քիչ քանակությամբ: Հայաստանին են բաժին ընկնում Եվրոպայում զբոսաշրջային այցելությունների միայն 0.08%-ը և համաշխարհային զբոսաշրջային այցելությունների 0.04%-ը: Ինչ վերաբերում է ներգնա զբոսաշրջությունից ստացված եկամտին, ապա 2006 թվականին այն գնահատվել է 299 մլն. ԱՄՆ դոլար (ՀՆԱ-ի 4.7%-ը):

Չբոսաշրջության բնագավառի պետական քաղաքականության իրականացման նպատակով անհարժեշտ է ապահովել զբոսաշրջության կայուն զարգացում: Իսկ կայուն զարգացումը պահանջում է բոլոր շահագրգիռ կողմերի՝ պետական կառավարման ու տեղական ինքնակառավարման մարմինների, մասնավոր հատվածի և բնակչության ակտիվ և արդյունավետ համագործակցություն: Միևնույն ժամանակ, կայուն զարգացման անհրաժեշտությունը պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ զբոսաշրջային ուղղությունները զարգանում են հիմնականում զբոսաշրջային ռեսուրսների հիման վրա՝

(բնական, պատմամշակութային, մարդկային), առանց որոնց պահպանության և վերարտադրության զարգացում ապահովել հնարավոր չէ: Շրջակա միջավայրի կամ մշակույթի վրա ցանկացած բացասական ազդեցություն կարող է անդառնալի բացասական հետևանք ունենալ երկարաժամկետ զարգացման համար: Ուստի սույն հայեցակարգը նպատակ է հետապնդում նաև սահմանել այն ցուցանիշները, որոնց օգնությամբ կարելի է որոշել ոլորտի կենսունակ և կայուն զարգացումը:

Հայաստանում զբոսաշրջության ոլորտում պետական քաղաքականության հիմնական նպատակն է մեծացնել ոլորտի ներդրումը ազգային տնտեսության ոլորտում, ապահովել համաչափ տարածքային տնտեսական զարգացում՝ միևնույն ժամանակ պայքարելով աղքատության դեմ: Այս ամենը կարելի է իրագործել նպաստելով ներգնա և ներքին զբոսաշրջիկների թվի աճին, միաժամանակ ավելացնելով զբոսաշրջությունից ստացվող եկամուտները՝ առաջարկելով ավելի բարձրարժեք զբոսաշրջային արդյունք, և ստեղծելով նոր աշխատատեղեր: Այս նպատակների իրականացմանն է ուղղված սույն հայեցակարգով նախատեսված հիմնական խնդիրների լուծումը:

Զբոսաշրջության ոլորտում առկա խնդիրների լուծման համար, անհրաժեշտ է նախ և առաջ սահմանել և զարգացնել գերակա զբոսաշրջային կենտրոնները և զբոսաշրջային արդյունքները, մշակել ոլորտում Հայաստանի արժեքային համակարգը, սահմանել առաջարկվող ծառայությունների ցանկը, առաջնայնացնել թիրախային շուկաները, շարունակաբար ուսումնասիրել դրանց զարգացման միտումները, զարգացնել Հայաստանի, որպես կայուն, ապահով, ներդրումների և ձեռնարկատիրական գործունեության համար բարենպաստ և զբոսաշրջության համար գրավիչ երկրի, նկարագրի ձևավորումն ու համաշխարհային շուկայում արդյունավետ ներակայացումն ու խթանումը, բարելավել երկիր մուտքի մատչելիությունը, ուղևորափոխադրումային ցանցը և զբոսաշրջային ենթակառուցվածքները՝ նպատակային ներդրումների և իրավական դաշտի բարելավման միջոցով, ապահովել կեցության և այլ ենթակառուցվածքների որակական և քանակական աճը, խրախուսել շարունակական ներդրումները հետազոտությունների և մարդկային ռեսուրսների զարգացման ոլորտում՝ միևնույն ժամանակ հետևելով և վերահսկելով զբոսաշրջության զարգացման հետևանքները:

ԲԱԺԻՆ I

ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԴՐՈՒՅԹՆԵՐ

ԳԼՈՒԽ 1. ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՎԻՃԱԿՆ ՈՒ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ

1. 2006 թվականին ավելի քան 846 մլն միջազգային այցելություններով, 733 մլրդ ԱՄՆ դոլար եկամտով և զբոսաշրջության ոլորտում ավելի քան 231 մլն աշխատատեղներով՝ զբոսաշրջությունը աշխարհի ամենախոշոր և ամենամրցունակ ծառայությունների ոլորտներից մեկն է: Համաշխարհային զբոսաշրջությունը կազմում է աշխարհի արտահանվող ծառայությունների 35%-ը: Ակնկալվում է, որ աշխարհի զբոսաշրջային ծառայությունները 2007 թ.-ին կարող են 3.6 % բաժնեմաս ունենալ համաշխարհային ՀՆԱ-ում (1 851.2 մլրդ. ԱՄՆ դոլար):
2. Մինչև 2020 թվականը, համաշխարհային միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների թիվը կաճի՝ հասնելով 1.6 մլրդ-ի, զբոսաշրջային ծախսերի գումարը կհասնի մինչև 2 տրիլիոն ԱՄՆ դոլարի, իսկ ոլորտում աշխատատեղերի թիվը՝ 262 միլիոնի:

3. Աշխարհի բազմաթիվ երկրներ զբոսաշրջության ոլորտում իրենց պետական քաղաքականության նպատակներից են սահմանել համաշխարհային շուկայից ավելի մեծ թվով ժամանումների և ավելի շատ եկամուտների ներգրավումը:
4. 2005 թվականին Ֆրանսիա ժամանած զբոսաշրջիկների թիվը կազմել է ավելի քան 75 միլիոն: Ամերիկայի Միացյալ Նահանգները հանդիսանում է զբոսաշրջությունից ամենաշատ եկամուտներ ստացողը երկիրը՝ տարեկան ավելի քան 80 միլիարդ ԱՄՆ դոլար:
5. Իհարկե, վերը նշված երկրները տնտեսապես խոշոր զարգացած երկրներ են, բայց փոքր երկրները նույնպես հաջողություններ ունեն այս բնագավառում, նույնիսկ այնպիսի բնակչությամբ երկրներ, որոնք նման են Հայաստանին, օրինակ Լիտվան (1.8 մլն ժամանում), Լատվիան (1.1 մլն ժամանում) կամ տարածքային առումով Հայաստանին նման այնպիսի երկրներ, ինչպիսիք են Բելգիան (6.7 մլն ժամանում), Իսրայելը (1.9 մլն ժամանում) կամ Սլովենիան (1.5 մլն ժամանում):
6. 1970-ական և 1980-ական թվականների միջազգային ճանապարհորդությունների մեծամասնությունը կենտրոնացված էին Եվրոպայում: Զբոսաշրջության այն սահմանափակ ուղղությունները, որ այցելում էին զբոսաշրջիկների մեծամասնությունը, գլխավորապես հիմնվում էին իրենց համեմատական առավելությունների՝ բնապատկերի, պատմության, մշակույթի յուրօրինակության վրա: Զբոսաշրջային ուղղությունների մրցակցությունը թույլ էր, որն իր հերթին համապատասխանաբար անդրադառնում էր նաև ներդրումային միջավայրի վրա: Կենսամակարդակի և տեխնոլոգիաների զարգացման, միջազգային փոխադրումների գների իջեցման և ճանապարհորդելու ցանկության աճին զուգընթաց ի հայտ եկան զբոսաշրջության նոր ուղղություններ՝ ակտիվացնելով մրցակցությունը ուղղությունների միջև:
7. 1990 և 2005 թթ. միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների թիվը աճեց Միջին Արևելքում 306%-ով, Ասիայում և Խաղաղօվկիանոսյան տարածքում 176%-ով և Աֆրիկայում 145%-ով՝ համեմատած Եվրոպայի 66%-ի և Ամերիայի 44%-ի հետ:
8. Զբոսաշրջությունը աշխարհի շատ երկրների համար գերակա ուղղություն է, քանի որ հզոր խթան է հանդիսանում տվյալ երկրի տնտեսության համար: Զբոսաշրջությունը զարգացող երկրների 83%-ի համար հանդիսանում է արտահանման ծավալներն ապահովող հիմնական ուղղություն և այդ երկրների 1/3-ի համար այն գերակա ուղղություն է: Երկրի զբոսաշրջության մրցունակության աստիճանը տվյալ երկրի զարգացման մակարդակի կարևոր ցուցանիշ է:
9. Համաշխարհային զբոսաշրջային շուկայում մրցունակության ապահովման համար Հայաստանն իր զբոսաշրջային արդյունքներով և ենթակառուցվածքներով պետք է լինի կամ տարբեր, կամ ավելի լավը, կամ երկուսը միասին:
10. Մենք պետք է ավելի շատ հետևենք Հայաստանի մրցակիցներին (հարևան երկրներին կամ տարածաշրջանում նմանատիպ արդյունք կամ ծառայություն առաջարկող այլ երկրներին) և որոշենք, թե ինչպես կարող ենք գերազանցել նրանց՝ թե որակի և թե զարգացման առումով: Մրցակցությունը նաև ենթադրում է նորարարություն և նոր մտքեր, համագործակցություն, ինչպես նաև ռեսուրսների արդյունավետ և օպտիմալ օգտագործում:

ԳԼՈՒԽ 2. ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ՍՈՑԻԱԼ-ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ, ՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ, ԲՆԱՊԱՀՊԱՆԱԿԱՆ ԵՎ ԶԱՂԱԶԱԿԱՆ ՆՇԱՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

1. Տնտեսության մեջ զբոսաշրջության նշանակությունը հետևյալն է՝

- 1) **Բաժնենասը ՀՆԱ-ում** – Չբոսաշրջությունն ապահովում է Եվրոպայի ՀՆԱ-ի 5%-ը և աշխարհի ՀՆԱ-ի 3.6%-ը,
- 2) **Տարադրամի փոխանակումից ստացված շահույթ** – Չբոսաշրջությունը շատ երկրների համար արտահանման ծավալ ապահովող առաջին հինգ ճյուղերից մեկն է և երկրների 38%-ում տարադրամի փոխանակումից ստացված եկամտի հիմնական աղբյուրը,
- 3) **Եկամտի աղբյուր**– Չբոսաշրջության ոլորտից ստացվող պետական եկամուտները կարող են լինել ուղղակի և անուղղակի: Ուղղակի եկամուտներն առաջանում են զբոսաշրջության ոլորտում ստեղծվող աշխատատեղերից և գործող ձեռնարկություններից, ինչպես նաև ուղղակի գանձումներից, ինչպիսին է օրինակ մեկնումից ստացվող հարկերը: Անուղղակի ներդրումները առաջանում են այցելուներից ապրանքների և մատուցվող ծառայությունների համար գանձվող հարկերից և մաքսերից,
- 4) **Արտաքին առևտրի դրական հաշվեկշիռ** Չբոսաշրջությունն այն միակ հիմնական ոլորտն է, որտեղ բոլոր զարգացող երկրների արտաքին առևտրի հաշվեկշիռը պահպանվում է դրական,
- 5) **Մուլտիպլիկացիոն էֆեկտ** Չբոսաշրջությունն օժտված է հզոր մուլտիպլիկացիոն էֆեկտով և զարգացող երկրների համար տնտեսական զարգացման հիմնական աղբյուր է հանդիսանում,
- 6) **Համեմատական արժեք**– Զարգացող երկրներում, որտեղ զբոսաշրջությունը տնտեսության գերակա ճյուղ է, ներդրումը ՀԱԱ-ում, զբաղվածության և արտահանումից ստացված եկամուտներում գերազանցել է ավանդական տնտեսական գործունեությանը,
- 7) **Աշխատատեղերի ստեղծում** – Միջազգային զբոսաշրջության արագ զարգացումը հանգեցրել է մեծածավալ աշխատատեղերի ստեղծմանը: Չբոսաշրջությունը կարող է ուղղակիորեն ստեղծել աշխատատեղեր՝ հյուրանոցներում, ռեստորաններում, ժամանցի վայրերում, տրանսպորտային համակարգում և հուշանվերների վաճառքի կետերում, և անուղղակիորեն՝ զբոսաշրջության հետ առնչվող ձեռնարկություններում (սննդի և այլն արդյունաբերություն, ծառայություններ, առևտուր): Չբոսաշրջությունը ամբողջ աշխարհում նպաստում է 231 մլն. մարդկանց զբաղվածությանը, որը մոտավորապես կազմում է ամբողջ աշխարհի աշխատավորների 8.3%-ը,
- 8) **Ներդրումների խթան** – Հայաստան ժամանող միջազգային այցելուների միջոցով ստեղծված երկրի և զբոսաշրջության ոլորտի դրական նկարագիրը նպաստում է օտարերկրյա ներդրումների խթանմանը, որն իր դրական ազդեցությունն է թողնում տնտեսության մյուս ճյուղերի վրա (արդյունաբերություն, տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ, քաղաքաշինություն, կրթություն),
- 9) **Աղքատության հաղթահարում** – Չբոսաշրջությունը նպաստում է տնտեսական գործունեության զարգացմանը և աշխատատեղերի ստեղծմանը՝ այդ թվում գյուղական համայնքներում կամ տնտեսապես անբարենպաստ այլ վայրերում:

2. Չբոսաշրջության սոցիալական նշանակությունը հետևյալն է

- 1) **Համայնքների զարգացում** – Չբոսաշրջությունը տարբեր միջոցներով կարող է նպաստել համայնքների զարգացմանը: Չբոսաշրջիկների համար համայնքային բնակիչների կողմից կազմակերպված միջոցառումները կամ տոները, նրանց նկատմամբ ցուցաբերված հյուրասիրությունը նպաստում են համայնքի սոցիալական աշխուժությանը, իսկ զբոսաշրջության ստեղծած աշխատատեղերը և դրանց արդյունքում եկամուտները հանդիսանում են տեղի բնակչության կողմից գյուղական համայնքները չլքելու մեծ խթան,

2) **Ենթակառուցվածքներ** – Քանի որ զբոսաշրջությունը նպաստում է հանրային ծառայությունների զարգացմանը, այն գյուղական համայնքներում կարող է բարձրացնել բնակչության կենսամակարդակը: Դա կարող է ներառել բարելավված ճանապարհային և հաղորդակցական ենթակառուցվածքներ, առողջապահության և տրասպորտի ոլորտների բարելավում, նոր սպորտային և հանգստի համար նախատեսված զանազան համալիրներ, ռեստորաններ և հասարակության համար նախատեսված այլ վայրեր:

3. **Չբոսաշրջության մշակութային նշանակությունը** հետևյալն է

- 1) **Մշակույթի և ավանդույթների վերագնահատում**– Չբոսաշրջությունը կարող է մեծապես ազդել մշակութային և պատմական ավանդույթների վերականգմանը, պահպանմանն ու փոխանցմանը, ինչը հաճախ իր հերթին նպաստում է բնական ռեսուրսների պահպանմանն ու ռացիոնալ օգտագործմանը, ազգային ժառանգության պահպանմանը, մշակույթի, արվեստի և արհեստագործության զարգացմանը,
- 2) **Քաղաքացիական գիտակցություն և հպարտություն** – Չբոսաշրջությունը նպաստում է բնակչության մոտ բնական և մշակութային ռեսուրսների թե ֆինանսական նշանակության գիտակցության և թե դրանց նկատմամբ հպարտության զգացման բարձրացմանը՝ մեծացնելով դրանք պահպանելու ձգտումը:

4. **Չբոսաշրջության բնապահպանական նշանակությունը** հետևյալն է՝

- 1) **Ֆինանսական**– Չբոսաշրջությունից ստացված եկամուտները կարող են ուղղվել շրջակա միջավայրի պահպանությանը,
- 2) **Բնապահպանության գիտակցության բարձրացում** – Չբոսաշրջությունը բարձրացնում է հասարակության գիտակցությունը բնության արժեքի վերաբերյալ և ձևավորում բնության պահպանության համապատասխան վարքագիծ,
- 3) **Շրջակա միջավայրի պահպանություն** – Չբոսաշրջությունը նպաստում է բնական ռեսուրսների ռացիոնալ օգտագործմանը, շրջակա միջավայրի պահպանությանը և կենսաբազմազանության վերականգմանը:

5. **Չբոսաշրջության քաղաքական նշանակությունը** հետևյալն է

- 1) **Երկրի նկարագրի ձևավորում** – Չբոսաշրջությունը նպաստում է երկրի միջազգային ճանաչմանը, դիվանագիտական հարաբերությունների ձևավորմանն ու ամրապնդմանը, օտարերկրյա ներդրումների և արտահանման խթանմանը,
- 2) **Խաղաղության կատալիզատոր** – Չբոսաշրջությունը նպաստում է մարդկանց շփմանը, բարիդրացիական հարաբերությունների ձևավորմանը, մշակույթների ու ավանդույթների փոխճանաչմանն ու ընկալմանը՝ դրանով իսկ խաղաղության հաստատմանը:

ԳԼՈՒԽ 3. ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ՉԲՈՍԱՇՐՋԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ՉԱՐԳԱՑՈՒՄՆԵՐՆ ՈՒ ԿԱՆԽԱՏԵՍՈՒՄՆԵՐԸ

1. **Համաշխարհային զբոսաշրջային շուկայի զարգացման մեջ նկատվում են հետևյալ միտումները**

- 1) Համաշխարհային զբոսաշրջային այցելությունների թիվը վերջին 10 տարվա ընթացքում միջինում տարեկան աճել է 4.6%-ով, չնայած 2001 թվականին նկատվել է ժամանումների թվի անկում,
- 2) 2005 և 2006 թվականների ընթացքում աճի գործակիցը եղել է 4.3%. ՄԱԿ-ի Չբոսաշրջության Համաշխարհային Կազմակերպությունը (UNWTO) կանխատեսում է, որ զբոսաշրջային այցելությունների թվի աճը կպահպանվի միջին տարեկան 4.1%-ով

մինչև 2020 թվականը: Չքոսաշրջության Համաշխարհային Խորհուրդը (World Tourism Council) կանխատեսում է, որ զբոսաշրջային այցելությունների պահանջարկը կաճի միջին տարեկան 4.3%-ով մինչև 2017 թվականը,

- 3) ՄԱԿ-ի Չքոսաշրջության Համաշխարհային Կազմակերպության (UNWTO) երկարաժամկետ կանխատեսումների համաձայն զբոսաշրջային այցելությունները մինչև 2020 թվականը կհասնեն 1.6 մլրդ.-ի, որոնցից 1.2 մլրդ.-ը կլինեն տարածաշրջանային իսկ 0.4 մլրդ.-ը՝ հեռավոր,
- 4) Չքոսաշրջության և Ճանապարհորդության Համաշխարհային Խորհրդի կանխատեսմամբ ոլորտը 2007 թվականին սկիզբ կդնի 7,060.3 մլրդ ԱՄՆ դոլար տնտեսական գործունեության (տարեկան աճը 3.9% սկսած 2006թ.-ից)՝ 2017 թվականին հասնելով 13,231.6 մլրդ.-ի (2008 և 2017 թթ.-ի ընթացքում տարեկան 4.3 % աճով),
- 5) Հաշվի առնելով բազմակի զբոսաշրջային այցելությունները՝ կարելի է ասել, որ ամբողջ աշխարհի բնակչության 3.5%-ը մասնակցում է միջազգային զբոսաշրջությանը:

2. Համաշխարհային զբոսաշրջային շուկան զարգանում է հետևյալ ուղղություններով՝

- 1) Չքոսաշրջային հիմնական տարածաշրջանը համարվում է Եվրոպան՝ 2006 թվականին ավելի քան 441 մլն. զբոսաշրջային այցելություններով (համաշխարհային այցելությունների 54%-ը): Չքոսաշրջային երկրորդ ամենամեծ ուղղությունը համարվում է Ասիան և Խաղաղօվկիանոսյան շրջանը (20%) և այնուհետև Ամերիկան (16%),
- 2) Չնայած ներկայումս Աֆրիկային և Միջին Արևելքին բաժին է ընկնում զբոսաշրջային այցելությունների ամենփոքր ծավալը (համապատասխանաբար 40.3մլն և 40.8 մլն. 2006-ին), սակայն դրանք ունեն տարեկան աճի ամենաբարձր ցուցանիշը՝ 2005/6 թվականներին Միջին Արևելքում այն կազմել է 8%,
- 3) 2020 թ.-ին ակնկալվում է, որ այցելությունների Եվրոպայի բաժինը կնվազի՝ հասնելով մոտավորապես 46%-ի (717 մլն. զբոսաշրջիկ), մինչդեռ Ասիայի և Խաղաղօվկիանոսյան շրջաններինը կաճի՝ կազմելով համաշխարհային զբոսաշրջային այցելությունների 27%-ը (397 մլն.), և Ամերիայի բաժինը կրկին կաճի՝ հասնելով 18 %-ի (282 մլն.),
- 4) Ըստ ավելի փոքր տարածաշրջանների, այցելությունների ամենաբարձր ցուցանիշը նկատվում է հյուսիսային և Միջերկրածովյան շրջաններում (2005թ.-ին 158 մլն.), ապա արևմտյան Եվրոպայում (2005 թ.-ին 142 մլն.):
- 5) Չքոսաշրջային այցելությունների քանակի ամենամեծ աճը (ավելի քան 8%) 2006թ.-ին ակնկալվում է հարավային Ասիայում, Աֆրիկայի Սահարայի շրջանում և հարավ-արևելյան Ասիայում,
- 6) Միջազգային զբոսաշրջության ոլորտը այս շրջանում ապրել է հարաբերականորեն կայուն աճ, չնայած դարասկզբին նկատվող փոքր անկմանը: 1990 և 2000 թվականների ընթացքում տարեկան աճը կազմել է մոտավորապես 8.7%, իսկ 2000-2005 թթ.-ին աճի գործակիցը 8.4% էր:
- 7) Ըստ այցելություններից ստացվող եկամտի, Եվրոպան ստանում է զբոսաշրջային ամբողջ ծախսի 51%-ը, որին հետևում է Ասիան, Խաղաղօվկիանոսյան շրջանը և Ամերիկան յուրաքանչյուրը 21%,
- 8) Մինչև 2020 թվականը Ֆրանսիան կմնա Եվրոպայի ամենահաճախ այցելվող ուղղությունը, որին հաջորդում են Իսպանիան, Միացյալ Թագավորությունը, Իտալիան, Ռուսաստանը և Չեխիան,
- 9) Մինչև 2020 թվականը, զբոսաշրջության աճի ամենաբարձր ցուցանիշը կնկատվի Խորվաթիայում, Ռուսաստանում, Սլովենիայում, Թուրքիայում, Բուլղարիայում և Ռումինիայում:

3. Չքոսաշրջային այցելությունների ծագման երկրների բնութագիրը հետևյալն է՝

- 1) Ըստ ծախսումների, զքոսաշրջության առաջին ամենամեծ 10 ծագման երկրներն են Գերմանիան (ամբողջի 10.7%), Միացյալ Նահանգները (10.2%), Միացյալ Թագավորությունը (8.8%), Ճապոնիան (5.5%), Ֆրասիան (4.6%), Իտալիան (3.3%), Չինաստանը (3.2%), Կանադան (2.7%), Ռուսաստանը (2.6%) և Նիդերլանդները (2.4%),
- 2) Չարգացող շուկայական տնտեսությամբ երկրներում շարունակաբար արձանագրվում է ծախսումների երկնիշ աճ, այդ թվում Բրազիլիայում (+33%), Արգենտինայում (+24%), Կորեայի Հանրապետությունում (+18%), Ռուսաստանում (+16%): Մեծ աճ է նկատվում նաև Չինաստանում և Հնդկաստանում,
- 3) Համաձայն Չքոսաշրջության և Ճանապարհորդության Համաշխարհային Խորհրդի, մինչև 2017 թվականը զքոսաշրջության անհատական ծախսումների պատկերը կփոխվի: Մասնավորապես, Եվրոպան կկորցնի իր բաժնի 5%-ը, Ամերիկյան 2%-ը, իսկ Ասիայում և Խաղաղօվկիանոսյան շրջանում այն կավելանա 7%-ով, ինչը նշանակում է, որ որպես զքոսաշրջային այցելությունների ծագման երկրներ՝ Ասիայի և Խաղաղօվկիանոսյան շրջանի երկրները ձեռք կբերեն նշանակալի կարևորություն,
- 4) Վերլուծելով մեկ շնչին բաժին ընկնող զքոսաշրջային ծախսումները՝ դրանք մեկ շնչի համար կազմում են միջինը 550 ԱՄՆ դոլար (2007): Այս առումով ամենամեծ ցուցանիշը գրանցում են, ըստ տարածաշրջանի, Հյուսիսային Ամերիկայի արտագնա զքոսաշրջիկները (մեկ շնչին բաժին հասնող տարեկան զքոսաշրջային ծախսը 2828 ԱՄՆ դոլար), այնուհետև ավստրալացիները և նոր գելանդացիները՝ համապատասխանաբար 2813 ԱՄՆ դոլար և 2592 ԱՄՆ դոլար ծախսումներով, որոնց հաջորդում են Եվրամիության անդամ երկրների բնակչությունը՝ տարեկան մեկ շնչին բաժին ընկնող 2592 ԱՄՆ դոլար ծախսումով,
- 5) Չարգացող քաղաքներում բնակչության միջին խավը զքոսաշրջային շատ ուղղությունների համար շուկայագիտության տեսանկյունից դառնում է շատ կարևոր:

4. Օդային ուղևորափոխադրումներն ունեն հետևյալ բնութագիրը՝

- 1) 2000 թվականի հունվար ամսին օդային ուղևորափոխադրումների ծավալը ամսական շուրջ 137 միլիարդի առևտրային ուղևորաշրջանառությունից 2007 թվականի հունվար ամսին աճել է մինչև 190 միլիարդի,
- 2) Հեռավոր ճանապարհորդություններում գրանցվել է առավել մեծ աճ քան կարճ տարածության ճանապարհորդություններում,
- 3) Օդային ուղևորափոխադրումների ազատականացումը հանգեցրել է ցածր արժողությամբ տրանսպորտային միջոցների, համաեվրոպական տոմսերի ցածր գնի և կարճ տարածության ճանապարհորդությունների աճին:
- 4) Ընդհանուր օդային ճանապարհորդությունների թվում էժան ավիաընկերություններով ճանապարհորդողների ամենամեծ մասնաբաժինը առկա է ԱՄՆ-ում և Եվրոպայում (յուրաքանչյուրում 30%),
- 5) Չարգացել են նաև բարձրակարգ օդային ուղևորափոխադրումները (մասնավորապես Եվրոպայի և Ասիայի միջև),
- 6) Կանխատեսումների համաձայն, 2006 և 2010 թվականների ընթացքում ուղևորների (222 մլն.) ամենամեծ աճը կնկատվի Ասիայում
- 7) Եվրոպան նույնպես կունենա ուղևորների քանակի կտրուկ աճ (2006 և 2010 թվականների ընթացքում՝ 106 մլն.),
- 8) Ուղևորափոխադրումների բնագավառում նորարարությունները իրենց ազդեցությունը կունենան թռիչքի հեռավորության, արագության, կոմֆորտի և ապահովության վրա,
- 9) Ավելի մեծ արագության շնորհիվ հեռավոր ճանապարհորդությունները շատերի համար կդառնան ավելի մատչելի:

5. Զբոսաշրջային արդյունքը բնութագրվում է հետևյալ կերպ՝

- 1) Համաշխարհային զբոսաշրջային շուկայում այսօր պահանջվում է ծառայությունների բարձր մակարդակ և այնպիսի ուղղություններ, որոնք առաջարկում են ավելի շատ արկածային զբոսաշրջություն, քան պարզապես հանգիստ,
- 2) Աճող նախապատվություն անկախ, հատուկ հարմարեցված և փոքր խմբային զբոսաշրջային փաթեթներին՝ ի հակադրություն զանգվածային զբոսաշրջությանը,
- 3) Զբոսաշրջության ոլորտի տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնք ավելի շատ ուշադրություն են դարձնում հախորդի բավարարվածությանը, անվտանգությանը և ծառայությունների որակին,
- 4) Կոնֆերանս զբոսաշրջության պահանջարկի աճ (համաժողովներ, կոնֆերանսներ, ցուցահանդեսներ),
- 5) Մշակութային ճանաչողական զբոսաշրջության աճ, մասնավորապես Եվրոպայում,
- 6) Տարեց բնակչություն և առողջապահական խնդիրներ, որոնք հանգեցնում են առողջարանային, առողջապահական, բուժական զբոսաշրջության զարգացմանը,
- 7) Երիտասարդները փնտրում են ավելի ակտիվ արձակուրդներ, մասնավորապես արկածային ճանապարհորդություններ,
- 8) Աճող մտահոգություն կլիմայական փոփոխությունների նկատմամբ, ինչպես նաև բնապահպանական և սոցիալական ազդեցություն ունեցող զբոսաշրջային ծառայությունների թվի ավելացում,
- 9) Էկոտուրիզմի և բնության հետ կապված զբոսաշրջության պահանջարկի կտրուկ աճ,
- 10) Անցում զբոսաշրջության արտաքին կողմնորոշիչներից (դեմոգրաֆիա, կլիմա), դեպի ներքին կողմնորոշիչներ (ինքնազարգացման մեծ ձգտում, ստեղծագործական արտահայտություն): Զբոսաշրջիկները փորձում են ունենալ ավելի իմաստալից տպավորություններ՝ ներգրավվելով կամավորական կամ այլ ստեղծագործական զբոսաշրջության մեջ:

6. Մարքեթինգի զարգացման միտումները հետևյալն են՝

- 1) Առավել մրցունակ գլոբալացված զբոսաշրջային գործարար միջավայր, որը կնպաստի երկրի նկարագրի ձևավորմանը,
- 2) Ավելի մեծ ուշադրություն երկրի նկարագրի ձևավորման և հեղինակության նկատմամբ - առանց հստակ, գրավիչ նկարագրի զբոսաշրջային ուղղությունները ունենում են մեծ խնդիրներ զբոսաշրջության զարգացման գործընթացում,
- 3) Զբոսաշրջության ուղղությունների մրցակցության աճով պայմանավորված՝ աշխարհի երկրների 75%-ում զբոսաշրջության ոլորտում լիազոր պետական մարմինները կանխատեսում են մարքեթինգային միջոցառումներին հատկացվելիք բյուջեի ավելացում և առավել ազդեցիվ մարքեթինգային ռազմավարություն,
- 4) Մարքեթինգային ռազմավարությունում տեղեկատվական տեխնոլոգիաների կիրառման ավելացում, պետական և մասնավոր ներդրումների աճ ինտերնետային և այլ էլեկտրոնային միջոցներով իրականացվող մարքեթինգի և հետազոտությունների ոլորտներում,
- 5) Զբոսաշրջային արդյունքի ձևավորումն ու դրա մարքեթինգը փոխկապակցված են միմյանց հետ: Մարքեթինգը դառնում է ավելի ու ավելի նպատակաուղղված և առարկայացված, այն լայնորեն ուղղորդված է դեպի զվարճանք, զգացողություններ և ճանաչում:

7. Դեմոգրաֆիան ունի հետևյալ բնութագիրը՝

- 1) Արձակուրդային ժամանակի ավելացում և արձակուրդ վերցնող մարդկանց թվի աճ,
- 2) Տարեց բնակչությունը, կենսամակարդակի բարելավումը, ակտիվ կենսակերպով թոշակառուների թվի աճը ավելացնում է տարեց զբոսաշրջիկների թիվը (պոտենցիալ զբոսաշրջիկներ),
- 3) Երիտասարդ տարիքային խմբերում եկամուտի աճ,
- 4) Միանձնյա տնային տնտեսությունների և կրկնակի եկամուտ ունեցող, բայց անգազակ ընտանիքների սեզմենտների աճ (պոտենցիալ զբոսաշրջիկներ),
- 5) Նոր սոցիալական կառույցների աճ, որոնք պահանջում են ընդլայնված և ուղղորդված ծառայությունների առկայություն,
- 6) Հարագատներին և բարեկամներին այցելողների շուկայի աճ՝ արտագաղթով պայմանավորված,
- 7) Գլոբալիզացիա, որ նպաստում է մշակույթների և արժեքների ներդաշնակեցմանը,
- 8) Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացման և տեղեկատվության մատչելիության արդյունքում զբոսաշրջությունը դառնում են սպառողի շուկա, որտեղ սպառողը դառնում է շուկայի հիմնական հսկողը,
- 9) Զբոսաշրջային ուղղությունների և ծառայությունների նկատմամբ սպառողի ակնկալիքների ավելացում,
- 10) Լավ ծրագրավորված ճանապարհորդությունների և զբոսաշրջային ուղղության բնակչության, բնության, մշակույթի և պատմության հանդեպ իրազեկության և հետաքրքրության աճ,
- 11) Ավելի հաճախակի և կարճաժամկետ արձակուրդներ,
- 12) Աշխատողները հակված են օգտվել արձակուրդի իրենց իրավունքներից՝ դրանք համակցելով և տեղափոխելով տարուց տարի,
- 13) Աճող զգայունություն դեպի գները և բարձրակարգ տպավորությունների ավելի ուժեղ պահանջարկ,
- 14) Զբոսաշրջիկները նախընտրում են ավելի կարճաժամկետ և բազմակի ճանապարհորդություններ՝ մեկ երկարաժամկետ ճանապարհորդության փոխարեն,
- 15) Արտասահմանում երկրորդ տուն ձեռք բերելու հակվածություն:

8. Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների կիրառման մակարդակը հետևյալն է՝

- 1) Տեղեկատվական տեխնոլոգիաները շարունակում են զարգանալ մեծ տեմպերով և ներառում են տնտեսության բոլոր ոլորտները,
- 2) Աճում է տեղեկատվական տեխնոլոգիաների, Տեղաբաշխման Գլոբալ Համակարգերի և Ամրագրումների Կենտրոնացված Համակարգերի կիրառմամբ ամրագրումներ, գների համեմատություններ և գնումներ կատարող զբոսաշրջիկների թիվը,
- 3) Ամրագրումներ և գնումներ կատարելու գործընթացում աճում է բջջային հեռախոսների դերը,
- 4) Հեռուստատեսությունն ու համակարգիչը ապահովում են վիրտուալ այցեր դեպի ընտրված զբոսաշրջային ուղղություններ,
- 5) 2007 թվականի ապրիլին առաջին անգամ զբոսաշրջային արդյունքի և ծառայությունների էլեկտրոնային վաճառքի ծավալը հավասարվեց, իսկ շուտով նույնիսկ կգերազանցի ավանդական վաճառքի ծավալին: Ներկայումս ինտերնետ համակարգի միջոցով կատարված վճարումների 40%-ը կատարվում են զբոսաշրջային ծառայությունների դիմաց, իսկ 2007 թվականին կանխատեսվում է, որ այս միջոցով կվճարվի մոտավորապես 198 միլիարդ դոլար,
- 6) Հաճախորդները լավ տեղեկացված են: Նրանք խորհուրդ են հարցնում այլ հաճախորդներից ինտերնետի միջոցով, իսկ փորձառու հաճախորդները զբոսաշրջային

ուղղությունների կողմից առաջարկվող յուրօրինակ արդյունքների մասին քաջատեղյակ են և երբեմն ավելի՝ քան մասնագետները,

- 7) Տեղեկատվական տեխնոլոգիաները նաև մեծ դեր են խաղում զբոսաշրջությանն առընչվող ծառայությունների մատուցման և կազմակերպման դյուրինացման գործում (անձնագրերի էլեկտրոնային ստուգում, ձայնային ուղեկցորդներ, էլեկտրոնային տոմսեր, էլեկտրոնային տոմսարկղեր և այլն):

ԲԱԺԻՆ II.

ԶՔՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ՆԵՐԿԱ ՎԻՃԱԿԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ

1. Վերջին հինգ տարիների ընթացքում ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտը զգալի աճ է ունեցել ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների թվի և ստացված եկամուտների առումով, և մասնավորապես ոլորտում արձանագրվել են հետևյալ ցուցանիշները՝

- 1) 2006 թվականին Հայաստանն ընդունել է 381136 միջազգային զբոսաշրջիկների, ինչը կազմում է Եվրոպայի տարածաշրջանի և համաշխարհային միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների համապատասխանաբար 0.08% և 0.04% -ը,
- 2) 2001 - 2006 թթ. ընթացքում Հայաստան ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների թիվը աճել է տարեկան միջինը 25%-ով,
- 3) 2006 թվականին ներքին զբոսաշրջիկների թիվը կազմել է 308000՝ 14%-ով ավելի, քան 2005 թվականին
- 4) Ճամփորդությունների և զբոսաշրջության մրցունակության համաթվում¹ 124 երկրների շարքում Հայաստանը 74-րդ տեղում է,
- 5) Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում գիշերակացի քանակը կազմում է 595335,
- 6) Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում ննջատեղերի քանակը կազմում է ավելի քան 10000,
- 7) Հյուրանոցների զբաղվածությունը 22% է²,
- 8) 2006 և 2007 թվականներին Հայաստանի Հանրապետության պետական բյուջեյի հատկացումները զբոսաշրջության ոլորտում մարքեթինգային միջոցառումներին կազմել են 250 մլն դրամ:

2. Հայաստանի տնտեսության վրա զբոսաշրջության ազդեցությունը հետևյալն է՝

- 1) Զբոսաշրջությունը կազմել է համախառն ներքին արդյունքի 4.7%:³
- 2) Զբոսաշրջությունը կազմել է արտահանման⁴ 15.4%,
- 3) Միջազգային այցելուների զբոսաշրջային ծախսերը կազմել են 299 մլն ԱՄՆ դոլլար (տարեկան 36% աճ 2001թ. սկսած)⁵
- 4) Զբոսաշրջության ոլորտում կատարված կապիտալ ներդրումները կազմում են 284.9 մլն ԱՄՆ դոլլար (կամ ընդհանուր ներդրումների 12.1%)⁶:
- 5) 18989 մարդ ուղղակիորեն աշխատում է զբոսաշրջության ոլորտում (ընդհանուր աշխատուժի 1.7%)⁷:

¹ Համաշխարհային տնտեսական ֆորում, 2007

² Հաշվարկի հիմքում ընկած են գիշերելու և քնելու տեղերի քանակը

³ ԱՎԾ, WTTC հաշվարկներով 2007թ. կկազմի 2.1%

⁴ ԱՎԾ & WTTC, 2007

⁵ ԱՎԾ, UNWTO հաշվարկներով կկազմի \$155 մլն

⁶ WTTC կողմից հաշվարկվել է 2007թ. համար

⁷ WTTC կողմից հաշվարկվել է 2007թ. համար

3. Ներգնա զբոսաշրջիկների ընդհանուր բնութագիրը⁸ հետևյալն է՝

- 1) Չբոսաշրջիկների մեծամասնությունը Ռուսաստանից (34.9%), Վրաստանից (28.1%), Իրանից (7.8%), ԱՄՆ-ից (4.5%), Ֆրանսիայից (3.5%), Գերմանիայից (2.9%) և Ուկրաինայից (2.0%) են,
- 2) Այցելության միջին տևողությունը 20 օր է,
- 3) Չբոսաշրջիկների 22% Հայաստան են այցելել գործարար նպատակով, 12%-ը՝ հանգստի, իսկ 45%-ը՝ հարազատներին և բարեկամներին այցելելու նպատակով,
- 4) Գործարար նպատակով այցելող զբոսաշրջիկների 58%-ը ժամանել է Ռուսաստանից, Վրաստանից և Իրանից,
- 5) Կրկնվող այցելությունները բավականին շատ են՝ բոլոր զբոսաշրջիկների 53% իրականացրել է չորս կամ ավելի այցելություններ Հայաստան: Չբոսաշրջիկների ընդամենը 20%-ն է առաջին անգամ այցելել երկիր,
- 6) Հայաստանի մասին տեղեկատվություն ստանալու համար օգտագործված հիմնական աղբյուրներն են ընկերները և բարեկամները (52.4%), նախկին այցելությունները (36.1%), ռադիո/հեռուստատեսությունը (2.6%):
- 7) 1%-ից քիչ զբոսաշրջիկներն են ինտերնետի միջոցով գնել զբոսաշրջային փաթեթներ և ծառայություններ,
- 8) Բոլոր զբոսաշրջիկների մեկ երրորդը մնում են հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում, մինչդեռ 56.7% մնում են հարազատների ու բարեկամների մոտ,
- 9) Յուրաքանչյուր զբոսաշրջիկ Հայաստանում ծախսում է միջինը 36 ԱՄՆ դոլլար/օրական կամ 705 ԱՄՆ դոլլար յուրաքանչյուր այցելության ընթացքում:

4. Հանգստի նպատակով այցելած զբոսաշրջիկներն ունեն հետևյալ բնութագիրը⁹

- 1) Հանգստի նպատակով այցելած զբոսաշրջիկների մեծամասնությունը գալիս է Վրաստանից (18.6%), Ռուսաստանից (11.4%), Ֆրանսիայից (11.0%), ԱՄՆ-ից (9.5%), Գերմանիայից (7.8%), Իրանից (4.5%), Միացյալ Թագավորությունից (3.6%), Կանադայից, Ճապոնիայից, Հունաստանից և Իտալիայից (յուրաքանչյուրը 2.3%),
- 2) Չբոսաշրջիկների 59.9% տղամարդիկ են, միջին տարիքը՝ 42,
- 3) Այցելության միջին տևողությունը 11.5 օր է,
- 4) Կրկնվող այցելությունները բավականին շատ են՝ բոլոր հանգստի նպատակով այցելող զբոսաշրջիկների 45.4% նախկինում այցելել են Հայաստան:
- 5) Հայաստանի մասին տեղեկատվություն ստանալու համար օգտագործված հիմնական աղբյուրներն են ընկերները և բարեկամները (34.5%), նախկին այցելությունները (30.0%), ռադիո/հեռուստատեսություն (11.7%), ճամփորդական ուղեցույցերը (9.2%), զբոսաշրջային օպերատորը/գործակալը (9%):
- 6) Հանգստի նպատակով այցելած զբոսաշրջիկների 2.3% զբոսաշրջային փաթեթները և ծառայությունները գնում են ինտերնետի միջոցով:
- 7) Հանգստի նպատակով Հայաստան այցելած բոլոր զբոսաշրջիկների 16.9% օգտվել են զբոսաշրջային օպերատորի ծառայություններից,
- 8) Հանգստի նպատակով այցելած բոլոր զբոսաշրջիկների 70.9% մնում է հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում, մինչդեռ 17.8% մնում է ընկերների և բարեկամների մոտ:

⁸ 2006թ. սեպտեմբեր - 2007թ. օգոստոս ամիսների միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների վիճակագրական հետազոտության արդյունքներ

⁹ 2006թ. սեպտեմբեր - 2007թ. մայիս ամիսների միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների վիճակագրական հետազոտության արդյունքներ

- 9) Հանգստի նպատակով այցելած բոլոր զբոսաշրջիկների 93% ցանկանում է կրկին այցելել Հայաստան և միևնույն տոկոսն առաջարկում է իր ընկերներին ու բարեկամներին այցելել Հայաստան:
- 10) Հայաստանում հանգստացող յուրաքանչյուր զբոսաշրջիկ միջինը օրական ծախսում է 112.2 ԱՄՆ դոլլար կամ յուրաքանչյուր այցելության ժամանակ 1295 ԱՄՆ դոլլար:
- 11) Հանգստի նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկների մեծ մասն այցելում է Երևան: Այցելության հայտնի վայրերից են Էջմիածինը, Սևանա լիճը, Գառնին, Գեղարդը և Ծաղկաձորը,
- 12) Հայաստանը արձակուրդն անց կացնելու զբոսաշրջային ուղղություն ընտրելու հիմնական պատճառը բնությունն է (69%) և պատմամշակութային ժառանգությունը (59%):

5. Սփյուռքահայ զբոսաշրջիկների բնութագիրը հետևյալն է՝

- 1) Սփյուռքը ներկայացնում է զբոսաշրջային այցելությունների 62%-ը,
- 2) Այցելության միջին տևողությունը 25 օր է,
- 3) Սփյուռքահայ զբոսաշրջիկների 7.4% Հայաստան են այցելել գործարար նպատակներով, 6.8%-ը՝ հանգստի և 65.6%՝ հարազատներին ու բարեկամներին այցելության նպատակով,
- 4) Կրկնվող այցելությունները բավականին շատ են՝ սփյուռքահայ զբոսաշրջիկների 66.2% իրականացրել են չորս կամ ավելի այցելություններ: Միայն 8.3% է առաջին անգամ այցելել երկիր,
- 5) Հայաստանի մասին տեղեկատվություն ստանալու համար օգտագործված հիմնական աղբյուրներն են՝ ընկերները և բարեկամները (67.3%), նախկին այցելությունները (31.4%),
- 6) Սփյուռքի զբոսաշրջիկների 2.8%-ը զբոսաշրջային փաթեթներ և ծառայություններ գնելու համար օգտվել են ինտերնետից,
- 7) Սփյուռքահայ զբոսաշրջիկների 79.9% մնում է ընկերների ու բարեկամների տանը, մինչդեռ 9.8% մնում են հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում,
- 8) Սփյուռքահայ զբոսաշրջիկների 98.8% ցանկանում է կրկին այցելել Հայաստան և միևնույն տոկոսը առաջարկում է իր ընկերներին ու բարեկամներին այցելել Հայաստան,
- 9) Սյուռքահայ յուրաքանչյուր զբոսաշրջիկ Հայաստանում ծախսում է օրական միջինը 27.9 ԱՄՆ դոլլար կամ յուրաքանչյուր այցելության ժամանակ 678.7 ԱՄՆ դոլլար,
- 10) Բոլոր ամերիկահայերի 30% վերջին հինգ տարիների ընթացքում այցելել է Հայաստան¹⁰,
- 11) Ամերիկահայերի 52%-ը նշում է, որ չափազանց հետաքրքրված են և ցանկանում են այցելել կամ կրկին այցելել Հայաստան և ամենայն հավանականությամբ դա կանեն առաջիկա հինգ տարիների ընթացքում,
- 12) Այն ամերիկահայերը, ովքեր երբեք չեն եղել Հայաստանում (ընդհանուրի 48%) չափազանց հետաքրքրված են երկրով և ցանկանում են այցելել Հայաստան առաջիկա հինգ տարիների ընթացքում,
- 13) Վերջին հինգ տարիներին Հայաստան այցելած ամերիկահայերի 82% այցելությունը կատարել են ապրիլ - սեպտեմբեր ամիսներին,
- 14) Վերջին հինգ տարիների ընթացքում սփյուռքահայ ներգնա զբոսաշրջիկների 38% ճամփորդությունն իրականացրել են ավելի քան մեկ անգամ,
- 15) Հայաստան այցելած ամերիկահայ զբոսաշրջիկները ցանկանում են հետագա այցելությունների ժամանակ այցելել հանրաճանաչ տեսարժան վայրեր (86%), հուշարձաններ ու եկեղեցիներ (83%) և ծանոթանալ երաժշտությանը, գրականությանն ու պարարվեստին (79%),
- 16) Ամերիկահայերի միայն 28% է կարծում, որ Հայաստանը միջազգային զբոսաշրջային շուկայում պատշաճ կերպով է ներկայացվում որպես զբոսաշրջային ուղղություն,

¹⁰ Սա և բոլոր հաջորդող վիճակագրական տվյալները բխում են ԱՄՆ-Հայեր ուսումնասիրությունից, որն իրականացվել է USAID կողմից ֆինանսավորված «Competitive Armenian Private Sector» ծրագրի կողմից:

- 17) Անցած հինգ տարիների ընթացքում Հայաստան այցելած սփյուռքահայ զբոսաշրջիկների 89% բարձր կարծիք ունեն Հայաստանի՝ որպես զբոսաշրջային ուղղության մասին,
- 18) Ամերիկահայ այցելուների 82% զգում են բավականին մեծ կապվածություն Հայաստանի հետ,
- 19) Ամերիկահայերի 45% նշել են, որ հավանաբար կօգտվեն ԱՄՆ կամ հայկական զբոսաշրջային օպերատորի ծառայություններից: Մնացածը (55%) իրենք կկազմակերպեն իրենց ճանապարհորդությունը կամ կդիմեն Հայաստանում իրենց հարազատներին ու բարեկամներին:

6. Հայաստանի զբոսաշրջային ռեսուրսների բվնութագիրը ¹¹ հետևյալն է՝

Ռեսուրս	Յուրահատկությունը/ Նշանակությունը	Ծավալը/ Քանակը	Բազմազանությունը/ ընտրության հնարավորությունները	Որակը	Առևտրայնացման մակարդակը
Պատմամշակութային ժառանգությունը	<p>Բարձր Ավելի քան 4000 տարվա հարուստ պատմություն, յուրօրինակ մշակույթ՝ ճարտարապետություն, գրականություն, երգարվեստ, պարարվեստ, կիրառական արվեստներ, պատմության մշակույթի կոթողներ: Հանրապետական, տեղական և համաշխարհային նշանակության հուշարձաններ, որոնք հայ ժողովրդի</p>	<p>Բարձր Ավելի քան 24000 պատմամշակութային հուշարձաններ</p>	<p>Բարձր. Պատմության և մշակույթի հուշարձաններն իրենց դարաշրջանների քաղաքակրթությունների կրողներն են (ուրարտական, հելլենական, քրիստոնեական, մուսուլմանական, խորհրդային և այլն), և այդ բազմազանությունը դրանց դարձնում է խիստ գրավիչ:</p>	<p>Բարձր. Առավել հայտնի և հաճախ այցելելի հուշարձանների մեծամասնությունը բավականին լավ պահպանված է կամ պատշաճ կերպով վերականգնված: Պատմամշակութային և բնության հուշարձաններից երեքը համաշխարհային մշակույթի գանձերի (UNESCO) ցուցակում են՝ Հաղպատ-Սանահին, Գեղարդավանքն ու Ազատ գետի հովիտը, Էջմիածինը Չվարթնոց տաճարի հետ:</p>	<p>Միջին Պատմամշակութային հուշարձաններն անհրաժեշտ ենթակառուցվածքներով ապահովելու պայմաններում դրանց արդյունավետ օգտագործման մակարդակը զգալի կբարձրանա, ինչը կնպաստի առավելագույն եկամուտների ներգրավմանը և դրանց պահպանությանն ուղղվող միջոցների ավելացմանը:</p>

¹¹ Հայաստան 2020 – Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտը, 2005

	պատմության, նրա նյութական և հոգևոր մշակույթի բարձրարժեք, տիպական ու հազվագյուտ հուշարձաններ են:				
Կրոն	Շատ բարձր. Հայաստանն առաջին քրիստոնյա պետությունն է աշխարհում և առաքելական եկեղեցու բնօրրանը:	Բարձր Հայաստանի եկեղեցիներն ու կրոնական բնույթի հուշարձանները բազմաթիվ են և կազմում են Հայաստանի պատմամշակութային հուշարձանների ավելի քան 15 տոկոսը:	Միջին Հայաստանի կրոնական մշակույթը բացառապես քրիստոնեական է: Հեթանոսական շրջանից պահպանվել է Գառնու տաճարը: Հայաստանում առկա են նաև մահմեդական կրոնին պատկանող 7 հուշարձաններ:	Բարձր Առավել հայտնի հուշարձանների մեծ մասը բավականին լավ է պահպանվել կամ վերանորոգվել: Սակայն դրանց մի մասը չեն գործում:	Միջին Կրոնական հուշարձաններն ու այլ ռեսուրսներն անհրաժեշտ են քակառուցվածքներով և ներդրումներով ապահովելու պայմաններում դրանց արդյունավետ օգտագործման մակարդակը զգալի կբարձրանա, ինչը կնպաստի առավելագույն եկամուտների ներգրավմանը և դրանց պահպանությանն ուղղվող միջոցների ավելացմանը:
Բնություն	Բարձր. Հայաստանն աչքի է ընկնում իր ինքնատիպ և	Բարձր Ներկայումս Հայաստանում	Բարձր. Հայաստանի տարածքում գոյություն ունի յոթ կլիմայական գոտի:	Միջին Հայաստանի բնությանը սպառնում են աղտոտումը և	Միջին. Բնության հատուկ պահպանվող տարածքներն ու այլ

	<p>հրաշալի բնությանը ու բնության հուշարձաններով: Լեռնային յուրօրինակ այս երկրում բնակլիմայական տարբեր գոտիները հերթագայում են միմյանց: Երբեմն Հայաստանում կարելի է միաժամանակ տեսնել տարվա բոլոր չորս եղանակները:</p>	<p>գործում են 3 պետական արգելոցներ (Խոսրովի, Շիկահողի, Էրեբունու), 25 պետական արգելավայրեր և 2 ազգային պարկ՝ Սևան՝ և „Դիլիջան“:</p> <p>Հայաստանում կան ավելի քան 260 բնության հուշարձաններ:</p>	<p>Ողջ տարվա ընթացքում տարբեր ժամանակահատվածներում 353 թռչնի ցեղատեսակների, 550 տեսակի ողնաշարավոր կենդանիների, 53 տեսակի սողունների 39 տեսակի ձկների, 8 տեսակի երկկենցաղների կարելի է հանդիպել Հայաստանում: Կենդանիներից շատերը, օրինակ Բեգոարյան այծերը բնորոշ են միայն Հայաստանին: Բնության կենդանի, անկենդան հուշարձանների հարստությունը,</p>	<p>վնասումը:</p>	<p>բնական ռեսուրսներն անհրաժեշտ են թակառուցվածքներով ապահովելու, պայմաններում դրանց արդյունավետ օգտագործման մակարդակը զգալի կբարձրանա, ինչը կնպաստի առավելագույն եկամուտների ներգրավմանը և դրանց պահպանությանն ուղղվող միջոցների ավելացմանը: Բացի այդ բնության հուշարձանների շարունակական բացահայտման և գիտական հիմնավորվածությամբ ապահովման, ինչպես նաև բնության հատուկ պահտպանվող նոր տարածքների ձևավորման դեպքում Հայաստանի զբոսաշրջային գրավչությունների ցանկը կարող է զգալիորեն ընդլայնվել՝</p>
--	---	--	---	------------------	--

			բնության տեսարժան վայրերը, ինչպես նաև անտառների կազդուրիչ ու բուժիչ բնակլիմայական պայմանները:		հնարավորություն ստեղծելով ձևավորել առավել մրցունակ (նաև եզակի) զբոսաշրջային արդյունք:
Առողջարանային ռեսուրսներ	Միջինից բարձր. Հայաստանն ակնհայտորեն օժտված է որոշակի յուրահատուկ առողջարանային ռեսուրսներով (ինչպես օրինակ տարատեսակ և կոմպակտ տեղակայված ռադոնային ջրաղբյուրներ), որոնք ունեն բուժիչ հատկություններ, սակայն ռեսուրսների հետագա ուսումնասիրություն և դասակարգում է պահանջվում:	Միջինից բարձր. Հայաստանն առողջարանային զբոսաշրջության զգալի ներուժ ունի: Կան բազմաթիվ առողջարանային գոտիներ՝ Ջերմուկ, Արզնի, Հանքավան, Աղվերան, Արզական, Բջնի, Սոլակ, Ստեփանավան և այլն:	Միջինից բարձր. Գոյություն ունեցող առողջարաններն ու հանգստյան տները բազմապիսի ծառայություններ առաջարկելու ներուժ ունեն:	Բարձր. Հայաստանի առողջարանային ռեսուրսների բուժիչ հատկությունները բավականին բարձր են: Հանքային ջրերը կարելի է օգտագործել սիրտ-անոթային համակարգի, աղեստամոքսային տրակտի, լյարդի, լեղուղիների, կենտրոնական նյարդային համակարգի, հենաշարժողական ապարատի և այլնի բուժման համար: Սակայն դեռևս ոչ բոլոր առողջարաններն են գործում:	Միջին Անհրաժեշտ ներդրումների և առողջարանային գոտիների վերականգնման դեպքում Հայաստանը կդառնա աշխարհի ամենահաճախելի առողջարանային զբոսաշրջավայրերից մեկը:
Արկածային	Միջին Հայաստանը, շնորհիվ իր	Միջին. Արկածային զբոսաշրջության	Միջին. Հայաստանը կարող է առաջարկել արկածային	Միջին. Արկածային հնարավորությունների որակը կարող է	Ցածր/միջին Արկածային ռեսուրսները

	<p>բնական ու մարդկային ռեսուրսների, ինչպես նաև յուրահատուկ ավանդույթների, արկածային եզակի զբոսաշրջային արդյունք առաջարկելու զգալի ներուժ ունի:</p>	<p>զարգացման համար Հայաստանի ռեսուրսները բավարար են:</p>	<p>զբոսաշրջության հնարավորություններ, ներառյալ արշավները, լեռնամագլցումը, ձիարշավները, լեռնարշավները, վինդսերֆինգ, երկրաբանական հետազոտություններ, սակայն շատ սահմանափակ են լաստավարելու, որսորդության և էքստրեմալ արկածների հնարավորությունները:</p>	<p>գնահատվել միջին:</p>	<p>բավականին հեշտ է առևտրայնացնել: Հիմնական մարտահրավերը վերաբերում է ոլորտում ժամանակի ընթացքում հայկական բրենդի ձևավորմանը և միջազգային մրցակցության հաղթահարմանը:</p>
<p>Չմեռային զբոսաշրջություն</p>	<p>Բարձր Հայաստանը յուրօրինակ ձմեռային զբոսաշրջային արդյունք առաջարկելու զգալի ռեսուրսների է տիրապետում՝ բնակլիմայական պայմաններ, Ծաղկաձոր, Ջերմուկ, Արագած, Աղվերան:</p>	<p>Բարձր. Ծաղկաձոր, Ջերմուկ, Արագած, Աղվերան:</p>	<p>Միջին. Չմեռային զբոսաշրջային ծառայությունների բազմազանությանը Հայաստանն առայժմ աչքի չի ընկնում:</p>	<p>Միջինից բարձր Ներկայումս Հայաստանում գործում են երկու ձմեռային զբոսաշրջության կենտրոններ՝ Ծաղկաձորը և Ջերմուկը, որոնք կահավորված են միջազգային չափանիշներին համապատասխանող ճոպանուղիներով:</p>	<p>Բարձր. Արագած լեռը միջազգային չափանիշներին համապատասխանող ձմեռային զբոսաշրջային կենտրոն դարձնելու և ոլորտում հատկապես մարդկային ռեսուրսների զարգացմանն ուղղված ներդրումների պայմաններում</p>

					Հայաստանը կարող է դառնալ համաշխարհային նշանակության այլընտրանքային ձմեռային զբոսաշրջավայր Ալպերի նկատմամբ:
Քաղաքային մշակույթ	Բարձր վարդագույն մայրաքաղաք՝ հնին ու նորի համադրմամբ, Հնագույն քաղաքներ, յուրօրինակ քաղաքային մշակույթ և ավանդույթներ, խոհանոց, արդի մշակույթ, մշակութային կենտրոններ, Մատենադարան:	Բարձր Ավանդույթներ, մշակութային ժառանգություն, արդի մշակույթ, մշակութային օջախներ, հուշարձաններ, Մատենադարան :	Բարձր Հայաստանում մշակութային ժառանգության կողքին առկա է նաև արդի մշակույթը; Քաղաքային մշակույթը բազմազան է նաև երգարվեստով, պարարվեստով, կերպարվեստով, քանդակագործությամբ, գրականությամբ, արհեստագործությամբ: Ազգային խոհանոցը նույալես բազմազան է:	Բարձր. Հայաստանի քաղաքային մշակույթի և կենսակերպի վրա հիմնված ռեսուրսները բավականին բարձր որակ ունեն:	Միջինից բարձր Հիմնական մարտահրավերը վերաբերում է քաղաքային հանգստի շուկայի մրցակցության հաղթահարմանը:

ԲԱԺԻՆ III.

ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԽՈՉԸՆԴՈՏՆԵՐԸ ԵՎ ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐԸ

1. Հայաստանում զբոսաշրջության ոլորտի զարգացման ճանապարհին առկա են մի շարք մարտահրավերներ ու խոչընդոտներ, որոնք անհրաժեշտ է հաղթահարել՝ զարգացման ներուժը առավելագույն արդյունավետությամբ օգտագործելու և սույն հայեցակարգով սահմանված նպատակներին հասնելու համար:
2. Զբոսաշրջության ոլորտի առկա մարտահրավերներն ու խնդիրները հետևյալն են՝
 - 1) **Հայկական զբոսաշրջային արդյունքի զբաղեցրած տեղը միջազգային զբոսաշրջային շուկայում** – Չնայած հարուստ պատմամշակութային և բնակական զբոսաշրջային ռեսուրսների առկայությանը՝ Հայաստանը ներկայում չի գտնվում համաշխարհային զբոսաշրջային ուղղությունների շարքում: Համաշխարհային բնակչության ընդամենը չնչին մասն է լսել Հայաստանի մասին, գիտի թե որտեղ է այն գտնվում կամ պատկերացում ունի այն զբոսաշրջային գրավչությունների մասին, որ առաջարկում է երկիրը: Հայաստանն ունի համաշխարհային շուկայում որպես զբոսաշրջային ուղղություն պատշաճ կերպով դիրքորոշվելու կարիք: Մա իր հերթին պահանջում է զբոսաշրջային ռեսուրսների պատշաճ և մանրամասն գնահատում, համաշխարհային շուկայում պահանջարկի և հայկական զբոսաշրջային առաջարկի (զբոսաշրջային արդյունք, ծառայություններ) վերանայում: Այնուհետև հայկական զբոսաշրջային արդյունքը պետք է պատշաճ կերպով խթանվի համաշխարհային շուկայի համապատասխանաբար ընտրված թիրախային սեգմենտներում (աշխարհագրական, սեռա-տարիքային, կրոնական, մշակութային և այլն):
 - 2) **Ծախսարդյունավետ խթանում** – Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալությունը մեծ ջանքեր է գործադրում ամեն տարի մի շարք արտերկրյա շուկաներում Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքը խթանելու ուղղությամբ: Այնուամենայնիվ, խթանման մեթոդները հակված են ուշադրությունը կենտրոնացնել ամենամյա զբոսաշրջային ցուցահանդեսների ու լրագրողների ու զբոսաշրջային օպերատորների համար կազմակերպվող մի քանի ճանաչողական այցերի վրա: Կայացած և ձևավորված զբոսաշրջային ուղղությունները յուրաքանչյուր թիրախային աշխարհագրական շուկայի համար օգտագործում են պատշաճ կերպով մշակված խթանման պլաններ՝ ներկայացնելով ճանապարհների օգտագործումը, մշակութային իրադարձությունները, գովազդելով սպառողական և զբոսաշրջային առևտուրը, տրամադրելով կանոնավոր մամլո հաղորդագրություններ, ինտերնետային և այլ լրատվամիջոցներով ներկայացումներ: Վերջիններիս նպատակն է ողջ տարվա ընթացքում ներկայացնել իրենց երկրները ինտեգրված մոտեցման կիրառմամբ: Մա

պահպանում է հետաքրքրվածությունն ու իրազեկվածությունը զբոսաշրջային ուղղության վերաբերյալ և մեծացնում է այցելության հավանականությունը: Հայաստանը կարիք ունի զբոսաշրջային արդյունքի խթանման և իրացման համար կիրառելու արդի միտումներ, ներառյալ տեղեկատվական տեխնոլոգիաների լայնածավալ օգտագործումը:

- 3) **Մատչելիությունը** – Տարածաշրջանի այլ ուղղությունների համեմատությամբ օդային ուղևորափոխադրման ծախսերը բավականին բարձր են, ճանապարհային ցանցը սահմանափակ է, թռիչքի ժամանակացույցերը (մասնավորապես դեպի արևելյան Եվրոպա) անհարմար են, օդային փոխադրման և վճարները ակնհայտորեն շատ բարձր են և զբոսաշրջիկները ենթարկվում են երկու տեսակի հարկման (մուտքի արտոնագրի տուրք, ելքի (մեկնման) տուրք): Նշանակալից բարեփոխումներ են անհրաժեշտ իրականացնել այդ ուղղությամբ: Միաժամանակ անհրաժեշտ է ընդունել «բաց երկնքի» քաղաքականություն՝ խրախուսելով օդային փոխադրողների ավելի մեծ քանակությունը, ավելի լայն ցանցը և մեծ մրցակցությունը:
- 4) **Ենթակառուցվածքներ** – Հայաստանում զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների ներկա վիճակը հնարավորություն չի ընձեռում ավելի շատ քանակով և բարձր վճարողունակությամբ զբոսաշրջիկներին սպասարկելու համար: Հայաստանում զբոսաշրջության կայուն զարգացման և հայկական զբոսաշրջային արդյունքի որակի շարունակական ապահովման համար երկրում անհրաժեշտ է ձևավորել և զարգացնել ոլորտը սպասարկող ենթակառուցվածքները (միջպետական նշանակության ավտոմայրուղիներ, դեպի զբոսաշրջային գրավչության օբյեկտներ տանող ավտոճանապարհներ, զբոսաշրջային երթուղիներ, կաճաններ և դրանց ապահովվում սանիտարական պայմաններով, մատչելի հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներ, բարձրակարգ հյուրանոցներ, զբոսաշրջային տների ցանցի ձևավորում և զարգացում, զբոսաշրջային տների ցանցի ինտեգրում համաշխարհային համապատասխան ցանցերին, զբոսաշրջային կլաստերների ձևավորում և զարգացում): Զբոսաշրջային գրավչություն և նշանակություն ներկայացնող գոտիներում ենթակառուցվածքներ ձևավորելիս անհրաժեշտ է սահմանել հստակ չափանիշներ և պետական հսկողություն՝ բացառելով նաև քիմիական և կենսաբանական նյութերով և ֆիզիկական ազդակներով աղտոտվածության արբյուրները:
- 5) **Մեզոնայնություն** – Հայաստանում զբոսաշրջությունը բնութագրվում է խիստ արտահայտված սեզոնայնությամբ: Ներզոնա զբոսաշրջիկների գերիշխող մեծամասնությունը, մասնավորապես հանգստի նպատակով այցելողները հանրապետություն են ժամանում մայիսից հոկտեմբեր ընկած ժամանակահատվածում, որը սակավ օդային փոխադրումների և հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների գործունեության աշխատանքում ստեղծում է ծանրաբեռնվածություն: Տարվա մնացած հատվածում զբոսաշրջության ոլորտում գործունեություն ծավալող կազմակերպություններում եկամուտը ցածր է, հյուրանոցների զբաղվածությունը նվազում է և ոլորտում աշխատատեղերից շատերը կրում են սեզոնային բնույթ: Այս առումով պետք է ձևավորվեն և համաշխարհային շուկա արտահանվեն այնպիսի այլընտրանքային զբոսաշրջային

արդյունքներ և ծառայություններ, որոնք թույլ կտան նվազեցնել սեզոնայնությունը:

- 6) **Ծառայությունների որակ** – Հայաստանն իր հարուստ պատմամշակութային և բնական զբոսաշրջային ռեսուրսներով ունի զբոսաշրջության կայուն զարգացման ծանրակշիռ նախադրյալներ: Այնուամենայնիվ, առկա ռեսուրսները բավարար չեն զբոսաշրջիկներին գրավելու համար: Համաշխարհային զբոսաշրջության զարգացման ներկա փուլում զբոսաշրջիկներին բացի տեսարժան վայրեր այցելելուց հետաքրքրում է զբոսաշրջավայրում անցկացրած իրենց կենսափորձը, շփումները տեղի բնակչության հետ, տեղի մշակույթին ու ավանդույթներին մոտիկից ծանոթանալն ու որակյալ ծառայություններից օգտվելը: Ծառայությունների որակի բարելավումն անհրաժեշտ է ողջ զբոսաշրջային արդյունաբերության մեջ՝ օգտագործելով բոլոր հնարավոր արդյունավետ մեթոդները (ոչ միայն պետական կարգավորումը): Այստեղ պետական կարգավորումը հիմնականում ուղղված պետք է լինի զբոսաշրջիկների անվտանգության ու առողջության, սանիտարահիգիենիկ նորմերի ու շրջակա միջավայրի, պատմամշակութային, սոցիալական ժառանգության պահպանության, սպառողների իրավունքների պաշտպանության ապահովմանը: Որակի բարելավման գործընթացում կարևոր է նաև մասնավոր հատվածի դերը՝ կամավոր որակավորման, սերտիֆիկացման, վարքագծի կանոնների և այլ համակարգերի կիրառմամբ:
- 7) **Զբոսաշրջային ծախսերը** – Հայաստանում զբոսաշրջիկների կողմից կատարվող բուն զբոսաշրջային ծախսերը բնութագրվում են ցածր ցուցանիշներով: Սա առաջին հերթին պայմանավորված է որակական և քանակական առումով սահմանափակ զբոսաշրջային արդյունքով և ծառայություններով: Միաժամանակ հայկական դրամի աստիճանական արժեվորմանը զուգահեռ ավելանում է նաև կեցության, ուղևորափոխադրման և շրջագայությունների արժեքը օտարերկրյա այցելուների համար, մինչդեռ ծառայությունների և արդյունքների որակը հիմնականում մնում է նույնը: Զբոսաշրջային ծախսերը կարող են ավելանալ այլընտրանքային զբոսաշրջային արդյունքների ձևավորման և զարգացման, զբոսաշրջային ծառայությունների որակի բարելավվման և նոր, պահանջարկ վայելող զբոսաշրջային գրավչությունների զարգացման միջոցով:
- 8) **Մարդկային ռեսուրսները** – Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտում մարդկային ռեսուրսների մասնագիտական որակը, հմտություններն ու գիտելիքները միջազգային ընդունված ստանդարտներից ցածր են: Նորամուծության գործոնը չափազանց թույլ է, որը հանգեցնում է նրան, որ ոլորտում գործող ընկերությունները դժվարությամբ են ընկալում միջազգային լավագույն փորձը, իսկ արագընթաց զարգացման պայմաններում զբոսաշրջային ծառայությունների միջազգային շուկայում պատշաճ մրցելու մասին նույնիսկ խոսք չի կարող լինել: Ընդհանուր տնտեսական և սոցիալական համատեքստում զբոսաշրջության ոլորտը ներկայումս ցածր հեղինակություն է վայելում: Պահանջվում է զբոսաշրջության ոլորտի մարդկային ռեսուրսների զարգացման ծրագրի մշակում՝ ներառյալ զբաղվածության հնարավորությունների, պայմանների

բարելավման քաղաքականության բարելավվում և մարդկային ռեսուրսների վերապատրաստում, որը կապահովվի ծառայությունների համաշխարհային շուկայում առկա պահանջարկին համահունչ աշխատուժի զարգացումը:

9) **Քարենպաստ գործարար և ներդրումային դաշտ** – Ներկայումս զբոսաշրջության ոլորտում տնտեսավարող սուբյեկտների մեծամասնությունը փոքր և միջին ձեռնարկություններ են, որոնց կարողությունները բավականին սահմանափակ են ոլորտում զգալի ներդրումներ կատարելու համար: Այս առումով ներդրումների խրախուսման, շարժառիթների, հնարավորությունների ու փաստացի և հուսալի տվյալների տրամադրման միջոցով աջակցություն պետք է ցուցաբերվի հնարավոր ներդրողներին: Կա նաև անհրաժեշտություն իրականացնելու բարեփոխումներ իրավական դաշտում, մաքսային համակարգում, երկարաժամկետ բիզնես-վարկերի համակարգերում: Գոյություն ունեցող ձեռնարկությունները պետք է հնարավորություն ունենան գործել թափանցիկ և բարենպաստ գործարար միջավայրում, որի հիմքում ընկած է հստակ քաղաքականությունը և իրավական դաշտը: Ոլորտում պետական և մասնավոր ներդրումների ներկայիս մակարդակը բավականին ցածր է տարածաշրջանի այլ երկրների համեմատությամբ և եթե Հայաստանը դիտարկում է մրցունակ լինելու հնարավորությունը, այն պետք է ավելանա:

10) **Ներկառավարական համագործակցություն** – Զբոսաշրջության ոլորտի տարրերն առավել քան տնտեսության որևէ այլ ոլորտինը առնչվում են շատ պետական մարմինների գործառույթներին (մասնավորապես ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման, արտաքին գործերի, տանսպորտի և կապի մշակույթի, բնապահպանության, կրթության և գիտության, սպորտի և երիտասարդության հարցերի, քաղաքաշինության, ֆինանսների և էկոնոմիկայի, տարածքային կառավարման նախարարությունների, տարածքային կառավարման մարմինների, քաղաքացիական ավիացիայի գլխավոր վարչության, ոստիկանության, հարկային պետական ծառայություն, ազգային վիճակագրական ծառայության և այլնի): Այս հանգամանքը ստեղծում է վերը նշված մարմինների միջև զբոսաշրջության ոլորտին առընչվող հարաբերությունների կարգավորման հարցում առավել սերտ համագործակցության հաստատման անհրաժեշտություն:

11) **Հուսալի որակական և քանակական հետազոտություն** – Ներկայումս Հայաստանի ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների մասին միակ հավաստի և ճշգրիտ տվյալները ներկայացնում են սահմանային հսկիչ կետերում հավաքագրված հայ և օտարերկյա քաղաքացիների վերաբերյալ համադրված տվյալները: Չնայած վերջերս իրականացված տարեկան ուսումնասիրությունը ներկայացնում է որոշակի տվյալներ ծախսերի, ճամփորդությանը վերաբերող խնդիրների, տևողության, կեցության նախասիրությունների և այլնի վերաբերյալ, այնուամենայնիվ, տվյալների որակը բավարար չէ պետական քաղաքականության պատշաճ մշակման համար կամ Հայաստանի տնտեսության վրա զբոսաշրջության ոլորտի ազդեցությունն արդյունավետ կերպով գնահատելու համար: Անհրաժեշտ է որակական և քանակական տվյալների հավաքագրման հուսալի համակարգ՝ ներգնա և ներքին զբոսաշրջության մասին տվյալների հավաքման և մշակման համար: Այս առումով նշանակալից է նաև

զբոսաշրջային մասնագիտացումների ուսանողներին և կրթական հաստատություններին՝ ոլորտի համաշխարհային և տեղական միտումների ու հնարավորությունների վերաբերյալ հետազոտություններ կատարելու խրախուսումը:

12) Շրջակա միջավայրի մարտահրավերները – Ներկայումս զբոսաշրջային համաշխարհային ոլորտում լայնորեն քննարկվում են կլիմայական փոփոխությունների ազդեցությունները զբոսաշրջության վրա: Չնայած Հայաստանի վրա որևէ ազդեցություն չի գործի ծովի մակարդակի բարձրացումը, այնուամենայնիվ կլիմայական փոփոխությունները երկարաժամկետ հատվածում կարող են բացասաբար ազդել Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտի վրա: Եթե սպառողներն ավելի իրազեկ դառնան շրջակա միջավայրի վրա զբոսաշրջության բացասական ազդեցության մասին, զբոսաշրջային այն ուղղությունները, որոնք ուշադրության են արժանանում այս խնդիրներով կդառնան ավելի մրցունակ: Շրջակա միջավայրի մարտահրավերների թվում են մաքուր էլեկտրաէներգիան, տրանսպորտի կայուն համակարգը, բնական ռեսուրսների պահպանումն ու կառավարումը, ջրահեռացման և ջրամատակարարման արդյունավետ կառավարումը: Ուշադրության արժանի խնդիր է նաև շրջակա միջավայրի աղտոտվածությունը, աղտոտման աղբյուրների տեղակայումը և դրանց հետ կապված աղտոտման և արտակարգ իրավիճակների վտանգը:

13) Սոցիալական խնդիրներ – Բացառությամբ Հայաստանի համայնքներում ձևավորված մի քանի զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների, հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների ու զվարճանքի վայրերի, մնան բնույթի զբոսաշրջային ռեսուրսների, տրանսպորտային միջոցների, զբոսաշրջային օպերատորների, ենթակառուցվածքների և զվարճանքի օբյեկտների մեծամասնությունը կենտրոնացած է Երևանում: Ներկայումս զբոսաշրջությունից ծագած եկամուտների շատ փոքր մասն են փոխանցվում մարզեր, չնայած նրան, որ գյուղական համայնքներում առկա է զբոսաշրջային գործունեության զարգացման և ծավալման մեծ ներուժ:

14) Մշակութային ժառանգության պահպանումն ու զարգացումը – Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկների և ներքին զբոսաշրջիկների մեծ մասին գրավում են նյութական և ոչ նյութական մշակութային ժառանգությունը: Զբոսաշրջության ոլորտի զարգացման երկարաժամկետ կայունությունն ապահովելու նպատակով այս ժառանգությունը (եկեղեցիներ, հուշարձաններ, ճարտարապետություն, երաժշտություն, պար, խոհանոց, ձեռնարվեստ և այլն) պետք է պահպանվի և զարգանա:

ԲԱԺԻՆ IV

ՊԵՏԱԿԱՆ ԸՄՂԱԸԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՍԿԶԲՈՒՆՔՆԵՐԸ

ԳԼՈՒԽ 1. ՍԿԶԲՈՒՆՔՆԵՐԻ ՆԿԱՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆԸ

- 1. Մրցունակություն** –աշխարհի գրեթե բոլոր երկրները ունեն զբոսաշրջային արդյունաբերություն՝ ոմանք ավելի հաջողակ են, քան մյուսները: Զբոսաշրջությունը արտահանման հիմնական եկամտաբեր աղբյուրն է 83%

զարգացող երկրների համար: Ներկայումս Հայաստանի մասնաբաժինը Եվրոպական զբոսաշրջային շուկայում միայն 0.04% է: Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքը պետք է մրցունակ լինի տարածաշրջանում և համաշխարհային շուկայում, որպեսզի զբոսաշրջային արդյունաբերությունն ունենա կայուն երկարատև զարգացում:

2. **Միջազգային ինտեգրացում** – Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունաբերությունը չպետք է մեկուսացած լինի միջազգային զարգացումներից: Պետական և մասնավոր հատվածները պետք է ուսումնասիրեն և հաշվի առնեն միջազգային լավագույն փորձը, պատրաստ լինեն ընդունելու նոր մոտեցումներ և մեթոդաբանություններ՝ համաշխարհային շուկայում մրցունակ լինելու համար:
3. **Նպատակաուղղվածություն և մասնագիտացում** – Համաշխարհային շուկայում մրցունակ լինելու համար անհրաժեշտ է ունենալ այնպիսի զբոսաշրջային արդյունաբերություն, որն ունակ է առաջարկել մասնագիտացված, եզակի և պահանջարկին համապատասխանող զբոսաշրջային արդյունքներ: Զբոսաշրջային արդյունքի նպատակային ձևավորման ու խթանման արդյունավետությունն ապացուցված է միջազգային պրակտիկայում: Բացի միջազգային ճանաչումից անհրաժեշտ է ձևավորել միջազգային հանրության կողմից Հայաստանի նկատմամբ նպատակային հետաքրքրվածություն, Հայաստան այցելելու և ծառայություններից օգտվելու ցանկություն ու Հայաստանում ներդրումներ կատարելու շահագրգռվածություն:
4. **Համագործակցություն** – Զբոսաշրջային վայրի մրցունակությունը պայմանավորված է նաև բոլոր շահագրգիռ կողմերի՝ պետական կառավարման ու տեղական ինքնակառավարման մարմինների, մասնավոր հատվածի (տնտեսվարող սուբյեկտների, գիտական, կրթական, առողջապահական հաստատությունների, դրանց միավորող ոչ առևտրային կազմակերպությունների) ու բնակչության միջև ընդհանուր տեսլականի ձևավորմամբ և ակտիվ ու արդյունավետ համագործակցությամբ:
5. **Կայուն զարգացում** – Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունաբերությունը սերտորեն կապված է երկրի բնական, պատմամշակութային և սոցիալական ժառանգության հետ և դրանց վրա ցանկացած բացասական ազդեցություն բացասաբար կանդրադառնա նաև զբոսաշրջային արդյունաբերությանը: Տնտեսական, սոցիալական և շրջակա միջավայրի պահպանության բնագավառներում երկարաժամկետ մոտեցումները պետք է գերակայեն այնպիսի կարճաժամկետ նվաճումներից, որոնք կարող են բացասաբար անդրադառնալ երկարաժամկետ զարգացումներին: Զբոսաշրջության զարգացումը պետք է ապահովի բնության, շրջական միջավայրի, պատմամշակութային և սոցիալական ժառանգության պահպանությունը, վերարտադրությունը և զարգացումը:

6. **Ջրոսաշրջությունը՝ որպես տնտեսության գերակա ճյուղ** – Հաշվի առնելով զբոսաշրջության տնտեսական, սոցիալական և քաղաքական դերն ու նշանակությունը, այն պետք շարունակվի համարվել Հայաստանի տնտեսության գերակա ճյուղ և ուղղված լինի երկրի կայուն տնտեսական զարգացմանն ու կենսամակարդակի բարձրացմանը:
7. Բնության և շրջակա միջավայրի պահպանություն՝ Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունաբերության զարգացումը պետք է ընթանա նպաստելով բնության և շրջակա միջավայրի պահպանությանը և կենսաբազմազանության վերականգնմանը, ինչպես նաև բնական ռեսուրսների ռացիոնալ օգտագործմանը:

ԳԼՈՒԽ 2. ԱՐԺԵՔՆԵՐ

Ջրոսաշրջության ոլորտում պետական քաղաքականության սկզբունքները հիմնվում են հետևյալ արժեքների վրա՝

1. Յուրօրինակություն՝ յուրօրինակ, տարբերվող, և եզակի ավանդույթներ, զբոսաշրջային արդյունքներ, գրավչություններ և տպավորություններ:
2. Ընտրանք և բազմազանություն՝ զբոսաշրջային զանազան արդյունքներ, ծառայություններ և տպավորություններ տարբեր ազգությունների համար:
3. Հուսալիություն՝ հուսալի և վստահելի տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնք կառաջարկեն հուսալի և բարձրորակ ծառայություններ:
4. Բացառիկություն՝ ավելի փոքրածավալ, սակայն բարձրարժեք ծառայությունների գերակայություն մասսայականացված, մեծածավալ և ցածրարժեք ծառայությունների նկատմամբ:
5. Ճանաչելիություն՝ հարմարություններ և ծառայություններ, որոնք ծանոթ են և սպասարկում են Հայաստան այցելող ամենատարբեր մշակույթների ներկայացուցիչներին:
6. Հյուրասիրություն՝ միջազգային և տեղացի զբոսաշրջիկների ջերմ և անմիջական հյուրընկալում:
7. Ինովացիա՝ նոր և նորարական մոտեցումների կիրառում զբոսաշրջային արդյունքի ձևավորման, խթանման և իրացման գործընթացներում:
8. Մասնակցություն՝ զբոսաշրջային արդյունաբերության ներկայացուցիչների և շահագրգիռ կողմերի ակտիվ մասնակցություն և ներգրավում:
9. Ծրագրում՝ զբոսաշրջության զարգացման բոլոր ծրագրերը պետք է համապատասխանեն շրջակա միջավայրի վրա ազդեցության գնահատման չափանիշների պահանջներին և չգերազանցեն կոնկրետ տարածքների համար սահմանված սոցիալական և էկոլոգիական տարողունակության սահմանները:
10. Դրական տպավորություններ՝ բոլոր զբոսաշրջիկները պետք է մեկնեն երկրից հայ ժողովրդի և երկրի մասին ջերմ հիշողություններով և անմոռանալի տպավորություններով:
11. Բարգավաճում՝ Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունաբերության զարգացում և տարածքային համաչափ բարգավաճում:

12. Որակ՝ որակյալ ենթակառուցվածքներ, հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներ, ծառայություններ՝ մատուցված հմուտ և որակյալ աշխատուժի կողմից:
13. Տարածաշրջանային համագործակցություն՝ Վրաստանի, Թուրքիայի, Ադրբեջանի և Իրանի զբոսաշրջային կազմակերպությունների և գործակալությունների հետ համագործակցություն՝ ձևավորելու տարածաշրջանային զբոսաշրջային փաթեթներ և հավելյալ արդյունքներ:
14. Հարգանք՝ անհատական մոտեցում զբոսաշրջիկների կարիքներին և ակնկալիքներին:
15. Անվտանգություն՝ անվտանգ երթևեկություն և կեցություն, հանցավորության, առողջության սպառնալիքների ցածր մակարդակ և որակյալ առաջին բուժօգնություն:
16. Զբոսաշրջային ծախսերի արժեք՝ միջազգային և ներքին զբոսաշրջիկները պետք է ստանան բարձրարժեք զբոսաշրջային արդյունք և ծառայություններ զբոսաշրջության վրա ծախսած միջոցների դիմաց:

ԲԱԺԻՆ V.

ԶՐՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՏԵՍԼԱԿԱՆԸ ՄԻՆՉԵՎ 2030 ԹՎԱԿԱՆԸ

ԳԼՈՒԽ 1. ՊԵՏԱԿԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՆՊԱՏԱԿՆԵՐԸ ԵՎ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ

1. Զբոսաշրջության բնագավառի պետական քաղաքականության նպատակն է մեծացնել զբոսաշրջության ներդրումը ազգային եկամտի ավելացման, համաչափ տարածքային զարգացման, բնակչության կենսամակարդակի բարձրացման և աղքատության նվազեցման գործընթացում՝ պայմանավորված.
 - 1) զբոսաշրջային այցելությունների քանակի աճով,
 - 2) զբոսաշրջությունից ստացված եկամտի ավելացմամբ,
 - 3) աշխատատեղերի ստեղծմամբ:
2. Սույն գլխի 1-ին կետով նախատեսված նպատակների իրականացման համար անհրաժեշտ է լուծել հետևյալ հիմնական խնդիրները՝
 - 1) ձևավորել նոր, մրցունակ զբոսաշրջային ուղղություններ, սահմանել Հայաստանի գերակա զբոսաշրջային ուղղություններն ու զբոսաշրջավայրերը,
 - 2) ապահովել որակյալ հետազոտություններ, որոշել Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքի գերակա նպատակային շուկաները,
 - 3) Հայաստանի, որպես զբոսաշրջավայրի, և երկրի ներսում առանձին զբոսաշրջավայրերի նկարագրերի ձևավորումը և դրանց պատշաճ ներկայացումն ու խթանումը միջազգային (նպատակային) շուկայում
 - 4) բարելավել տրանսպորտային համակարգը և մուտքի-ելքի մատչելիությունը,
 - 5) բարելավել և զարգացնել ենթակառուցվածքները,
 - 6) բարձրացնել ծառայությունների որակը,

- 7) զարգացնել մարդկային ռեսուրսները,
 - 8) ապահովել անվտանգություն ու հանրային առողջություն,
 - 9) բարելավել գործարար, ներդրումային միջավայրը, ինչպես նաև զբոսաշրջավայրերի կառավարումը:
3. Սույն գլխի 2 կետով նախատեսված խնդիրների մասնրամասն նկարագիրը հետևյալն է

Խնդիրներ	Խնդիրների նկարագիրը
<p>1. Ձևավորել նոր, մրցունակ զբոսաշրջային ուղղություններ, սահմանել Հայաստանի գերակա զբոսաշրջային ուղղություններն ու զբոսաշրջավայրերը</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Գնահատել Հայաստանի զբոսաշրջային գերակա ուղղությունների զարգացման համար անհրաժեշտ հիմնական զբոսաշրջային ռեսուրսները: 2) Ապահովել բնական և պատմամշակութային ռեսուրսների արդյունավետ օգտագործումն ու պահպանությունը, նոր ռեսուրսների բացահայտումը, ձևավորումը և առևտրայնացումը: 3) Վերականգնել ազգային ավանդույթներն ու մշակույթը: 4) Չարգացնել ձմեռային և սպորտային զբոսաշրջությունը, Հայաստանը դարձնել համաշխարհային ձմեռային զբոսաշրջության այլընտրանքային կենտրոն Ալպերի նկատմամբ: 5) Վերականգնել և զարգացնել առողջարանային և առողջապահական զբոսաշրջությունը: 6) Չարգացնել Էկոզբոսաշրջությունը, բնության հատուկ պահպանվող տարածքները ներառել զբոսաշրջային արդյուքում՝ դրանց ռեժիմներին համապատասխան: 7) Բացահայտել բնության, պատմամշակութային նոր հուշարձաններ, դրանք ապահովել գիտական հիմնավորվածությամբ և ստեղծել զբոսաշրջային նոր գրավչություններ: 8) Մշակել և զարգացնել նոր, գրավիչ, մրցունակ (այդ թվում եզակի) զբոսաշրջային երթուղիներ: 9) Պատմամշակութային զբոսաշրջության հիմքի վրա, զբոսաշրջության մյուս ձևերի համակցությամբ ձևավորել յուրօրինակ զբոսաշրջային արդյունք: 10) գույքագրել և սահմանել Հայաստանի զբոսաշրջային կենտրոնները : 11) ձևավորել և սահմանել հիմնական զբոսաշրջային ուղղությունները: 12) Ապահովել տարածաշրջանային համագործակցություն և ձևավորել տարածաշրջանային զբոսաշրջային արդյունք:

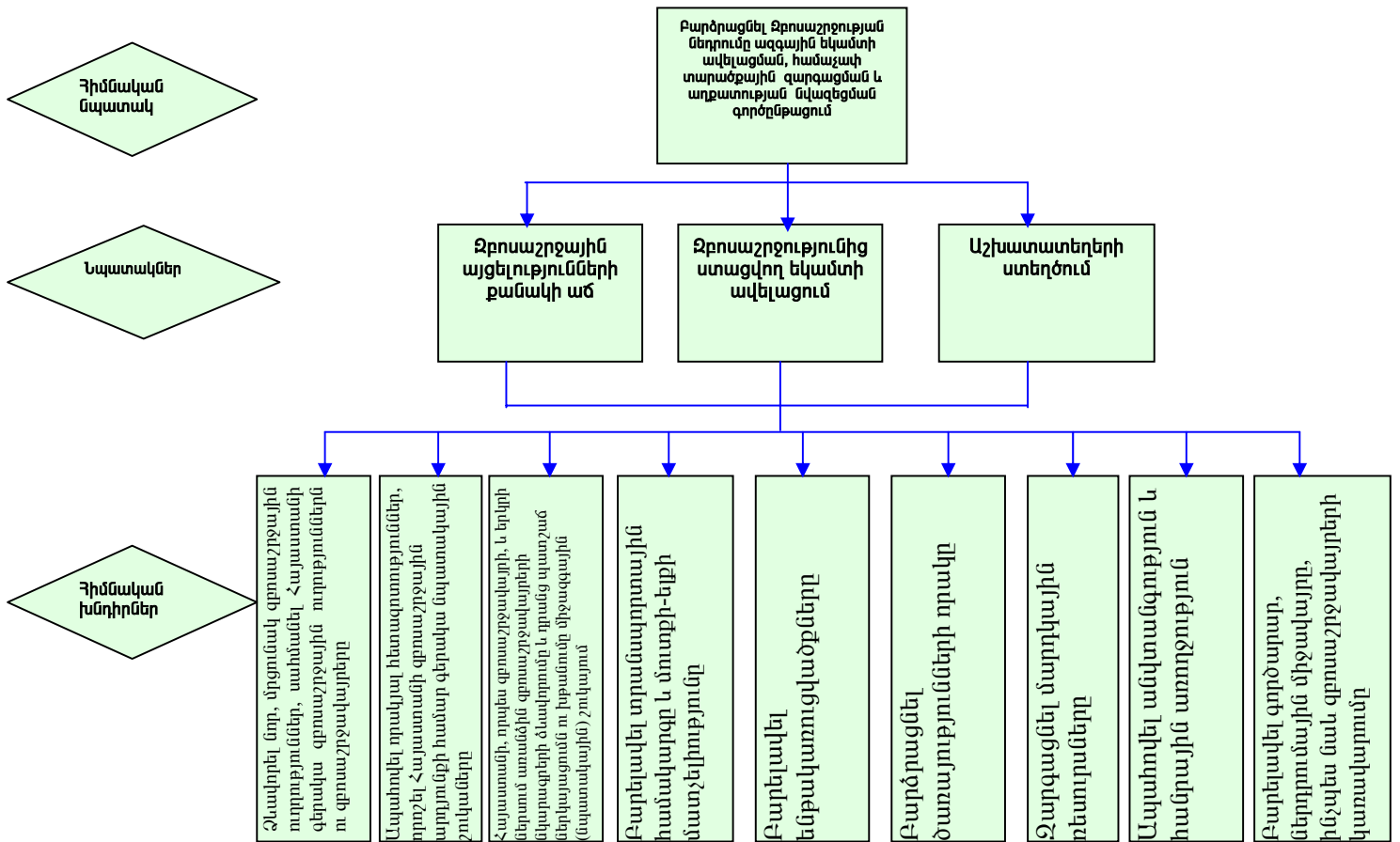
Խնդիրներ	Խնդիրների նկարագիրը
<p>2. Ապահովել որակյալ հետազոտություններ, որոշել Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքի համար գերակա նպատակային շուկաները</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Խրախուսել և աջակցել զբոսաշրջության բնագավառում հետազոտությունների և ուսումնասիրությունների իրականացմանը: 2) Գնահատել զբոսաշրջության զարգացման ազդեցությունը՝ քանաքական և որակական տվյալների հավաքագրման և վերլուծության միջոցով: 3) Հավաքագրել իրական տվյալներ զբոսաշրջության վերաբերյալ յուրաքանչյուր ամիս, բարելավել տվյալների հավաքագրման համակարգը: 4) Հաճախակի իրականացնել մրցունակության համեմատական վերլուծություն: 5) Գնահատել Հայաստանի հիմնական զբոսաշրջային շուկաները: 6) Հիմնական շուկաներում իրականացնել զբոսաշրջության տեսակների, զբոսաշրջիկների վարքագծի, ձեռքբերվող զբոսաշրջային փաթեթների բնույթի և զարգացման միտումների ուսումնասիրություններ: 7) Սահմանել հիմնական աշխարհագրական և էթնիկ շուկաները Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքի խթանման համար:
<p>3. Հայաստանի, որպես զբոսաշրջավայրի, և երկրի ներսում առանձին զբոսաշրջավայրերի նկարագրերի ձևավորումը և դրանց պատշաճ ներկայացումն ու խթանումը միջազգային (նպատակային) շուկայում</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Մշակել ազգային նկարագիրը (բրենդը), 2) Մշակել Հայաստանի առանձին զբոսաշրջավայրերի նկարագրերը: 3) Ներկայացնել և խթանել ձևավորված նկարագրերը՝ ավանդական և ժամանակակից արդյունավետ եղանակներով: 4) Մշակել և իրականացնել մանրամասն գովազդային ծրագիր: 5) Ստեղծել և լայնորեն տարածել էլեկտրոնային և տպագրված գովազդատեղեկատվական նյութեր նպատակային շուկաներում: 6) Իրականացնել «Այցելության տարիներ» թեմայով միջոցառում յուրաքանչյուր հինգ տարին մեկ: 7) Իրականացնել տեղական զբոսաշրջային տարեկան միջոցառումներ: 8) Հայաստանի բնակչությանը ներկայացնել և գովազդել զբոսաշրջության կարևոր նշանակությունը :

Խնդիրներ	Խնդիրների նկարագիրը
<p>4. Բարելավել տրանսպորտային համակարգը և մուտքի-ելքի մատչելիությունը</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ընդլայնել օդային ճանապարհային ցանցը և հաճախականությունը դեպի հիմնական շուկաներ: 2) Վարել «Բաց երկինք» քաղաքականություն՝ ստեղծելով առավել մրցակցություն: 3) Բարելավել թռիչքները և չվացուցակները: 4) Բարելավել ներքին ուղևորափոխադրումները՝ այդ թվում համագործակցելով ոլորտում լավագույն փորձ ունեցող օտարերկրյա կազմակերպությունների հետ, զարգացնել ուղևորափոխադրման նոր ձևեր, օրինակ՝ կառուցել քունեյներ, զարգացնել ուղղաթիռային ուղեփոխադրումը: 5) Դյուրացնել վիզային ռեժիմը և բարեփոխել մուտքի և ելքի վճարների քաղաքականությունը: 6) Բարելավել սահմանային անցման ընթացակարգերը՝ բացառելով ավելորդ ժամանակի կորուստը: 7) Ապահովել անվտանգ, մաքուր և հուսալի տրանսպորտային միջոցներ, արդյունավետ ուղևորափոխադրումներ դեպի զբոսաշրջավայրեր և զբոսաշրջավայրերի միջև:
<p>5. Բարելավել և զարգացնել ենթակառուցվածքները</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Բարելավել դեպի Հանրապետության սահմաններ և զբոսաշրջավայրեր տանող ճանապարհների որակն ու սպասարկումը: 2) Նախագծել և իրականացնել զբոսաշրջավայրերի հստակ կառավարման պլաններ (ներառյալ շրջակա միջավայրի վրա ազդեցության գնահատումը): 3) Մշակել և իրականացնել զբոսաշրջավայրերի ենթակառուցվածքների զարգացման և ներդրումային ծրագրեր՝ համագործակցելով մասնավոր հատվածի հետ: 4) Ճանապարհորդներն ու զբոսաշրջավայրերն ապահովել անհրաժեշտ տեղեկատվական ցուցանակներով, բարեկարգել զբոսաշրջավայրերը: 5) Ջարգացնել սպորտի և զվարճությունների հարմարությունները զբոսաշրջավայրերում: 6) Բարելավել և արդիականացնել հաղորդակցության ենթակառուցվածքը: 7) Ջբոսաշրջավայրերի, այդ թվում պատմամշակութային հուշարձանների և բնության հատուկ պահպանվող տարածքների արդյունավետ օգտագործումն ապահովող ենթակառուցվածքների ձևավորումն ու զարգացումն ապահովելու նպատակով մշակել և գործողության մեջ դնել դրանց նկատմամբ՝ երկրի նկարագրին, ազգային ինքնատիպությանն ու առանձնահատկություններին ու միջազգային չափանիշներին համապատասխանող չափանիշներ (ծառայությունների որակի, քաղաքաշինական, էկոլոգիական և այլն), 8) Խրախուսել միջին կարգի հյուրանոցային տնտեսության և սննդի օբյեկտների ձևավորումն ու զարգացումը:

Խնդիրներ	Խնդիրների նկարագիրը
<p>6. Բարձրացնել ծառայությունների որակը</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Կառուցել որակյալ հյուրանոցային տնտեսության և սննդի օբյեկտներ զբոսաշրջության վայրերում: 2) Ընդլայնել գիշերակացի հնարավորությունները (ննջատեղերի քանակը)՝ հատկապես գյուղական համայնքներում: 3) Ջարգացնել հյուրատնային (B&B) ցանցը՝ հատկապես հանրապետության մարզերում: 4) Դյուրացնել հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների պատվիրման գործընթացը: 5) Ապահովել հյուրանոցային տնտեսության և սննդի օբյեկտների հստակ որակավորման համակարգ: 6) Ապահովել որակի կառավարում (ներառյալ հսկողություն)՝ իրավական կարգավորման և կամավոր սերտիֆիկացման միջոցով: 7) Պահպանել և բարձրացնել զբոսավարների և ուղեկցորդների ծառայությունների որակը՝ լիցենզավորման համակարգի կատարելագործման և շարունակական վերապատրաստումների միջոցով: 8) Ապահովել զբոսաշրջային օպերատորների և գործակալների ծառայությունների որակն ու հուսալիությունը՝ լիցենզավորման և/կամ ֆինանսական երաշխիքների համակարգի կիրառման միջոցով: 9) Ջարգացնել զբոսաշրջային արդյունաբերությունը ներկայացնող ոչ առևտրային կազմակերպությունների մասնագիտական կարողություններն ու ներկայացուցչական հնարավորությունները: 10) Ապահովել ակտիվ ու արդյունավետ համագործակցությունը բոլոր շահագրգիռ կողմերի միջև՝ զբոսաշրջության կայուն զարգացմանը խթանելու նպատակով: 11) Աջակցել Երևանում գործող «Հայաստան» զբոսաշրջության տեղեկատվական կենտրոնին, ստեղծել նմանատիպ կենտրոններ այլ զբոսաշրջավայրերում և «Հայաստան» տեղեկատվական կենտրոնի բազայի վրա ստեղծել տեղեկատվական կենտրոնների համակարգ հանրապետության ողջ տարածքում: 12) Պահպանել և զարգացնել ազգային մշակույթն ու ավանդույթները, ինքնատիպությունն ու առանձնահատկությունները:

Խնդիրներ	Խնդիրների նկարագիրը
<p>7. Չարգացնել մարդկային ռեսուրսները</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Բարելավել կրթական ծրագրերը և դասավանդման մեթոդները կրթական հաստատություններում: 2) Մշակել վերապատրաստման ծրագրեր առկա աշխատուժի համար: 3) Կրթական ծրագրերի՝ պահանջարկին համապատասխանությունն ապահովելու նպատակով ապահովել կրթական հաստատությունների, գործատուների և շահագրգիռ պետական մարմինների ակտիվ և արդյունավետ համագործակցությունը դրանց մշակման և հաստատման գործընթացում: 4) Բարելավել զբոսաշրջության ոլորտում աշխատողների լեզվական կարողությունները: 5) Խրախուսել միջազգային ուսումնական հաստատությունների և կազմակերպությունների հետ համագործակցությունը զբոսաշրջության դասընթացների որակավորման ուղղությամբ: 6) Չարգացնել համագործակցությունը կրթական հաստատությունների, գործատուների, աշխատանքի տեղավորման գործակալությունների, որակավորման բարձրացման և վերապատրաստման կենտրոնների միջև: 7) Չբոսաշրջության բնագավառում ներդնել բազմաստիճան կրթական համակարգ:
<p>8. Ապահովել անվտանգություն և հանրային առողջություն</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Բարելավել ընդհանուր օգտագործման և մասնավոր տրանսպորտային միջոցների շահագործման անվտանգությունը : 2) Ընդունել զբոսաշրջության ընթացքում (ներառյալ արկածային և էքստրեմալ) զբոսաշրջիկների անվտանգությունն ու առողջապահությունն ապահովող իրավական ակտեր: 3) Օրենսդրությամբ սահմանված դեպքերում և կարգով ապահովել զբոսաշրջիկներին սպասարկող անձնակազմի՝ առաջին օգնության հմտությունների առկայությունը: 4) Հիմնել զբոսաշրջության աջակցության ծառայություններ (ներառյալ անվտանգության ապահովման) և թե՛ժ հեռախոսագիծ: 5) Մշակել ճգնաժամային կառավարման պլաններ: 6) Ապահովել զբոսաշրջային օպերատորների կողմից մատուցվող ծառայությունների անվտանգությունը՝ օրենսդրությամբ սահմանված պահանջներին համապատասխան, 7) Ապահովել բնակչության և զբոսաշրջիկների իրազեկումը վարակիչ հիվանդությունների դեմ պահանջվող պատվաստումների, այլ պարտադիր պահանջների, հանրային առողջությանը սպառնացող այլ վտանգների մասին, ուժեղացնել պայքարը վարակիչ հիվանդությունների և հանրային առողջությանը սպառնացող այլ վտանգների դեմ: 8) Ապահովել միջազգային առողջապահական կանոնների յիարժեք ներդրումը:

Խնդիրներ	Խնդիրների նկարագիրը
<p>9. Բարելավել գործարար, ներդրումային միջավայրը, ինչպես նաև գրասաշրջավայրերի կառավարումը</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ապահովել երկարաժամկետ պետական աջակցություն Հայաստանում գրասաշրջության զարգացմանը: 2) Հզորացնել գրասաշրջության ոլորտը: 3) Ապահովել պետության կողմից գրասաշրջության ոլորտի համակարգումը և շահագրգիռ կողմերի միջև համագործակցությունը: 4) Կատարելագործել գրասաշրջության ոլորտը կարագավորող օրենսդրությունը: 5) Բարեփոխել Ջրոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալության իրավական կարգավիճակը, կառուցվածքն ու կառավարման համակարգը, ընդլայնել գործակալության գործառնությունների շրջանակը՝ սույն հայեցակարգով սահմանված նպատակներին և խնդիրներին համապատասխան: 6) Աջակցել գրասաշրջային արդյունաբերությունը ներկայացնող ոչ առևտրային կազմակերպությունների զարգացմանը, բարձրացնել դրանց դերը, նշանակություն, հեղինակությունն ու մասնագիտացվածությունը: 7) Ավելացնել պետական ծախսերը գրասաշրջության զարգացման ուղղությամբ, ավելացնել պետական մասնավոր հատված համագործակցության մեջ պետական բաժնեմասը: 8) Վերանայել հարկային և մաքսային քաղաքականությունը, բարելավել հարկային վարչարարությունը: 9) Բարելավել բանկային, ֆինանսական և ապահովագրական համակարգը: 10) Բարելավել ներդրումային և գործարար միջավայրը: 11) Երկարաձգել գրասաշրջության սեզոնը: 12) Ապահովել գրասաշրջային գործունեության ապակենտրոնացումը Երևանից դեպի հանրապետության մարզեր: 13) Խրախուսել կամավոր սերտիֆիկացման համակարգերի զարգացումը՝ գրասաշրջության բնագավառում որակի, ինչպես նաև էկոլոգիական չափանիշների ապահովման նպատակով: 14) Կազմակերպել միջոցառումներ և փառատոներ ամբողջ տարվա ընթացքում, 15) ՀՀ օրենսդրության սահմաններում ստեղծել գրասաշրջությունից ստացված եկամուտներից գրասաշրջավայրերի զարգացմանը ուղղակի հատկացումների մեխանիզմ:



Գծապատկեր 1. Պետական քաղաքականության նպատակների և խնդիրների պատկերը

ԳԼՈՒԽ 2. ԹԻՐԱԽՆԵՐ 2030 ԹՎԱԿԱՆ

1. Մինչև 2030 թվականը Ձրոսաշրջության բնագավառում ակնկալվում են հետևյալ ցուցանիշները՝

- 1) Հայաստանը կհյուրընկալի 3 մլն. միջազգային զրոսաշրջիկների,
- 2) Այցելող զրոսաշրջիկների քանակի միջին տարեկան աճը կկայունանա՝ հասնելով մինչև տարեկան 9%,
- 3) Եվրոպայում զրոսաշրջային այցելությունների քանակի 4.1% աճի պայմաններում Հայաստանի մասնաբաժինը Եվրոպական այցելությունների մեջ կբարձրանա մինչև 0.3%¹²,
- 4) Հայաստանը կհայտնվի Համաշխարհային Տնտեսական Ֆորումի Ճանապարհորդության և Ձրոսաշրջության ցուցանիշի 50 երկրների ցանկում,

¹² UNWTO, 2007 թ.

- 5) Ներքին զբոսաշրջային այցելությունների թիվը կհասնի 1.5 մլն-ի
- 6) Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում գիշերակացների քանակը կկազմի 11.25 մլն,
- 7) Ննջատեղերի քանակը կկազմի 51370
- 8) Հյուրանոցների զբաղվածությունը կկազմի 60%,
- 9) Պետական ծախսը զբոսաշրջության ոլորտում կկազմի 49 մլն ԱՄՆ դոլար:

2. Զբոսաշրջության ազդեցությունը Հանրապետության տնտեսության վրա կլինի հետևյալը՝

- 1) Զբոսաշրջության մասնաբաժինը հանրապետության համախառն ներքին արդյունքում կկազմի 12% ,
- 2) Զբոսաշրջությունը կներկայացնի Հայաստանի արտահանման ծավալների 23.8%-ը,
- 3) Միջազգային զբոսաշրջային այցելություններից ստացված եկամուտը կկազմի 3 մլրդ ԱՄՆ դոլար՝ 2007թ. գներով զբոսաշրջությունից ստացված եկամուտների տարեկան 11% աճի պայմաններում,
- 4) Զբոսաշրջության արտաքին առևտրի հաշվեկշիռը կշարունակի պահպանվել դրական,
- 5) Կապիտալ ներդրումները զբոսաշրջության ոլորտում կկազմեն 535.3 մլն ԱՄՆ դոլար՝ կամ ընդհանուր ներդրումների¹³ 12.3%-ը:
- 6) Զբոսաշրջությունը կապահովի 22300 աշխատատեղ՝ կազմելով ընդհանուր զբաղվածության¹⁴ 2.0 %-ը,
- 7) աշխատանքային պայմանների որակը կհամապատասխանի միջազգային չափանիշներին, կբարձրանա միջին աշխատավարձի չափը:

3. Թիրախների դինամիկան մինչև 2030 թվականը բերված է ստորև՝

	2006	2010	2020	2030
Առաջնային թիրախներ				
Միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների քանակը (տարեկան 9% աճի պայմաններում)	381,000	600,000	1.5 մլն	3 մլն
Ներգնա զբոսաշրջությունից ստացված եկամուտ (2007թ. գներով տարեկան 11 % աճի պայմաններում)	299 մլն ԱՄՆ դոլար	480 մլն ԱՄՆ դոլար	1.35 մլրդ ԱՄՆ դոլար	3 մլրդ ԱՄՆ դոլար
Ներքին զբոսաշրջային այցելություններ	308 000	500 000	1 մլն	1.5 մլն
Զբոսաշրջության ոլորտի աշխատատեղերի բաժնեմասը ընդհանուր զբաղվածության մեջ (%)	1.7%	1.8 %	1.9 %	2.0 %

¹³ Հաշվարկը իրականացվել է Համաշխարհային ճանապարհորդության և Զբոսաշրջության խորհրդի կողմից, 2007թ.

¹⁴ Հաշվարկի հիմքը Համաշխարհային ճանապարհորդության և Զբոսաշրջության խորհրդի 2007թ. ցուցանիշները

Երկրորդական թիրախներ				
Հայաստանի շուկայի մասնաբաժինը Եվրոպայում	0.08%	0.1%	0.18%	0.31%
Ընդհանուր քնատեղեր	7,372	22,416	49,315	51,370
Հյուրանոցների զբաղվածության տոկոս	22%	33%	50%	60%
Միջին օրական ծախս մեկ շնչին ընկնող (2007թ. գներ)	36 ԱՄՆ դոլար	40 ԱՄՆ դոլար	60 ԱՄՆ դոլար	67 ԱՄՆ դոլար
Հայաստանի տեղը Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի մրցունակության համաթվում	74	69	<60	<50
Պետական ծախսը զբոսաշրջության ոլորտում ¹⁵	616,000 ԱՄՆ դոլար	1.3 մլն ԱՄՆ դոլար	7.9 մլն ԱՄՆ դոլար	49 մլն ԱՄՆ դոլար
Երրորդական թիրախներ				
Զվարճանքի/արձակուրդային զբոսաշրջության դինամիկան	11.6%	15%	20%	25%
Զվարճանքի/արձակուրդային զբոսաշրջիկների քանակ	44196	90000	300000	750000
Սփյուռքից զբոսաշրջային այցելությունների դինամիկան	62%	<60%	<55%	<50%
Սփյուռքահայ զբոսաշրջիկների քանակը	236220	360000	825000	1.5 մլն
Սփյուռքից առաջին անգամ այցելողները	8%	10%	20%	20%
Մնալու միջին տևողությունը	20 օր	20 օր	15 օր	15 օր
Կրկնվող այցելությունների դինամիկան	80%	70%	60%	50%
Ինտերնետի օգտագործումը ճանապարհորդության պատվերների համար	0.9%	5%	25%	50%
Զբոսաշրջային օպերատորների ծառայություններից օգտվողները	16.9%	20%	20%	20%

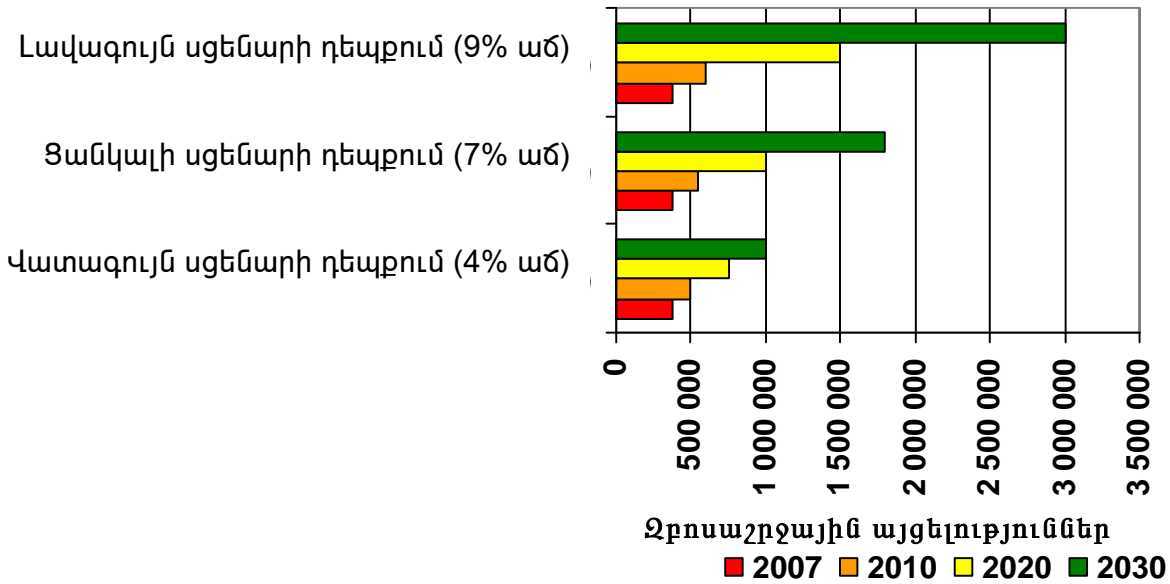
4. Համաշխարհային զբոսաշրջային արդյունաբերության տարեկան 4.3% աճի պայմաններում միչև 2030 թվականը Հայաստանում կանխատեսվում է զբոսաշրջության զարգացման հետևյալ երեք այլընտրանքային սցենարները՝

1) առանց պետական աջակցության Հայաստան միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների քանակի միջին տարեկան աճը կկազմի 4%՝ 2030 թվականին ապահովելով ավելի քան 1 մլն զբոսաշրջային այցելություն և մոտ 750 մլն ԱՄՆ դոլար եկամուտ,

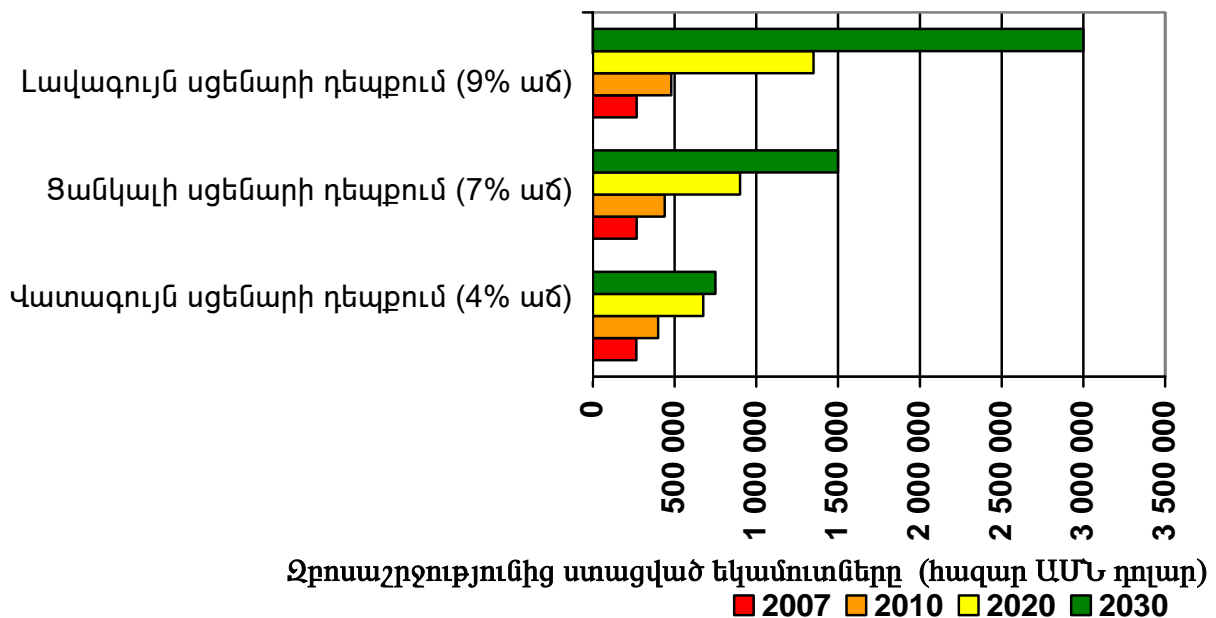
2) պետական աջակցության ներկա մակարդակի պահպանման դեպքում զբոսաշրջային այցելությունների միջին տարեկան աճը կկազմի 7%՝ 2030 թվականին ապահովելով 1.8 մլն զբոսաշրջիկ և 1.5 մլրդ ԱՄՆ դոլար եկամուտ,

¹⁵ Ենթադրվող ինֆլացիա 3.42% և շեշտադրելով ներկայիս բարձր Արևելյան Եվրոպական երկրների փորձը (Սլովենիա €4.40) մեկ շնչին ընկնող գովազդի ծախս:

3) սույն հայեցակարգին համապատասխան պետական քաղաքականություն իրականացնելու դեպքում (լավագույն սցենար) կապահովվի միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների միջին տարեկան 9% աճ, 2030 թվականին 3 մլն զբոսաշրջիկ և 3 մլրդ ԱՄՆ դոլար եկամուտ:



Գծապատկեր 2. Չբոսաշրջային այցելությունների քանակը 3 սցենարների դեպքում



Գծապատկեր 3. Չբոսաշրջությունից ակնկալվող եկամուտները 3 սցենարների դեպքում

ԲԱԺԻՆ VI.

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԶՐՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԲՆՈՒԹԱԳԻՐԸ ՄԻՆՉԵՎ 2030ԹՎԱԿԱՆ

1. Հայաստան կատարած այցելությունները կունենան հետևյալ բնութագիրը՝

- 1) 2010թ. Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկների ընդհանուր թվում հանգստի և ժամանցի նպատակով այցելուների թիվը կկազմի ընդհանուր այցելուների 15%-ը, 2020թ.՝ 20%-ը, իսկ 2030թ.՝ 25%-ը,
- 2) Ջրոսաշրջիկների կորիզը կշարունակեն կազմել հարազատներին և ընկերներին այցելող սփյուռքահայերն ամբողջ աշխարհից,
- 3) Գործնական նպատակով Հայաստան այցելողների մասնաբաժինը կմնա նույն մակարդակի վրա՝ 10%:

2. Ջրոսաշրջային արդյունքը կունենա հետևյալ բնութագիրը՝

- 1) Հայաստանը ճանաչում ձեռք կբերի որպես ամբողջ տարվա ընթացքում բարձրակարգ զբոսաշրջային արդյունք առաջարկող երկիր՝ ժամանակի ընթացքում ձևավորելով զբոսաշրջային արդյունքի տեսականին:
- 2) Նախ Հայաստանը պետք է փորձի բարձր վարկանիշ ձեռք բերել արդեն առաջարկվող ծառայությունների մատուցման բարձր որակով՝ աստիճանաբար զարգացնելով տեսականին:
- 3) Ջրոսաշրջային արդյունքի տեսականին պետք է զարգացնել պատմամշակութային հուշարձանների, բնության հատուկ պաշտպանվող տարածքների, բնական ռեսուրսների, հանքային ջրի և դահուկասպորտի գոտիների, մշակութային միջոցառումների և ազգային ավանդույթների արդյունավետ օգտագործմամբ:
- 4) Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքի հիմքում ընկած կլինի այսօր առաջարկվող արդյունքը՝ պատմամշակութային, էկոլոգիական, կրոնական: Մինչև 2020թ. ձմեռային զբոսաշրջությունը կտեղափոխվի առաջնային արդյունքի շարք, նույն ժամանակահատվածում առաջնային արդյունք կդառնա նաև քաղաքային մշակույթը, կազարգանան առողջարանային և առողջապահական զբոսաշրջության ձևերը:

Չբոսաշրջային արտադրանք		Այժմ (2006)	2010թ.	2020թ.	2030թ.
Առաջնային արտադրանք	Պատմություն, մշակույթ/բնություն, միջոցառումներ և փառատոներ	Պատմություն, մշակույթ/բնություն, կրոն, միջոցառումներ և փառատոներ	Մշակույթ/բնություն, կրոն, միջոցառումներ և փառատոներ, քաղաքային մշակույթ, ձմեռային մարզաձևեր, առողջարաններ	Մշակույթ/բնություն, կրոն, միջոցառումներ և փառատոներ, քաղաքային մշակույթ, ձմեռային մարզաձևեր, առողջարաններ,	
Երկրորդային արտադրանք	Չմեռային մարզաձևեր, առողջապահություն	Չմեռային մարզաձևեր, առողջապահություն	Առողջապահություն գիտություն/կրթություն, սպորտ	Առողջապահություն գիտություն/կրթություն, սպորտ	

5) Կառավարությունը կձգտի գործընկերային հարաբերություններ հաստատել մասնավոր հատվածի և դոնոր համայնքի հետ՝ զբոսաշրջային գոտիները և օբյեկտները զարգացնելու նպատակով, ինչը կնպաստի վերոհիշյալ զբոսաշրջային արտադրանքի որակի բարձրացմանը: Ներդրումներ կկատարվեն ենթակառուցվածքները զարգացնելու, ծառայությունների որակը բարձրացնելու ուղղությամբ: Կառաջարկվի ժամանակակից սարքավորումներով և ենթակառուցվածքներով հագեցած արկածային զբոսաշրջային արդյունք, կապահովվեն փորձառու և բարձրակարգ զբոսավարներ ուղեկցորդներ, իսկ հաճախորդների անվտանգությունը երաշխավորված կլինի ամենուր: Դահուկասպորտի կենտրոնները կհամապատասխանեցվեն միջազգային չափանիշներին:

6) Մշակութային և բնապահպանական միջոցառումները, ինչպես նաև փառատոները կլինեն գերազանց ծրագրված ու կազմակերպված, որոնք ամբողջ տարվա ընթացքում կգրավեն ինչպես հայաստանցիներին, այնպես էլ արտասահմանցիներին:

7) Աշխատանքները հիմնականում կկենտրոնացվեն զբոսաշրջային գործունեությունը մայրաքաղաքից դեպի գյուղական համայնքներ ապակենտրոնացնելու ուղղությամբ: Հայաստանը կմասնակցի նաև տարածաշրջանային ծրագրերին՝ ընդլայնելով առաջարկվող զբոսաշրջային արդյունքի տեսականին:

3. Հիմնական շուկաները կունենան հետևյալ բնութագիրը՝

1) Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունաբերությունը, հաշվի առնելով իր զբոսաշրջային արդյունքը և աշխարհագրական ու էթնիկ շուկաները, կորոշի

գերակա նպատակային շուկաները: Ջրոսաշրջային արդյունքի խթանման նպատակով ֆինանսավորման մեծացմանը զուգահեռ կավելանա մասնակառուցողական շուկաների թիվը: Ստորև ներկայացված աղյուսակը ներկայացնում է այն շուկաները, որոնք պետք է ժամանցային զբոսաշրջության թիրախ հանդիսանան Հայաստանի համար (չհաշված գործնական, տրանզիտային այցերը և այլն)

Աշխարհագրական շուկաներ	Այժմ (2006)	2010թ.	2020թ.	2030թ.
Եվրոպա	Ֆրանսիա, Իտալիա, Գերմանիա, Միացյալ Թագավորություն, Նիդեռլանդներ	Նրանսիա, Իտալիա, Գերմանիա, Միացյալ Թագավորություն, Նիդեռլանդներ	Ֆրանսիա, Իտալիա, Գերմանիա, Միացյալ Թագավորություն, Նիդեռլանդներ, Ավստրիա, Հունաստան, Շվեյցարիա, Բենելուքս, Իսպանիա	Եվրամիության բոլոր երկրները, Բաթյան երկրները և Հարավարևելյան Եվրոպան
Ամերիկա			ԱՄՆ, Կանադա	ԱՄՆ, Կանադա
ԱՊՀ	Ռուսաստան, Վրաստան	Ռուսաստան, Վրաստան	Ռուսաստան, Վրաստան	ԱՊՀ բոլոր երկրները
Մերձավոր Արևելք	Իրան, Սիրիա	Իրան, Սիրիա	Իրան, Սիրիա, Լիբանան, Իսրայել, ԱՄԷ	Իրան, Սիրիա, Լիբանան, Իսրայել, ԱՄԷ, Հորդանան
Ասիա և Խաղաղօվկիանոսյան երկրներ	Ճապոնիա	Ճապոնիա	Ճապոնիա, Կորեա, Չինաստան	Ճապոնիա, Կորեա, Չինաստան
Ներքին շուկա	Ներքին շուկա	Ներքին շուկա	Ներքին շուկա	Ներքին շուկա

2) Չարգացման չնախատեսված միտումների առկայության դեպքում վերոհիշյալ երկրների ցանկը կարող է փոփոխվել: Կկատարվի յուրաքանչյուր շուկայի հանգամանակից ուսումնասիրություն՝ զբոսաշրջության միտումները, զբոսաշրջիկների առանձնահատկությունները, նախասիրությունները, գնողունակությունը և մյուս կարևոր գործոնները որոշելու նպատակով:

Առավել մեծ ուշադրություն կհատկացվի ներքին զբոսաշրջության արդյունաբերությանը՝ երկրի ներսում զբոսաշրջային ծախսերի առավել բարձր մակարդակ ապահովելու նպատակով:

4. Սփյուռքահայերի այցելությունները կունենան հետևյալ բնութագիրը՝

1) Այսօր Հայաստան այցելողների 62% կազմում են սփյուռքահայերը: Սփյուռքահայերը սովորաբար Հայաստան են գալիս ավելի երկար ժամանակով (միջինը 25 օր) և հիմնականում ժամանում են ընկերներին ու հարազատներին տեսնելու նպատակով: Նրանց շրջանում մեծ է նաև պարբերաբար Հայաստան այցելողների թիվը: Այսօր սփյուռքահայերի միայն 8,3% է Հայաստան այցելում առաջին անգամ:

2) Մինչև 2030թ. սփյուռքահայ զբոսաշրջիկների թիվը տարեցտարի կավելանա (հասնելով տարեկան 1.5 միլիոնի), թեև նրանց մասնաբաժինը զբոսաշրջիկների ընդհանուր թվում կնվազի՝ մինչև 50 %, ինչը տեղի կունենա ոչ սփյուռքահայ շուկաներում գովազդի ուժեղացման միջոցով ժամանցային նպատակներով Հայաստան այցելողների թվի մեծացման շնորհիվ: Սփյուռքահայ համայնքներում նպատակային գովազդի շնորհիվ առաջին անգամ Հայաստան այցելող սփյուռքահայերի մասնաբաժինը սփյուռքահայ զբոսաշրջիկների ընդհանուր թվում կավելանա՝ մինչև 2010թ. կազմելով 10%, իսկ մինչև 2020թ.՝ 20 %:

3) 2007թ. կատարված ուսումնասիրությունը ցույց է տվել, որ ամերիկահայ համայնքի ներկայացուցիչների 50%-ից ավելին ցանկանում է Հայաստան այցելել առաջիկա հինգ տարիների ընթացքում: Հետևաբար, հայկական սփյուռքը ժամանցային զբոսաշրջության հիմնական շուկաներից է, որի ուղղությամբ առավել կառուցողական աշխատանք պետք է կատարվի: Առաջին անգամ Հայաստան այցելողներն առավել մեծ հավանականությամբ կանգ կառնեն հյուրանոցներում, քան պարբերաբար Հայաստան այցելողները, հետևաբար, ավելի մեծ գումար կծախսեն իրենց այցի ընթացքում: Այս եզակի շուկայի հետ աշխատանքի նպատակով հատուկ գովազդային տեխնիկա է հարկավոր կիրառել:

5. Չբոսաշրջավայրերը կունենան հետևյալ բնութագիրը՝

1) Կավելանան զբոսաշրջության զարգացման հանգույցները, որոնց շուրջ կշարունակեն ձևավորվել և զարգանալ զբոսաշրջային կենտրոնները: Չբոսաշրջային հանգույցների և կենտրոնների զարգացման նպատակով պետական քաղաքականությունն ուղղված կլինի մասնավոր հատվածի ներդրումների խթանմանն ու արդյունավետ ուղղորդմանը:

	Այժմ (2006)	2010	2020	2030
Չբուսաշրջության զարգացման հանգույցներ	Երևան	Երևան, Դիլիջան	Երևան, Դիլիջան, Եղեգնաձոր	Երևան, Դիլիջան, Եղեգնաձոր
Չբուսաշրջային կենտրոններ	Էջմիածին, Ծաղկաձոր, Ջերմուկ	Էջմիածին, Ծաղկաձոր, Ջերմուկ	Էջմիածին, Ծաղկաձոր, Ջերմուկ, Արագած, Սևան	Էջմիածին, Ծաղկաձոր, Ջերմուկ, Արագած, Սևան, Գորիս, Գյումրի, Իջևան, Ստեփանավան, Մեղրի

2) Երևանը կշարունակի հանդիսանալ զբոսաշրջային ամբողջ գործունեության հիմքը և կծառայի որպես առաջնային մուտք դեպի երկիր: Երկու հիմնական զբոսաշրջային թեմա կհամարվեն գերիշխող՝ Հայաստանի պատմությունը (ներառյալ հնագույն ժամանակները, Ուրարտու թագավորությունը, Հելլենական շրջանը, քրիստոնեության տարածումը, հայկական վերածնունդը, ցեղասպանությունը, նորագույն ժամանակաշրջանը) և քաղաքային մշակույթը (բարեխառն կլիման, խոհանոցի բազմազանությունը, երաժշտությունը, ժամանցի այլ միջոցները և հատկապես գնումների հնարավորությունը հաճելի, ապահով և հյուրասեր մթնոլորտում):

6. Չբուսաշրջությունը մայրաքաղաքում և հանրապետության մարզերում կունենա հետևյալ բնութագիրը՝

1) Մայրաքաղաքի զարգացման համար կպահանջվեն հանրապետական գործադիր մարմինների, քաղաքային իշխանությունների և մասնավոր հատվածի կենտրոնացված ջանքերը, որոնք կուղղվեն զբոսաշրջային օբյեկտների և ծառայությունների որակի բարձրացմանը՝ մոտեցնելով դրանք առավել կայացած մրցակից երկրներում առկա մակարդակին:

2) Դիլիջանը կդառնա Հայաստանի հյուսիսային զբոսաշրջային օջախն իր ժամանցի հնարավորություններով (մեղմ կլիմա, թավ անտառներ, գերազանց մարզական բազաներ և ընտանեկան հանգստի համար հիանալի պայմաններ), բնությունը ճանաչելու հնարավորություններով (արշավներ, շրջագայություններ «Դիլիջան» և «Սևան» ազգային պարկերում, ինչպես նաև ավելի էկզոտիկ շրջագայություններ Տավուշի և Լոռու մարզերում) և միջնադարյան մշակույթ (պատմական տեսարժան վայրեր, այցելություն Հաղպատ, Սանահին, Գոշավանք և Հաղարծին):

3) Եղեգնաձորը կդառնա Հայաստանի հարավային զբոսաշրջային օջախը՝ հարուստ բնաշխարհով (արշավներ Վայոց ձորի, հետազայում նաև՝ Սյունիքի լեռներով, կիրճերով ու քարանձավներով), մշակութային տեսարժան վայրերով (Նորավանք, Տաթև, Գլաձոր, Քարահունջ և Սելիմ), ինչպես նաև գյուղական կոլորիտով (խաղողի այգիներ, այգեգործություն և անասնաբուծություն):

4) Վաղարշապատը (Էջմիածինը) կհանդիսանա որպես Հայաստանի կրոնական զբոսաշրջության կենտրոն՝ զբոսաշրջիկներին հնարավորություն տալով ուսումնասիրել առաքելական եկեղեցին, հոգևոր արժեքները, վանականների կյանքը և այցելել մերձակա կրոնական տեսարժան վայրերը (Խոր Վիրապ, Գեղարդ, Ամբերդ և Օշական):

5) Դիլիջանում, Եղեգնաձորում և Էջմիածնում հարկավոր է զարգացնել ճանապարհային, հաղորդակցական, հյուրանոցային, ռեստորանային և ժամանցի գերազանց պայմաններ:

6) Բացի զբոսաշրջային օջախներից, կհիմնվեն զբոսաշրջային կենտրոններ այն կարևորագույն տարածքներում, որոնք ունեն բավարար չափով բնական և մշակութային ռեսուրսներ առանցքային շուկաների զբոսաշրջիկներին գրավելու համար: Այս կենտրոններում նույնպես հարկավոր է բարելավել ենթակառուցվածքները, բայց կրկնակի ուշադրություն պետք է հատկացվի բնության և մշակույթի կարևորագույն տեսարժան վայրերի գեղագիտական բարեկարգմանը:

7) Ստորև ներկայացված են նախատեսվող բոլոր զբոսաշրջային կենտրոնները, ինչպես նաև հիմնական զբոսաշրջային արդյունքը, որը պետք է ներկայացվի և խթանվի շուկայում:

Զբոսաշրջային կենտրոն	Հիմնական արդյունքը	Հյուրանոցային կարիքները (մահճակալ)
Երևան	Մշակութային ժառանգություն Քաղաքային մշակույթ	20,000 – 25,000
Դիլիջան	Բնություն, մշակույթ, գիտություն, կրթություն	3,000 – 5,000
Եղեգնաձոր	Բնություն, պատմություն, մշակույթ, գիտություն, կրթություն	3,000 – 5,000
Վաղարշապատ (Էջմիածին)	Կրոն, մշակութային ժառանգություն	1,000 – 2,000
Արագած	Չմեռային մարզաձևեր, բնություն, մշակութային ժառանգություն	1,000 – 2,000
Ծաղկաձոր	Չմեռային մարզաձևեր, բնություն, սպորտ, մշակութային ժառանգություն	3,000 – 5,000
Ջերմուկ	Չմեռային մարզաձևեր, առողջապահություն	3,000 – 5,000
Իջևան	Բնություն, մշակույթ, սպորտ, գիտություն, կրթություն	2,000 – 4,000
Գորիս	Մշակույթ, բնություն, գիտություն, կրթություն	500 – 1,000
Գյումրի	Մշակույթ, գիտություն/կրթություն	500 – 1,000
Սևան	Մշակույթ, բնություն	500 – 1,000
Ստեփանավան	Մշակույթ, բնություն	500 – 1,000
Մեղրի	Մշակույթ, բնություն	500 – 1,000

8) Կառավարությունը կաջակցի զբոսաշրջավայրերի զարգացմանը՝ ներդրումները խթանելու և պետական բյուջեից հատկացումներ կատարելու միջոցով:

7. Գովազդը կիրականացվի հետևյալ կերպ՝

1) Երկրի (ազգային) նկարագիրը կներկայացվի և կխթանվի ավանդական և ժամանակակից արդյունավետ ձևերով: Գովազդարշավը կիրականացվի տարեկան ծրագրերին համապատասխան՝ հաշվի առնելով շուկայի պահանջարկը, զարգացման միտումներն ու առանձնահատկությունները: Երկրի գովազդը կիրականացվի մասնավոր հատվածի հետ համագործակցության պայմաններում:

2) Հայաստանը կմասնակցի միջազգային հեղինակավոր զբոսաշրջային ցուցահանդեսներին, նպատակային շուկաների զբոսաշրջային օպերատորների և լրատվամիջոցների համար կկազմակերպեն ճանաչողական այցեր Հայաստան: Գովազդի հարցում ակտիվ դեր կստանձնեն նաև այլ երկրներում Հայաստանի դիվանագիտական ներկայացուցչություններն ու առևտրական ներկայացուցիչները: Հիմնական շուկաներում կիրականացվեն նաև մշակութային միջոցառումներ, վավերագրական ֆիլմերի նկարահանում և ցուցադրում և այլն:

3) Գնալով կընդլայնվի տեղեկատվական տեխնոլոգիաների կիրառումը երկրի գովազդը կազմակերպելիս: Հայաստանը ներկայացնող ինտերնետային կայքը մշտապես կթարմացվի, կներկայացվի բոլոր հիմնական շուկաների լեզուներով: Գովազդային ծրագրի բաղադրիչներից մեկը կդառնա էլեկտրոնային մարքեթինգը: Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ընձեռած մյուս հնարավորությունները նույնպես կօգտագործվեն Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքը խթանելու նպատակով՝ արբանյակային նավիգացիոն համակարգեր, GIS քարտեզագրում, թվային հեռուստատեսություն, ամրագրումնորի ինտերնետային համակարգեր, էլեկտրոնային վիզուալներ և այլն:

4) Կպատրաստվեն և կտարածվեն մեծ քանակությամբ բարձրորակ և բովանդակալից գովազդատեղեկատվական նյութեր:

5) Հայաստանը կմշակի, կծրագրի և կիրականացնի «թեմատիկ տարիներ»՝ միջազգային հանրության ուշադրությունը Հայաստանի զբոսաշրջային հնարավորությունների վրա սևեռելու նպատակով: Այս «թեմատիկ տարիների» շրջանակում, որոնք կիրականացվեն մասնավոր հատվածի ներդրումների օգնությամբ, ամբողջ տարվա ընթացքում տեղի կունենան մի շարք փառատոներ և միջոցառումներ, որոնք որպես զբոսաշրջային արդյունք կառաջարկվեն միջազգային շուկային:

6) Հայաստանի բնակչության համար զբոսաշրջության հնարավորություններն արդյունավետ կերպով կգովազդվեն տեղական լրատվամիջոցներով և ամենամյա ազգային զբոսաշրջային տոնավաճառում: Միաժամանակ, զբոսաշրջային արդյունաբերությունը հոգ կտանի, որպեսզի լրատվամիջոցները լայնորեն ներկայացնեն երկրում զբոսաշրջության զարգացման կարևոր նշանակությունը:

8. Զբոսաշրջիկները կունենան հետևյալ բնութագիրը՝

1) Զբոսաշրջիկների բնութագիրը երկարաժամկետ չի լինի, քանի որ համաշխարհային զբոսաշրջությունը զարգանում և փոփոխվում է բարձր տեմպերով: Այդուամենայնիվ, մի քանի կանխատեսում հնարավոր է անել:

2) Սփյուռքի գործոնի շնորհիվ զբոսաշրջիկների այցի տևողությունն ամենայն հավանականությամբ ապագայում էլ ավելի երկար կլինի, քան մրցակից շատ երկրներում: Սակայն զբոսաշրջիկների ընդհանուր ծավալում սփյուռքահայերի մասնաբաժնի նվազմանը զուգահեռ կնվազի նաև այցելությունների միջին տևողությունը: Ժամանցի նպատակով այցելությունների միջին տևողությունը կնվազի մինչև 7 օր, ինչին կնպաստի նաև օդային տրանսպորտի զարգացումն ու գների իջեցումը:

3) Սփյուռքահայերի մասնաբաժնի նվազմանը և զբոսաշրջային արդյունաբերության գլոբալիզացիայի մեծացմանը զուգընթաց կնվազի նաև պարբերաբար Հայաստան այցելողների թիվը:

4) Կնվազի նաև Վրաստանի և Ռուսաստանի շուկաների գերակայությունը, մասնավորապես ժամանցային զբոսաշրջության հատվածում:

5) Հայաստանը կսկսի առավել մեծ թվով զբոսաշրջիկներ ընդունել Եվրոպայից և Արևելյան Ասիայից:

6) Չբոսաշրջիկների միջին տարիքը կմնա նույնը, առավել ակտիվ թոշակառուները համամասնությունը չեն խախտի, քանի որ հավասարակշռությունը կվերականգնեն առավել հարուստ երիտասարդները:

7) Կանձանա ինտերնետի դերը երկրի գովազդման գործում, կմատուցվի ավելի մեծ ծավալով տեղեկատվություն կայքերի և սոցիալական ցանցերի միջոցով, միաժամանակ, կշարունակեն մեծ տարածում ունենալ ճանապարհորդական ուղեցույցերը և տպագիր մյուս նյութերը: Աստիճանաբար կավելանա Հայաստան այցելող այն զբոսաշրջիկների թիվը, ովքեր ինքնուրույն կլուծեն հյուրանոցի և մյուս հարցերը, ինչը զբոսաշրջային օպերատորներին կստիպի ավելի ակտիվ դեր ստանձնել մատուցվող ծառայությունների որակը բարձրացնելու հարցում: Սրան կնպաստի նաև ինտերնետի զարգացումը:

8) Չբոսաշրջային գործակալի դերը գնալով կնվազի ինտերնետով օդանավի տոմսի, հյուրանոցի և այլ ծառայությունների ամրագրումների հնարավորության պայմաններում:

9) Հայաստանը պետք է համապատասխան հարմարություններ ու ծառայություններ ստեղծի նաև հաշմանդամների համար:

10) Չբոսաշրջությունից յուրաքանչյուր շնչի և յուրաքանչյուր օրվա հաշվով ստացված հասույթը կավելանա՝ արտացոլելով Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքի բարձրարժեքությունը:

9. Տրանսպորտային համակարգը և մուտքի-ելքի մատչելիության մակարդակը հետևյալը կլինի՝

1) Ընդլայնվող զբոսաշրջային շուկաների համար հասանելի դառնալու նպատակով օդային տրանսպորտի երթուղիներ կհիմնվեն դեպի Եվրամիության մի քանի այլ երկրներ (մասնավորապես, Իտալիա և Իսպանիա), Ճապոնիա, Չինաստան, Կորեա և Միացյալ Նահանգներ: Օդային տրանսպորտի կանոնների ազատականացման, օդային քաղաքականության ձևավորման և մրցունակության մեծացման հետ զուգահեռ կավելանա չվերթների հաճախականությունը, ինչը կնվազեցնի ճանապարհորդության արժեքը և Հայաստանին կմոտեցնի Արևելյան Եվրոպայի և Մերձավոր Արևելքի մրցակից երկրների մակարդակին:

2) Կպարզեցվի վիզային ռեժիմը, առանձին դեպքերում կսահմանվի առանց վիզայի Հայաստան մուտքի ռեժիմ: Կդյուրացվեն Հայաստան մուտքի և ելքի ընթացակարգերը:

10. Ուղևորափոխադրումները կունենան հետևյալ բնութագիրը՝

1) Հայաստանը կառաջարկի Եվրոպայից, ԱՄՆ-ից, ԱՊՀ երկրներից, Արևելյան Ասիայից և Մերձավոր Արևելքից իրականացվող չվերթների ավելի լայն ընտրություն, ավելի հաճախակի կղաճկան չվերթները և կիրականացվեն ավելի հարմար ժամերին: Հիմնական չվերթներից բացի կիրականացվեն նաև էժան չվերթներ: Երևանի օդակայանի գնային քաղաքականությունը կվերանայվի՝ երաշխավորելով տարածաշրջանային մակարդակով մրցունակ գնի և որակի համապատասխանություն:

2) Հատկապես ժամանցի նպատակով տարածաշրջանային շրջագայություն իրականացնող զբոսաշրջիկների ավտոտրանսպորտային միջոցներով մուտքը Հայաստան բարձր մակարդակով սպասարկելու նպատակով կբարեկարգվեն վերգետնյա սահմանանշանները: Սահմանային անցակետերում ընթացակարգը կպարզեցվի, որպեսզի զբոսաշրջիկները հնարավորին քիչ ժամանակ ծախսեն մուտքի թույլտվության և մաքսային ընթացակարգերի վրա:

3) Կբարելավվեն ընդհանուր օգտագործման տրանսպորտի ծառայությունները, որպեսզի զբոսաշրջիկները կարողանան առանց դժվարության Երևանից ուղևորվել զբոսաշրջային օջախներ ու կենտրոններ, ինչպես նաև տարածաշրջանային շրջագայություն կատարել: Ընդհանուր օգտագործման տրանսպորտը կղաճկան ավելի մաքուր, արդյունավետ ու ապահով, երթուղիներ կիրականացնի ավելի հաճախ ու սահմանված ժամանակացույցով: Ավելի մեծ մասսայականություն ձեռք կբերեն մետրոյի և երկաթուղային ծառայությունները՝ առաջարկելով վստահելի և բարձրակարգ ծառայություններ:

4) Հատկապես անհատ զբոսաշրջիկների թվի աճի հետ զուգահեռ ավելի մեծ մասսայականություն ձեռք կբերեն ավտոտրանսպորտային միջոցի վարձույթի ծառայությունները: Ավտոմեքենաների վերանորոգման ծառայություններ կբացվեն երկրի ամբողջ տարածքում, որպեսզի անհրաժեշտության դեպքում զբոսաշրջիկները կարողանան վերանորոգել մեքենան կամ փոխարինել մեկ ուրիշով:

5) Ավելի բարձրակարգ ու վստահելի կղաճկան նաև տաքսի ծառայությունները, որոնց մի մասը կառաջարկեն օտար լեզուներին տիրապետող հաճախորդի սպասարկման դասընթացներ անցած վարորդներ: Բոլոր տաքսիները մաքուր կլինեն և ապահովված կլինեն ամրագոտիներով:

6) Ջբոսաշրջային ավտոտրանսպորտային միջոցների համար կսահմանվեն միջազգային չափանիշներին համապատասխանող չափանիշներ և դրանց համապատասխանող ավտոտրանսպորտային միջոցների պարկի համալրման նպատակով կստեղծվի բարենպաստ իրավական դաշտ:

11. Ենթակառուցվածքները կունենան հետևյալ բնութագիրը՝

1) Հայաստանի ենթակառուցվածքներն արողջովին կարդիականացվեն ինչպես զբոսաշրջիկների, այնպես էլ տեղի բնակչության համար: Հատկապես բարձր որակ է պահանջվելու մայրաքաղաքը զբոսաշրջային կենտրոնների հետ կապող, կենտրոնները միմյանց կապող, ինչպես նաև Երևանից դեպի միջազգային սահմաններ տանող մայրուղիներում: Ավտոճանապարհային ցանցը պետք է

բարելավվի, որպեսզի ավտոմեքենաները կարողանան շրջանցել Երևանը՝ խուսափելով ժամանակի կորստից:

2) Կառուցապատման և շինարարական նախագծերը պետք է խստորեն վերահսկվեն հատկապես զբոսաշրջային գոտիներում: Պետք է գնահատվի բոլոր տեսակի կառույցների և բարեկարգվող տարածքների ազդեցությունը շրջակա միջավայրի վրա: Յուրաքանչյուր զբոսաշրջային կենտրոն պետք է ունենա իր ենթակառուցվածքների զարգացման և ներդրումների ծրագիրը, ինչը կօգնի տեսարժան վայրերի, հյուրանոցային և այլ ծառայությունների կայուն զարգացում ապահովել:

3) Հայաստանի կարևորագույն բնական և մշակութային գրավչության վայրերն առաջին հերթին պետք է գեղագիտական բարեկարգման ենթարկվեն, պետք է բարելավվի ցուցանշանների համակարգը, զբոսաշրջիկներին մատուցվող ծառայությունների մակարդակը, ապահովվի տեղեկատվության մատչելիությունը: Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությամբ սահմանված կարգով ներդրողներին կդրամադրվեն հողատարածքներ՝ բնության հատուկ պահպանվող տարածքների ու պատմամշակութային հուշարձանների արդյունավետ օգտագործումն ապահովող ենթակառուցվածքների կառուցման և շահագործման նպատակով:

4) Զբոսաշրջիկների համար ճանապարհորդությունն ավելի ապահով ու հաճելի կլինի, եթե ճանապարհային ցուցանշանները գրված լինեն նաև անգլերենով, ճանապարհին հնարավորություն ունենան կանգ առնել ժամանակակից ու հարմարավետ հանգստի կետերում, օգտվել անհրաժեշտ ծառայություններից, հնարավորություն ունենան օգտվելու առավել բարձրակարգ ու անվտանգ ժամանցային, մարզական և այլ կենտրոններից:

5) Հայաստանում կզարգանա նաև աղբահանման համակարգը, ինչն էապես կնպաստի երկրի գեղագիտական տեսքի բարելավմանը: Կմաքրվեն հանրային վայրերը, կվերացվեն տեղանքի գեղագիտական տեսքը փչացնող շինությունները:

6) Միջազգային չափանիշներին կհամապատասխանեցվեն նաև հաղորդակցական միջոցները՝ արագ և արդյունավետ փոստային ծառայություն, ֆիքսված հեռախոսակապ, բջջային կապ և ինտերնետ: Գործնական նպատակով Հայաստան այցելողները կարող են օգտվել բարձրակարգ թարգմանիչների և քարտուղարների ծառայություններից:

7) Համապատասխան քանակի անվտանգ խմելու և տնտեսական ջրով և պատշաճ հիգիենիկ պայմաններ ապահովելու համար կբարելավվեն անհրաժեշտ ջրամատակարարման և ջրահեռացման համակարգերը:

8) Թեև համաժողովների, ցուցահանդեսների ու նմանատիպ միջոցառումների շուկան Հայաստանի հիմնական թիրախներից չի լինի, այնուամենայնիվ, հարկավոր է բարեկարգել այս միջոցառումների համար նապատեսված տարածքներն ու շինությունները:

12. Հյուրանոցային տնտեսության և սննդի օբյեկտները կունենան հետևյալ բնութագիրը՝

1) Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտները կլինեն բազմազան, կհամապատասխանեն միջազգային չափանիշներին (ներառյալ միջազգային

ցանցերի ավելի մեծ ներկայություն), կկիրառվի որակավորման զարգացած համակարգ: Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների տեսակները և թիվը կավելանան հատկապես մարզերում՝ առաջարկելով թանկ, միջին արժողությամբ և էժան հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներ: Թանկարժեք հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների մեծ մասը կմնան Երևանում: Ավելի տարածված կդառնան ճամբարներն ու հյուրանոցային տնտեսության մատչելի օբյեկտները:

2) Երևանում թանկարժեք և միջին արժողությամբ հյուրանոցային համարները պետք է ավելանան՝ կազմելով 15000-20000: Եվս 5000 մահճակալ պետք է ավելանա մատչելի օբյեկտներում:

3) Ջրոսաշրջային օջախներում (Գիլիջան և Եղեգնաձոր) և դրանց շրջակայքում 3000-5000-ական մահճակալով կացարանների թիվը կավելանա գնային բոլոր երեք սեգմենտներում: Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտները պետք է այնպես նախագծված լինեն, որ ընդգծեն գյուղական ավանդական հյուրասիրությունը: Մահճակալ ու նախաճաշ տրամադրող ծառայությունները պետք է գերակշռեն մարզերում: Էջմիածնին անհրաժեշտ է 1000-2000 մահճակալ միջին արժողության և էժան հաստատություններում, ներառյալ այն հաստատությունները, որոնք հարմար են երկարատև այցով ժամանած հոգևոր խմբերի համար: Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների վերաբերյալ մյուս կարիքները թվարկված են վերևում:

4) Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտները կորակավորվեն և կհաշվառվեն, ինչը կօգնի երաշխավորել առողջապահության և անվտանգության բարձր մակարդակ: Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտները պետք է հասանելի լինեն ինտերնետային ամրագրումների համար, ունենան ցուցանշանների համակարգ և եվրոպական տարբեր լեզուներին տիրապետող աշխատակիցներ:

5) Ամբողջ երկրի տարածքում կավելանա բարձրակարգ սննդի օբյեկտների թիվը, որտեղ թեև կմատուցվի միջազգային խոհանոց, սակայն պետք է գերակշռի հայկականը: Սննդի բոլոր օբյեկտներում ծառայությունների որակը անվտանգության և հիգիենայի պայմանները կհամապատասխանեն միջազգային չափանիշներին: Կգործեն կամավոր սերտիֆիկացման համակարգեր:

6) Հյուրանոցային տնտեսության և սննդի օբյեկտների նախագծումն ու կառուցումը պետք է խստորեն վերահսկվի զբոսաշրջային գոտիներում, որպեսզի բոլորը հարազատ մնան տվյալ շրջանի առանձնահատկություններին: Այն շրջաններում, որտեղ չկան բավարար թվով հյուրանոցային տնտեսության և սննդի օբյեկտներ, հարկավոր է ներգրավել ներդրումներ:

13. Ջրոսաշրջային ծառայությունները կունենան հետևյալ բնութագիրը՝

1) Հայաստանի ներզնա զբոսաշրջության մեջ ներգրավված զբոսաշրջային օպերատորները կառաջարկեն շրջագայություններ, որոնց սևեռակետում կլինեն սույն հայեցակարգում նշված և բազմաթիվ այլ լրացուցիչ զբոսաշրջային արդյունքներ: Յուրաքանչյուր զբոսաշրջային օպերատոր պետք է մասնագիտանա կոնկրետ շուկայի, արտադրանքի կամ հաճախորդի ուղղությամբ, որպեսզի կարողանա ապահովել բարձրագույն որակի ծառայություններ:

2) Ջրոսաշրջային արդյունաբերությունը ներկայացնող ոչ առևտրային կազմակերպություններն (Միությունները) առավել ներկայացուցչական և բազմանդամ կլինեն և առավել արդյունավետ կհամագործակցեն պետական մարմինների հետ: Միության անդամները կհետևեն Միության սահմանած վարվեցողության կանոններին:

3) Հայաստանում գործող զբոսաշրջային օպերատորները կմատուցեն միջազգային չափանիշներին համապատասխանող, մրցունակ և հուսալի ծառայություններ, ապահովված կլինի զբոսաշրջիկների (սպառողների) իրավունքների լիարժեք պաշտպանությունը:

4) Ջրոսավարների և ուղեկցորդների գործունեությունը նույալես կհամապատասխանի միջազգային չափանիշներին: Նրանք պարբերաբար կվերապատրաստվեն իրենց որակավորումն ապահովելու համար: Դասընթացներում հիմնական գիտելիքներից բացի նրանք կզարգացնեն նաև ներկայացնելու և հաղորդակցվելու իրենց ունակությունները: Հատուկ դասընթացներ կանցնեն գյուղական համայնքների ուղեկցորդները և զբոսաշրջային կոնկրետ արդյունքի վրա մասնագիտացողները:

5) Անհատ զբոսաշրջիկներին ջերմորեն կընդունեն ու տեղեկություններ կտրամադրեն տեղեկատվական կենտրոններում: Տեղեկատվական կենտրոնները կգործեն ինքնաֆինանսավորման հիմունքներով՝ իրենց ծախսերը հոգալով զբոսաշրջային արտադրանքի վաճառքից ստացված եկամուտներով:

14. Բնական և պատմամշակութային ռեսուրսները կունենան հետևյալ բնութագիրը՝

1) Հայաստանի բնական, պատմական, կրոնական և մշակութային ժառանգությունը կշարունակի հանդիսանալ զբոսաշրջության զարգացման հիմքը: Բնության հատուկ պահպանվող տարածքներում կկատարվեն անհրաժեշտ ներդրումներ և զբոսաշրջիկներին կառաջարկեն մի շարք զբոսաշրջային ծառայություններ (զբոսանք, ձիավարություն, լեռնահեծանվային սպորտ, կենդանական և բուսական հարստության ուսումնասիրություն, աուդիո և վիդեո ներկայացումներ, գնումներ, տեղեկատվական կենտրոն): Բնության հատուկ պահպանվող տարածքներն առավել արդյունավետ կհամագործակցեն զբոսաշրջային արդյունաբերության և համայնքների հետ՝ իրենց ենթակառուցվածքները զարգացնելու, կառույցների և ծառայությունների որակը միջազգային չափանիշներին համապատասխանեցնելու և շրջակա միջավայրի վրա զբոսաշրջության ազդեցությունն արդյունավետ կառավարելու նպատակով: Այս վայրերում զբոսաշրջային ծառայություններից ստացված միջոցների մի մասը կուղղվի դրանց պահպանությանը:

2) Ջրոսաշրջային արդյունաբերությունն առավել սերտ կհամագործակցի նաև արվեստի, մշակույթի ու կրոնական կազմակերպությունների հետ, կօգնի նրանց պահպանել և ընդլայնել արվեստի, երաժշտության, արհեստագործության, խոհանոցի նմուշները:

3) Արհեստագործության բազմամյա ավանդույթները պահպանելու նպատակով կներդրվի նաև արհեստագործության վավերականացման և սերտիֆիկացման համակարգ:

15. Հետազոտությունների մակարդակը կունենա հետևյալ բնութագիրը՝

1) Իր մրցակիցների նկատմամբ գերակա դիրքեր պահպանելու նպատակով Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունաբերությունը պետք է մեծ նշանակություն տա շուկայի հետազոտմանը և արդյունաբերության որակական ու քանակական զարգացման մոնիտորինգին: Հարկավոր է ներդնել զբոսաշրջային սատելիտային հաշիվ, որը ճշգրտորեն կհաշվարկի ազգային տնտեսության վրա զբոսաշրջության

ուղորտի ունեցած ազդեցությունը: Հետազոտությունը հիմնված կլինի Ազգային վիճակագրական ծառայության կողմից տրամադրած ճշգրիտ, վստահելի ու հանգամանալից վիճակագրական տվյալների վրա: Վիճակագրական ծառայությունն այդ տվյալները կստանա միգրացիայի մարմիններից, միջազգային այցելուների վերաբերյալ ուսումնասիրություններից և տեղական հարցումներից: Լրացուցիչ տվյալներ կհավաքվեն նաև զբոսաշրջիկների վարքագծի, առնանահատկությունների, Հայաստանում կատարած ծախսերի և նրանց եկամուտների մասին:

2) Երկու տարին մեկ անգամ կառավարությունը կներկայացնի Հայաստանի զբոսաշրջության մրցունակության մակարդակը հարևան երկրների նկատմամբ, որպեսզի հստակ պատկերացում կազմվի արդյունաբերության զարգացման ու փոփոխությունների վերաբերյալ: Կանոնավոր կերպով հետազոտություն կանցկացվի նաև հայկական զբոսաշրջության արտադրանքի սպառման հիմնական շուկաներում, համոզվելու համար, որ նրանց առաջարկված արտադրանքը, Հայաստանի հեղինակության բարձրացման ու գովազդի նպատակով օգտագործված ուղիներն արդյունավետ են եղել:

3) Ջրոսաշրջային ուսումնական հաստատությունները նույնպես սկսելով կմասնակցեն հետազոտություններին, կիրապարակեն հողվածներ միջազգային ամսագրերում, ուսանողներին կքաջալերեն մասնակցելու գործնական և նորարարական հետազոտական նախագծերին:

4) Ջրոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալության կառուցվածքում կստեղծվի Հայաստանի զբոսաշրջային ռեսուրսների գիտահետազոտական կենտրոն՝ բնության և պատմամշակութային նոր հուշարձաններ բացահայտելու, հուշարձանները գիտական հիմնավորվածությամբ ապահովելու և նոր զբոսաշրջային գրավչություններ ստեղծելու նպատակով:

16. Մարդկային ռեսուրսները կունենան հետևյալ բնութագիրը՝

1) Ուսումնական հաստատությունները ուսանողներին կապահովեն զբոսաշրջության ոլորտի բարձր մակարդակի գիտելիքներով՝ գործածելով ժամանակակից միջազգային ուսումնական ծրագրերը և ուսուցման մեթոդիկան: Մեծ ուշադրություն պետք է դարձնել ինչպես բարձրագույն և միջին մասնագիտական դասընթացներին, այնպես էլ արդեն ոլորտում աշխատողների վերապատրաստմանը: Ուսումնական հաստատություններից յուրաքանչյուրը կմասնագիտանա զբոսաշրջային արդյունաբերության մեջ պահանջարկ ունեցող տարբեր գործնական և տեսական գիտելիքների մատուցման ոլորտում, որպեսզի երկրում առկա լինի դասընթացների մեծ ընտրություն:

2) Ուսանողներին այս հաստատությունները կառաջարկեն միջազգային կարգի արտոնագիր, որը հաստատում է, որ տվյալ ուսանողի գիտելիքներն ու հմտությունները համապատասխանում են միջազգային չափանիշներին: Մասնագիտական գիտելիքներից բացի զբոսաշրջության ոլորտի սպազա մասնագետները կսովորեն նաև օտար լեզուներ՝ ապահովելով տվյալ ոլորտի համար անհրաժեշտ լեզվի իմացության մակարդակ:

3) Մասնավոր հատվածը և ուսումնական հաստատությունները կհամագործակցեն ուսումնական ծրագրերի մշակման, ռեսուրսների տրամադրման, դասախոսությունների և ուսանողների գործնական պարապմունքների կազմակերպման ուղղությամբ: Այս համագործակցությունը հատկապես կարևոր դեր

կունենա այն ուսանողների ուսուցման գործում, ովքեր մտադիր են աշխատել համեմատաբար նոր սեգմենտի արտադրանքի մատուցման ոլորտում, օրինակ՝ արշավներ, ձմեռային մարզաձևեր, և այլն: Հատուկ ծրագրերի օգնությամբ անհատները հնարավորություն կունենան գիտելիքներ ու փորձ ձեռք բերել զբոսաշրջության ոլորտում գործող տարբեր հաստատություններում: Ուսումնական հաստատությունները կօգնեն ուսանողներին աշխատանքի տեղավորման հարցում, նրանց կարիերայի վերաբերյալ խորհուրդներ կտան և կկազմակերպեն աշխատանքային տոնավաճառներ:

4) Ուսումնական հաստատությունները սերտորեն կհամագործակցեն զբոսաշրջության ոլորտի ասոցիացիաների հետ գործող աշխատուժի մասնագիտական մակարդակը բարձրացնելու ուղղությամբ:

5) Համալսարանները կհամագործակցեն նաև միջազգային այլ համալսարանների հետ՝ իրականացնելով փորձի և գիտելիքների փոխանակում, կհավատարմագրվեն միջազգային զբոսաշրջային կազմակերպություններում, կմասնակցեն ազգային և միջազգային հետազոտություններին, կիրառարական հոդվածներ միջազգային ամսագրերում:

17. Հանրային առողջության և անվտանգության մակարդակը կունենա հետևյալ բնութագիրը՝

1) Միջազգային և տեղացի զբոսաշրջիկների առողջության ու անվտանգության ապահովումը չափազանց կարևոր խնդիր է: Օրենսդրությամբ պետք է նախատեսվեն զբոսաշրջիկի անվտանգությունն ու առողջությունն ապահովող նորմեր: Ջրոսաշրջության ոլորտի բոլոր այն աշխատակիցները, ովքեր անմիջական շփում են ունենում զբոսաշրջիկների հետ, պետք է տիրապետեն առաջին օգնության հմտություններին և ուսուցված լինեն հանրային առողջության ապահովման ուղղությամբ, տարհանման և փրկարար ծառայությունները պետք է մշտապես պատրաստ լինեն օգնության հասնել: Ջրոսաշրջիկների օգնության համար պետք է գործի հատուկ հեռախոսակապ, որից նրանք կօգտվեն այն դեպքում, երբ ի վիճակի չեն լինի անձամբ մոտենալ անվտանգության աշխատակիցներին:

Երկրում կապահովվի միջազգային առողջապահական կանոնների պահանջների կատարումը, պետական սահմանի անցումային կետերում զբոսաշրջիկների առողջության պահպանման և Հայաստանի Հանրապետության տարածքի սանիտարական պաշտպանության հարցերը:

2) Հարկավոր են նաև օտար լեզուներին տիրապետող բժիշկներ և հեշտ հասանելի մի շարք հիվանդանոցներ, որոնք կարող են շտապ բժշկական օգնություն տրամադրել զբոսաշրջիկներին:

3) Հնարավորության դեպքում կօգտագործվեն վարվեցողության անհատական կանոններ, իսկ ամբողջ արդյունաբերության մեջ համապատասխան չափանիշեր սահմանելու նպատակով կկիրառվի սերտիֆիկացման հատուկ համակարգ:

Օրինակ, դա կարող է լինել հյուրանոցի դասակարգման սխեմա, որը պարբերաբար կվերանայվի՝ համոզվելու համար, որ այցելուները գոհ են մնում կացարանային և մատուցվող ծառայություններին որակից: Նմանատիպ սերտիֆիկացման համակարգեր կգործեն նաև ռեստորաններում և զբոսաշրջային ժամանցի տարբեր գոտիներում:

4) Կառավարությունը պետք է պատրաստի նաև ճգնաժամային կառավարման ծրագրեր, որպեսզի կարողանա արագ ու արդյունավետ գործել ահաբեկչական

գործողության, հանցանքի, բնական աղետի, քաղաքական կամ տնտեսական ճգնաժամի դեպքում:

18. Զբոսաշրջավայրի կառավարման համակարգը կունենա հետևյալ բնութագիրը՝

1) Հայաստանի, որպես զբոսաշրջավայրի, կառավարման հիմքում ընկած կլինի բոլոր շահագրգիռ կողմերի ակտիվ ու արդյունավետ համագործակցությունը՝ համախմբված գործուն պետական կառավարման մարմնի շուրջ:

2) Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալության իրավական կարգավիճակը, կառուցվածքը, կառավարման համակարգն ու լիազորությունները կհամապատասխանեն սույն հայեցակարգով սահմանված նպատակներին և խնդիրներին:

3) Զբոսաշրջային արդյունաբերության հիմնական դերակատարների միջև ապահովված կլինի անխափան հաղորդակցությունը:

4) Պետական մարմինները կշարունակեն փոխշահավետ և համաձայնեցված հարաբերություններ պահպանել զբոսաշրջության միջազգային կազմակերպությունների հետ, ինչպես նաև սերտորեն կհամագործակցեն հարևան երկրների կառավարությունների և մասնավոր հատվածի հետ՝ համատեղ ուժերով տարածաշրջանային զբոսաշրջային արտադրանք ձևավորելու և դրանք խթանելու ուղղությամբ:

19. Գործարար և ներդրումային միջավայրը կունենա հետևյալ բնութագիրը

1) Տնտեսվարող սուբյեկտները կգործեն ձեռնարկատիրության և ներդրումների համար նպաստավոր պայմաններում: Օրենսդրությունը և վարչարարությունը կլինեն թափանցիկ: Աշխատանքային օրենսդրությունը նպաստավոր կլինի զբոսաշրջության ոլորտում կես դրույքով և սեզոնային աշխատողների համար: Մասնավոր հատվածի համար կոռուպցիան և բյուրոկրատիան խնդիրներ այլևս չեն լինի:

2) Զբոսաշրջության համար օրենսդրական հիմք կձևավորվի «Զբոսաշրջության մասին» ՀՀ նոր օրենքը, որը հիմնված կլինի միջազգային լավագույն փորձի, եվրոպական չափանիշների և ազգային առանձնահատկությունների վրա:

3) Կառավարությունն ամեն կերպ կնպաստի ոլորտի զարգացմանը՝ քաջալերելով ներդրումները՝ բանկային երաշխիքների, դրամաշնորհների ու ցածր տոկոսադրույքով վարկերի միջոցով: Բանկային համակարգը ցածր տոկոսադրույքով ֆինանսական միջոցներ կհատկացնի փոքր և միջին ձեռնարկություններին: Երկու տարին մեկ անգամ կիրառարակվի ուղեցույց՝ ներդրումների համար նպաստավոր ոլորտների, ներդրումային միջավայրի և կառավարության քաղաքականության մասին: Որպես ներդրումների պոտենցիալ աղբյուր կդիտարկվի հայկական սփյուռքը:

4) Տնտեսվարող սուբյեկտներին կաջակցեն վերջիններիս միավորող ոչ առևտրային կազմակերպությունները, որոնք կներկայացնեն իրենց անդամների շահերը,

կրթական հաստատությունների հետ համատեղ մենեջմենթի, աշխատուժի կառավարման և այլ թեմաներով դասընթացներ կկազմակերպեն զբոսաշրջության և սպասարկման ոլորտի աշխատակիցների համար: Խորհրդատվական և ուսուցողական ծրագրեր կգործեն սկսնակ ընկերությունների համար: Տնտեսվարող սուբյեկտները կօգտագործեն ժամանակակից տեխնոլոգիաներ:

5) Ջրոսաշրջության զարգացման ազդեցությունը կուսումնասիրվի և կգնահատվի Բաժին VIII-ում նշված չափանիշներին համապատասխան:

ԲԱԺԻՆ VII

ՖԻՆԱՆՍԱՎՈՐՈՒՄ

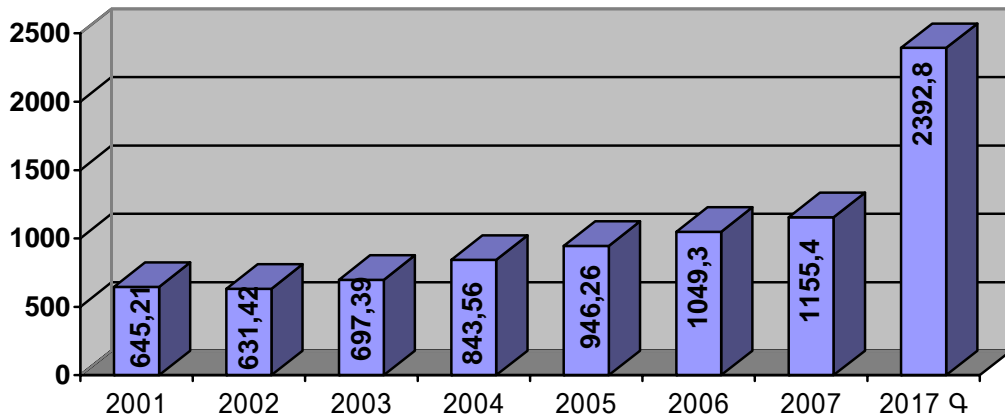
ԳԼՈՒԽ 1 ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏՈՒՄ ԿԱՏԱՐՎՈՂ ՆԵՐԴՐՈՒՄՆԵՐԸ

1. 2007թ-ին աշխարհում զբոսաշրջության ոլորտում կատարված կապիտալ ներդրումները գնահատվում են 1155.4 միլիարդ ԱՄՆ դոլար կամ կատարված ամբողջ ներդրումների 9.5%: Ակնկալվում է, որ 2017թ-ին¹⁶ այն կհասնի 2392.8 միլիարդ ԱՄՆ դոլարի կամ ընդհանուր ներդրումների 9.9%-ին: Համաշխարհային զբոսաշրջության արագընթաց աճ ունեցող մրցակցային միջավայրը պահանջում է, որպեսզի նշանակալի ներդրումներ կատարվեն ենթակառուցվածքներում, հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում, զբոսաշրջային գրավչության օբյեկտներում և մարդկային ռեսուրսների զարգացման մեջ: Ջրոսաշրջության ոլորտում ներդրումները խթան են հանդիսանում տնտեսության բազմաթիվ ճյուղերի համար, իսկ եթե դրանք նաև հմտորեն պլանավորվեն և կառավարվեն, ապա կարող են ներդաշնակեցվել նաև բնապահպանական և զբոսաշրջության կայուն զարգացման նպատակներին: Այս առումով կառավարության կողմից պետք է մշակվի զբոսաշրջության ոլորտում ներդրումների ռազմավարություն, որը լավագույնս կարտացոլի ոլորտի կարիքները, ինչպես նաև հաշվի կառնի զանազան տնտեսական, ֆինանսական, իրավական և երկրին հատուկ սոցիալ-մշակութային հանգամանքներ:

2. Ակնկալվում է, որ ամբողջ աշխարհում զբոսաշրջության ոլորտում պետական ծախսերը 2007թ-ին կկազմեն 334.2 մլրդ ԱՄՆ դոլար, կամ պետական ընդհանուր ծախսերի 3.8%-ը: Ակնկալվում է, որ 2017¹⁷թ-ին այն կհասնի 545.9 մլրդ ԱՄՆ դոլարի, կամ պետական ընդհանուր ծախսերի 3.9%-ին: (WTTC, 2007)

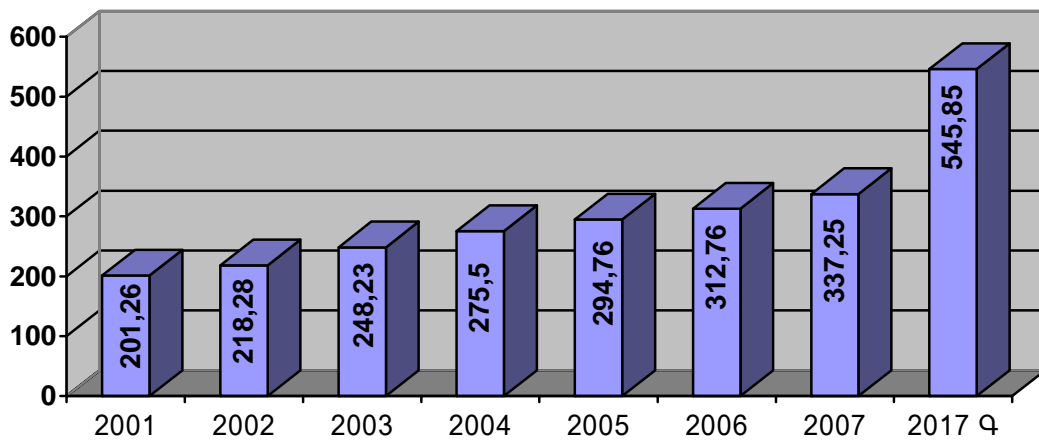
¹⁶ T&T կապիտալ ներդրում – Ամմիջականորեն զբոսաշրջային արդյունաբերության ծառայություններ տրամադրողների և պետական գործակալությունների կողմից կապիտալ ծախսեր՝ այցելուներին շենքային պայմաններով, սարքավորումներով և ենթակառուցվածքով ապահովելու համար:

¹⁷ T&T Պետական ծախսեր – Շրջագայության և Տուրիզմի հետ կապված ծառայությունների համար պետական գործակալությունների կողմից կատարված օպերատիվ ծախսեր, որոնք սակայն անհատապես ուղղված չեն որևէ այցելուի, այլ ընդհակառակն՝ դրանք սովորաբար կատարվում են “համայնքի կողմից ընդհանրապես”՝ օրինակ զբոսաշրջիկության խթանման, ավիացիայի կառավարման, անվտանգության ծառայությունների և հանգստավայրերի սանիտարական ծառայությունների և այլնի համար:



Գծապատկեր 4: Կապիտալ ներդրումը զբոսաշրջության ոլորտում (մլրդ ԱՄՆ դոլար).
Աղբյուրը՝ WTTC

Նշում: Գ - Գնահատված



Գծապատկեր 5: Պետական ծախսերը զբոսաշրջային արդյունաբերությունում
(ԱՄՆ դոլար մլրդ)
Աղբյուր: WTTC

Նշում: Գ - Գնահատված

ԳԼՈՒԽ 2. ԿԱՊԻՏԱԼ ՆԵՐԴՐՈՒՄՆԵՐԻ ԱՆՀՐԱԺԵՇՏՈՒԹՅՈՒՆԸ ՄԻՆՉԵՎ 2020թ.

1. Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում մոտավոր հաշվարկներով 12 տարվա կտրվածքով անհրաժեշտ է 1300-1500 միլիոն ԱՄՆ դոլար ներդրում՝ 2020թ-ի դրությամբ կանխատեսված զբոսաշրջիկների քանակն ընդունելու համար: Անհրաժեշտ է կառուցել 34.000 մահճակալներով նոր հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներ: Հիմնական ներդրումները անհրաժեշտ է իրականացնել 3 կամ 4 աստղանի հյուրանոցների սեզոննախնամ: Հաշվարկն արվել է մեկ մահճակալի համար անհրաժեշտ 45-50 քմ և 1քմ հյուրանոցային տարածքի շինարարության համար 900 ԱՄՆ դոլար կազմող արժեքի վրա: Նմանատիպ ներդրման ֆինանսավորման հիմնական աղբյուրը մասնավոր կապիտալն է, որին կնպաստեն պետական քաղաքականությունը և տարբեր աղբյուրներից նպատակային ներդրումները (այդ թվում վաղ շրջանում միջազգային զարգացման կամ դոնոր կազմակերպությունների հատուկ ծրագրերից):

2. Ավելի քան 250-300 միլիոն ԱՄՆ դոլարին համարժեք գումար անհրաժեշտ կլինի մայրուղիների և հիմնական զբոսաշրջային ուղղությունների ընթացիկ վերանորոգումների և պահպանման համար: Բարձրորակ միջքաղաքային ճանապարհային կապերի հնարավորությունները մոտավորապես կազմում են ներկայումս առկա ճանապարհների 700կմ-ը և տեղական զբոսաշրջային նշանակության նոր կամ բարելավված ճանապարհների ընդամենը 400 կմ-ը: Այս գումարի մեջ է մտնում նաև օդանավակայանի հնարավորությունների արդիականացումը և դեպի դժվարամատչելի վայրեր ճոպանուղիների կառուցումը: Հայաստանի զբոսաշրջավայրերն առավել մատչելի դարձնելու, թե ուղևորափոխադրումների և թե բեռնափոխադրումների համար տրանսպորտային ծախսերի ու ժամանակի կրճատման առումով կարևոր նշանակություն ունի թունելների կառուցումը, որոնց իրականացման համար առանձին ֆինանսական նախահաշիվ է պահանջվում: Ֆինանսավորման հիմնական աղբյուրը պետական բյուջեն է, իսկ որոշ դեպքերում պետական-մասնավոր հատված համաֆինանսավորումը:

3. 150-200 միլիոն ԱՄՆ դոլարին համարժեք գումար անհրաժեշտ կլինի թանգարանները, բնական, պատմական վայրերը և սրբավայրերը, կաճանները, վրանային ճամբարների համար հատկացված վայրերը և զբոսաշրջային տեղեկատվական կենտրոններն արդիականացնելու համար: Հաշվարկն արված է 55-60 թանգարանների կառավարման նոր համակարգերով և նախագծային հարմարություններով համալրելու հիմքի վրա, որը կարժեհա 1.2-2 մլն. յուրաքանչյուր միավորի համար: Ներդրումներ են նաև անհրաժեշտ տեսարժան վայրերի, ավտոկայանների կառուցման, ճամբարների տեղակայման տարածքների և զբոսաշրջության տեղեկատվական կենտրոնների համար: Վայրերի ամբողջական թիվը մոտավորապես կլինի 75-80՝ կառուցման/բարելավման ավելի քան 1մլն.-ից 1.5 մլն. ԱՄՆ դոլար ծախսով:

Ֆինանսավորման հիմնական աղբյուրներն են՝ տեղական ինքնակառավարման մարմինները, զբոսաշրջային ասոցիացիաները, որոշ ֆինանսավորում կարելի է ստանալ սպառողների վճարներից, որոնք կարող են ծածկել շահագործման և պահպանման ծախսերը:

4. Ջրոսաշրջային այցելությունների աճի հետ կապված, այլ ենթակառուցվածքների ընդհանուր արդիականացման անհրաժեշտություն կառաջանա, որի մեջ մտնում է ներդրումների կատարումը էլեկտրաէներգիա արտադրող միավորների, էլեկտրական ցանցերի, ջրամատակարարման և թափոնների կառավարման մեջ, որոնցից որոշ մասը կարելի է ստանալ սպառողների վճարներից: Բացի ընդհանուր ենթակառուցվածքից, անհրաժեշտ կլինի հատուկ ներդրումներ կատարել գվարճանքի վայրերի ինչպես օրինակ ռեստորանների և գվարճանքի այլ վայրերի ոլորտներում: Այս դասակարգում ներդրման ընդհանուր գումարը կազմում է 350-400 միլիոն ԱՄՆ դոլար՝ որպես հիմնական ֆինանսավորման աղբյուր լինելով պետական բյուջեն և մասնավոր հատվածը:

5. Համաշխարհային զբոսաշրջության աճող մրցակցությունը և հատկապես խստապահանջ զբոսաշրջիկների աճը հաշվի առնելով՝ ակնհայտ է դառնում որակյալ և բարձր հմտություններ ունեցող աշխատուժի անհրաժեշտությունը: Այս առումով, նշանակալի ներդրումների կարիք կա կրթական ծրագրերի մշակման, ռեսուրսների տրամադրման, պրակտիկաների և գործնական արտադրական վերապատրաստումների անցկացման մեջ: Ջրոսաշրջային արդյունաբերությունում մարդկային ունակությունների և հմտությունների բարձրացումը ընդհանուր օգուտ կրերի բազմաթիվ այլ ոլորտներում և առանցքային դեր կխաղա Հայաստանի նկարագրի ստեղծման համար: Ներդրման մոտավոր գումարը կկազմի 300 միլիոն ԱՄՆ դոլար, որտեղ ֆինանսավորման հիմնական աղբյուրները կլինեն մասնավոր հատվածը, պետական բյուջեն և ասոցիացիաները:

6. Քանի որ ներդրման կարիքների ընդհանուր գումարների չափը կազմում է 2350-2700 միլիոն ԱՄՆ դոլար, անհրաժեշտ է մոբիլիզացնել բոլոր հնարավոր ռեսուրսները՝ ապահովելով բոլոր շահագրգիռ կողմերի համագործակցությունը:

- 1) Մասնավոր հատված
- 2) Պետություն (հանրապետական, տարածքային և տեղական մակարդակներում)
- 3) Ասոցիացիաներ
- 4) Եկեղեցի
- 5) Արտաքին (միջազգային զարգացման կազմակերպություններ)

Բացի անմիջական ներդրումներից, կառավարությունը պետք է իրականացնի զբոսաշրջային ներդրումների պրոակտիվ խթանման քաղաքականություն՝ պարտատոմսերի, բանկային երաշխիքների և մասնավոր հատվածի համար ցածր տոկոսադրույքներով վարկեր տրամադրող հատուկ ծրագրերի միջոցով: Իրավական և քաղաքական դաշտում բարեփոխումները պետք է ուղղվեն ներքին և օտարերկրյա ներդրումների խթանմանը:

ԲԱԺԻՆ VIII

ՄՈՆԻՏՈՐԻՆԳ ԵՎ ԳՆԱՀԱՏՈՒՄ

1. Մոնիթորինգը և գնահատումը քաղաքականության իրականացման բաղկացուցիչ մասերից են և խնդիրների ծագման վաղ շրջանում ծառայում են որպես նախազգուշացման համակարգ: Կարևոր է հասկանալ, թե արդյո՞ք նպատակային շուկաները նվաճվում են, արդյո՞ք զբոսաշրջիկները բավարարված են առաջարկվող ծառայություններով, և արդո՞ք արդյունաբերությունում կատարվող ներդրումներն արդյունավետ են:

2. Պետական քաղաքականության հիմնական խնդիրների իրականացման մոնիթորինգն իրականացվում է հետևյալ ցուցանիշներով՝

Խնդիր	Ցուցանիշ
1. Ընդհանուր	<ol style="list-style-type: none"> 1) Զբոսաշրջության բաժնեմասը ՀՆԱ-ում 2) Զբոսաշրջության ազդեցությունը համայնքների զարգացման վրա, 3) Զբոսաշրջության ազդեցությունը շրջակա միջավայրի վրա, 4) Զբոսաշրջիկների կատարած ծախսեր՝ օրական նպատակային, ընդհանուր 5) Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում ննջատեղերի քանակ 6) Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներն ըստ որակավորման կարգի 7) Հյուրանոցների զբաղվածության մակարդակը 8) Այցելությունների տևողությունը 9) Այցելած վայրերի քանակը 10) Գիշերակացերի բաշխումը 11) Այցելության նպատակը 12) Այցելության պատճառը (արձակուրդի դեպքում) 13) Քաղաքացիությունը 14) Մշտական բնակության վայրը 15) Որ երկրից է ժամանում 16) Ծագումը 17) Տարիքը/սեռը 18) Հայաստանի մասին տեղեկատվության աղբյուրը (ինտերնետ և այլն) և ուղևորության կազմակերպողը 19) Տեղեկատվության հասանելիության մակարդակը ժամանման պահից

	<p>20) Կրկնակի այցելությունների քանակը: Կրկնակի այցելության ցանկությունը</p> <p>21) Բավարարվածության աստիճանը: Արդյո՞ք նրանք խորհուրդ կտան ուրիշներին այցելել երկիրը:</p> <p>22) Ծառայությունների գնահատականը</p>
<p>2. Ձևավորել նոր, մրցունակ զբոսաշրջային ուղղություններ, սահմանել Հայաստանի գերակա զբոսաշրջային ուղղություններն ու զբոսաշրջավայրերը</p>	<p>1) Ջրոսաշրջավայրերի քանակը և որակը</p> <p>2) Առկա հարմարությունների արդիականացում և դրանց քանակի ավելացում</p> <p>3) Կառուցված զբոսաշրջավայրերի հարաբերակցությունը բնական զբոսաշրջավայրերին</p> <p>4) Ջրոսաշրջային այցելությունների և եկամուտների բաշխումն ըստ սեզոնի</p> <p>5) Մարզեր այցելության տևողությունը՝ համեմատած Երևանի հետ</p> <p>6) Հատուկ զբոսաշրջային արդյունք ձեռքբերած զբոսաշրջիկների տեսակարար կշիռը</p> <p>7) Տարեկան կտրվածքով անցկացված միջազգայնացումների և փառատոների թիվը</p> <p>8) Տարեկան կտրվածքով հուշարձանների և զբոսաշրջավայրերի վերականգնման ու պահպանության համար հատկացված միջոցներ</p>
<p>3. Ապահովել որակյալ հետազոտություններ, որոշել Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքի համար գերակա նպատակային շուկաները</p>	<p>1) Ջրոսաշրջիկների քանակն ըստ ամիսների և մշտական բնակության վայրի</p> <p>2) Նպատակային շուկայի զբոսաշրջիկների տեսակարար կշիռը զբոսաշրջիկների ընդհանուր թվում</p> <p>3) Նպատակային շուկաներից զբոսաշրջիկների քանակական և տոկոսային աճը տարեկան կտրվածքով</p> <p>4) Նպատակային շուկաներից հանգստի համար ժամանող զբոսաշրջիկների քանակական և տոկոսային աճը տարեկան կտրվածքով</p> <p>5) Նպատակային շուկաներից սփյուռքից ժամանող զբոսաշրջիկների քանակական և տոկոսային աճը տարեկան կտրվածքով</p> <p>6) Սփյուռքից առաջին անգամ ժամանողների թիվը</p> <p>7) Սփյուռքահայերի տեսակարար կշիռը ընդհանուր զբոսաշրջիկների թվում</p> <p>8) Ներքին զբոսաշրջային այցելությունների և գիշերակացների քանակը</p> <p>9) Ներգնա զբոսաշրջիկների գիշերակացների քանակը</p>
<p>4. Հայաստանի, որպես զբոսաշրջավայրի, և երկրի ներսում առանձին</p>	<p>1) Ջրոսաշրջիկների թիվն ըստ առանձին զբոսաշրջավայրերի</p> <p>2) Յուրօրինակության պատճառով որևէ վայր այցելած զբոսաշրջիկների տեսակարար կշիռը</p>

<p>զբոսաշրջավայրերի նկարագրերի ձևավորումը և դրանց պատշաճ ներկայացումն ու խթանումը միջազգային (նպատակային) շուկայում</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3) Ջրոսաշրջային վայրերի վարկանիշն ըստ զբոսաշրջիկների 4) Արժեքի/գնի վարկանիշն ըստ զբոսաշրջիկների 5) Այցելուների բավարարվածությունը 6) Առանձին հայկական ճանապարհորդական տեղեկատվություն տրամադրող ինտերնետային կայքերի այցելությունը նպատակային շուկաների կողմից 7) Հայաստանի ճանաչումը նպատակային շուկաներում 8) Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքի խթանմանն ուղղված պետական ծախսերը 9) Ծախսերի վերադարձելիությունը՝ ժամանումների և եկամուտների առումով 10) Գովազդի ծածկույթը 11) Բավարարվածության մոնիթորինգի համար ծախսերի տոկոսը ընդհանուր մարքետինգային ծախսում
<p>5. Բարելավել տրանսպորտային համակարգը և մուտքի-ելքի մատչելիությունը</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ջրոսաշրջիկների փոխադրումների քանակն ըստ տրանսպորտային միջոցների տեսակների 2) Այցելուների քանակը 3) Ուղևորափոխադրումների քանակը 4) Հայաստանը սպասարկող ավիաուղիների քանակը 5) Շաբաթական թռիչքների ընդհանուր քանակը 6) Ավիատոմսի միջին արժեքը 7) Ցերեկային ժամերին թռիչքների տեսակարար կշիռը 8) Օնլայն/ինտերնետով ամրագրված ավիատոմսերի քանակը 9) Սահմանային անցման ընթացակարգերը
<p>6. Բարելավել ենթակառուցվածքները</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Պետական ծախսերի չափը՝ ուղղված զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների արդիականացմանը 2) Պետական մասնակցության տոկոսը ենթակառուցվածքների զարգացման մեջ 3) Մշակված, իրականացված և ավարտված զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների զարգացման ծրագրերի թիվը
<p>7. Բարձրացնել ծառայությունների որակը</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ջրոսաշրջավայրում զբոսաշրջային ծառայությունների քանակն ու տարատեսակները 2) Ջրոսաշրջային գրավչությունների քանակը 3) Որակավորված հյուրանոցային տնտեսության և սննդի օբյեկտների քանակը 4) Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների զբաղվածության մակարդակը

	<ul style="list-style-type: none"> 5) Որակավորված զբոսաշրջային օպերատորների, զբոսավարների, ուղեկցորդների, քանակը 6) Ջրոսաշրջային օպերատորների և զբոսավարների ծառայություններից օգտվող զբոսաշրջիկների տեսակարար կշիռը 7) Ինտերնետով կատարած պատվերների տեսակարար կշիռը 8) Ծառայությունների որակի վերաբերյալ բողոքների քանակը
<p>8. Չարգացնել մարդկային ռեսուրսները</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1) Վերապատրաստված աշխատուժի քանակը 2) Ջրոսաշրջության և հյուրընկալության ոլորտում նոր շրջանավարտների զբաղվածության մակարդակը 3) Կես դրույքով/մեկդրույքով/սեզոնային աշխատատեղերի քանակը 4) Հայկական համալսարանների կողմից միջազգային ամսագրերում տպագրված հոդվածների քանակը 5) Միջազգային որակավորմամբ զբոսաշրջային աշխատակիցների քանակը 6) Ջրոսաշրջության մասնագիտությամբ շրջանավարտների քանակը 7) Ջրոսաշրջության շնորհիվ առաջացած ուղղակի և անուղղակի զբաղվածության մակարդակը 8) Ջրոսաշրջության ոլորտում զբաղվածության տոկոսը 9) Ջրոսաշրջության ոլորտում աշխատավարձերի մակարդակը 10) Պահանջարկին համապատասխանող կրթական ծրագրերի առկայությունը 11) վերապատրաստման ծախսերի մակարդակը 12) Աշխատակիցների բավարարվածությունը 13) Լեզուների իմացությունը
<p>9. Ապահովել անվտանգություն և հանրային առողջություն</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1) Ջրոսաշրջիկների շրջանում արձնագրված հիվանդությունների դեպքերի թիվը՝ ըստ հիվանդությունների միջազգային 10-րդ դասակարգման (ICD-10), 2) Առաջին օգնության հմտություններով և հանրային առողջության ուղղությամբ ուսուցված զբոսաշրջության ոլորտի աշխատողների քանակը, 3) Ջրոսաշրջիկների նկատմամբ իրականացված հանցագործությունների քանակը
<p>10. Բարելավել գործարար,</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1) Պետական քաղաքականության կատարողականը 2) Շահագրգիռ կողմերի համագործակցության

<p>Ներդրումային միջավայրը, ինչպես նաև զբոսաշրջավայրերի կառավարումը</p>	<p>մակարդակը</p> <ol style="list-style-type: none"> 3) Ասոցիացիաների քանակը, ներկայացուցչականության մակարդակը, 4) Ներդրումների ծավալը 5) Ներդրումները կարգավորող օրենսդրությունը 6) Զբոսաշրջության բնագավառը կարգավորող օրենսդրությունը 7) Պետական ծախսերի ծավալը 8) Պետական մասնավոր համագործակցության մեջ պետական բաժնեմասը
--	---