



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

ՀԱՅԱՍՏԱՆ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԱՅՑԵԼՈՒՆԵՐԻ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆ ՍԵՊՏԵՄԲԵՐ 2006թ. – ՕԳՈՍՏՈՍ 2007թ. ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԻ ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆ

2007թ. Ղեկտեմբեր

Այս հաշվետվությունը պատրաստվել է Ամերիկայի Միացյալ Նահանգների Միջազգային զարգացման գործակալության, Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալության, ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարության և Հայաստանի Հանրապետության Ազգային վիճակագրական ծառայության ուշադրությանը ներկայացնելու նպատակով: Այն պատրաստվել է Զեսիկա Րեյնոլդսի կողմից «Մրցունակ մասնավոր հատված Հայաստանում» (ՄՄՀՀ) ծրագրի շրջանակներում:



ՀԱՅԱՍՏԱՆ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԱՅՑԵԼՈՒՆԵՐԻ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆ ՍԵՊՏԵՄԲԵՐ 2006թ. – ՕԳՈՍՏՈՍ 2007թ. ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԻ ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆ

Հաշվետվության մեջ ներկայացված տեսակետները հեղինակինն են, և պարտադիր չէ, որ արտացոլեն Միացյալ Նահանգների կառավարության կամ ԱՄՆ Միջազգային զարգացման գործակալության տեսակետները:

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ.....	3
ՍԱՀՄԱՆՈՒՄՆԵՐ.....	4
1. ԱՄՓՈԹՈՒՄ.....	5
1.1. Մեկնումների հետազոտություն.....	5
1.2. Ժամանումների հետազոտություն.....	7
2. ԱՄՓՈԹ ՆԿԱՐԱԳԻՐ.....	8
3. ՄԵԹՈՂԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ.....	8
4. ՄԵԿՆՈՒՄՆԵՐԻ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԸ.....	9
4.1. Այցելուների նկարագիրը.....	9
4.1.1. Քաղաքացիությունը.....	9
4.1.2. Այցելության նպատակը.....	11
4.1.3. Հայաստանը որպես հանգստի անցկացման վայր ընտրելու պատճառները.....	12
4.1.4. Տարիքը և սեռը.....	13
4.1.5. Կրկնվող այցելություններ.....	14
4.1.6. Տեղեկատվության աղբյուրներ.....	15
4.2. Ճամփորդական վարքագիծը.....	18
4.2.1. Ուղևորության կազմակերպումը և ամրագրումներ ինտերնետով.....	18
4.2.2. Կացարանը.....	20
4.2.3. Այցելության տևողությունը.....	23
4.2.4. Ուր են այցելել.....	25
4.2.5. Զբոսաշրջիկների գիշերների բաշխումը.....	28
4.3. Այցելուների կողմից տրված գնահատականները.....	29
4.3.1. Հարմարությունների և ծառայությունների գնահատումը.....	29
4.3.2. Հայաստան կրկին այցելելու ցանկությունը.....	30
4.3.3. Հայաստանը որպես հանգստավայր խորհուրդ տալը.....	31
4.4. Այցելուների ծախսերը.....	32
4.4.1. Մեկ անձին ընկնող միջին ծախսերը և օրական ծախսերը օրական ծախսերը.....	32
4.4.2. Ուղևորությունն ինքնուրույն կազմակերպած զբոսաշրջիկների միջին ծախսերն ըստ ծախսերի առարկաների.....	38
5. ԺԱՄԱՆՈՒՄՆԵՐԻ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԸ.....	42
5.1. Այցելուների նկարագիրը.....	42
5.1.1. Քաղաքացիության երկիրը.....	42
5.1.2. Այցելության երկիրը.....	43
5.1.3. Տարիքը և սեռը.....	44
5.2. Ճամփորդական վարքագծի օրինակներ.....	45
5.2.1. Ուղևորության կազմակերպումը.....	45
5.2.2. Կացարան.....	45
5.2.3. Այցելության տևողությունը.....	46
5.3. Այցելուների ծախսերը.....	47
5.3.1. Մեկ շնչի հաշվով միջին ծախսերը և օրական ծախսերը.....	47
5.3.2. Միջին ծախսերն ըստ ծախսերի առարկաների.....	51
5.3.3. Ուղևորության ֆինանսավորումը.....	54
5.3.4. Ստացվող եկամուտը.....	56
6. ԴԻՏԱՐԿՈՒՄՆԵՐ ԵՎ ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ.....	57
ՀԱՎԵԼՎԱԾ Ա. ՄԵԿՆՈՒԻ ՀԱՐՑՈՒՄ.....	59
ՀԱՎԵԼՎԱԾ Բ. ԺԱՄԱՆՈՒԻ ՀԱՐՑՈՒՄ.....	63

ՍԱՀՄԱՆՈՒՄՆԵՐ

ԱՊՀ երկրներ՝ ներառում է «այլ ԱՊՀ երկրներ», Ռուսաստան և Վրաստան,

Հանգստի նպատակով ժամանածներ՝ արձակուրդների, հանգստի կամ ժամանցի նպատակով այցելած զբոսաշրջիկներ,

Հանգստի/ժամանցի նպատակով ժամանած այցելուներ/զբոսաշրջիկներ՝ արձակուրդների նպատակով ժամանածներ, Միջին Արևելք՝ ընդգրկում է Սիրիան, Լիբանանը և Պարսկաստանը, Հյուսիսային Ամերիկա՝ ԱՄՆ-ն և Կանադան,

Այլ ԱՊՀ երկրներ՝ Ադրբեջան, Բելառուս, Ղազախստան, Ղրղզստան, Մոլդովա, Տաջիկստան, Թուրքմենստան, Ուկրաինա,

Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ՝ Անդորրա, Ավստրիա, Բելգիա, Դանիա, Ֆինլանդիա, Իռլանդիա, Լիխտենշտեյն, Լյուքսեմբուրգ, Մալթա, Հոլանդիա, Նորվեգիա, Պորտուգալիա, Իսպանիա, Շվեյցարիա և Շվեդիա,

Զբոսաշրջիկներ՝ այն մարդիկ, ովքեր «ուղևորվում իրենց սովորական միջավայրից դուրս գտնվող վայրեր և հանգրվանում են այնտեղ ավելի քան մեկ անընդմեջ տարի ժամանակահատվածով հանգստի, բիզնեսի և այլ նպատակներով, որոնք կապված չեն այցելության վայրում փոխհատուցման ենթակա գործունեության հետ»,

Ճանապարհորդողներ/ճամփորդողներ՝ զբոսաշրջիկներ,

Այցելուներ՝ զբոսաշրջիկներ, չնայած ՄԱԿ-ի Զբոսաշրջության համաշխարհային կազմակերպության պաշտոնական սահմանումն այլ է,

Արևմտյան Եվրոպա՝ Անգլիա, Ֆրանսիա, Գերմանիա, Իտալիա և «Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ»:

1. ԱՄՓՈՓՈՒՄ

1.1. Մեկնումների հետազոտություն

Մեկնումների հետազոտությունն իրականացվել է Հայաստան այցելող օտարերկրյա զբոսաշրջիկների վարքագիծն ուսումնասիրելու նպատակով: Այցելուների նկարագրից երևում է, որ զբոսաշրջիկները, մեծամասամբ, ժամանում են Ռուսաստանից, Վրաստանից, ԱՊՀ այլ երկրներից և Իրանից, որոնց հաջորդում են Արևմտյան Եվրոպայի և Հյուսիսային Ամերիկայի երկրները: Ակնհայտ է, որ զբոսաշրջիկների ընդհանուր քանակում մեծ է հայկական ծագում ունեցող զբոսաշրջիկների մասնաբաժինը, այդ իսկ պատճառով տրամաբանական է, որ այցելությունն ընկերներին և հարազատներին նշվել է, որպես Հայաստան կատարած ուղևորությունների հիմնական նպատակ:

Ընկերներին և հարազատներին այցելությունից հետո մյուս առավել նշանակալի նպատակներ են նշվել գործնական և հանգստի/ժամանցի նպատակով կատարված այցելությունները: Հանգստի նպատակով այցելած զբոսաշրջիկները մեծամասամբ ժամանել են Հյուսիսային Ամերիկայից, Արևմտյան Եվրոպայից, Ճապոնիայից և Միջին Արևելքից, մինչդեռ Ռուսաստանի և ԱՊՀ երկրների դեպքում այս նպատակով այցելող զբոսաշրջիկները փոքրաթիվ են: Պատասխանողների կողմից հանգստի կամ ժամանցի անցկացման նպատակով Հայաստանը որպես զբոսաշրջային ուղղություն ընտրելու հիմնական պատճառներ են նշվել երկրի բնությունը և պատմամշակութային վայրերը, ինչևէ, շուկայում նշանակալի դեր են ունեցել նաև Հայաստանի ավանդույթները և էկոտուրիզմը կամ արկածային զբոսաշրջությունը:

Բոլոր այցելուների կտրվածքով զբոսաշրջիկների մեծամասնությունը տղամարդիկ են, բացառությամբ ընկերներին և հարազատներին այցելության եկած և բուժման նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկների խմբերի, որտեղ այցելուների մեծամասնությունը կանայք են: Հիմնական տարիքային խումբը բաղկացած է 36-55 տարեկաններից, ինչևէ, այս զբոսաշրջիկների մոտ հանգստի/ժամանցի նպատակով կատարված ուղևորությունների դրույքաչափն այնքան էլ մեծ չէ: Հանգստի նպատակով կատարված այցելությունները, հիմնականում, ընկնում են 55 տարեկան և բարձր տարիքային խմբին, չնայած նրանց քանակն այդքան մեծ չէ:

Բավականին բարձր է Հայաստան մեկից ավելի այցելությունների կատարման դրույքաչափը, հատկապես հայկական ծագում ունեցողների շրջանում, իսկ մեկից ավելի անգամ Հայաստանում եղած զբոսաշրջիկների մեծ մասի ուղևորության նպատակն այցելությունն է ընկերներին և հարազատներին: Հիմնվելով այն փաստի վրա, որ Ռուսաստանից և Վրաստանից ժամանած շատ զբոսաշրջիկներ ունեն հայկական ծագում, տրամաբանական է այն, որ կրկնվող այցելությունների ամենաբարձր դրույքաչափը բաժին է ընկնում այս երկու երկրներին:

Հայաստան ժամանած զբոսաշրջիկների կողմից օգտագործված տեղեկատվության հիմնական աղբյուրներ են նշվել ընկերներն ու հարազատներին, ինչպես նաև նախորդ այցելությունները, ինչը խոսում է այն մասին, որ Հայաստանի ներկայացվածությունը զբոսաշրջության մարկետինգի այլ ուղիներով այնքան էլ մեծ չէ:

Բացի այդ, ցածր է նաև ինտերնետի օգնությամբ ուղևորության հետ կապված ամրագրումների կատարման դրույքաչափը: Այս նպատակով ինտերնետից առավելագույնս օգտվել են Մեծ Բրիտանիայի և Իտալիայի զբոսաշրջիկները, իսկ ամենաքիչը՝ Վրաստանից և Ճապոնիայից ժամանած զբոսաշրջիկները: Ինտերնետն ավելի հաճախ է օգտագործվել ամրագրումների կատարման համար Հայաստան հանգստանալու նպատակով այցելած զբոսաշրջիկների կողմից զբոսաշրջիկների մյուս խմբերի համեմատ:

Ուղևորության պլանավորման նպատակով տուրօպերատորների ծառայություններից օգտվել են հիմնականում Ճապոնիայից, Հյուսիսային Ամերիկայից և Արևմտյան Եվրոպայից ժամանած զբոսաշրջիկները, ինչպես նաև հանգստի նպատակով ժամանածները: Բացի այդ, այս խումբը (գումարած Իրանը) նաև ավելի հակված է հանգրվանել հյուրանոցներում: Մինչդեռ, Ռուսաստանից և Վրաստանից ժամանած զբոսաշրջիկների մեծ մասը հանգրվանում է ընկերների և հարազատների տանը, նույնը կարելի է ասել նաև ընկերներին ու հարազատներին այցելության նպատակով ժամանած, ինչպես նաև հայկական ծագում ունեցող զբոսաշրջիկների համար:

Այցելության ամենաերկար ժամանակահատվածն ընկնում է աշխատանքի, կրթության, բուժման և ընկերներին ու հարազատներին այցելության, իսկ ամենակարճը՝ հանգստի և բիզնեսի նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկներին: Զբոսաշրջիկների մեծ մասի այցելության տևողությունն է 4-7 գիշեր, որին հաջորդում է 22 և ավելի գիշեր պատասխանը: Ռուսաստանից ժամանածների ուղևորության տևողությունը, հիմնականում 22 և ավելի գիշեր է, իսկ հարևան երկրների՝ Իրանի և Վրաստանի զբոսաշրջիկների դեպքում՝ 1-3 գիշեր:

Այցելությունների ամենամեծ թիվն ընկնում է Երևանին, իսկ ամենափոքրը՝ Լեռնային Ղարաբաղին և Սյունիքի մարզին: Երկրի տարբեր վայրեր ավելի հաճախ այցելել են հանգստի նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկները, ինչը զարմանալի չէ, մինչդեռ աշխատանքի նպատակով ժամանածներն ամենաքիչն են այցելել մեկից ավելի վայրեր: Հայաստանում ամենախնտենսիվ ուղևորություններն ընկնում են կանադացիներին, ում մոտ այցելության վայրերի քանակն ամենամեծն է, իսկ երկրի ներսում ամենափոքր քանակով ուղևորություններ կատարողները Վրաստանից և Իրանից ժամանած զբոսաշրջիկներն են:

Զբոսաշրջիկների կողմից երկրում անցակցրած գիշերների քանակի առումով առաջին տեղում Երևանն է, որին հաջորդում է Շիրակի մարզը: Ինչևէ, Շիրակի մարզ այցելող զբոսաշրջիկները, հիմնականում, ժամանել են Հայաստան ընկերներին և բարեկամներին հանդիպելու նպատակով, այդ իսկ պատճառով կացարանի վրա նրանց կատարած ծախսերը նշանակալի չեն: Բացի այդ, պարզվում է նաև, որ հայկական ծագում ունեցող և ընկերներին ու բարեկամներին այցելող զբոսաշրջիկներն ավելի քիչ ժամանակ են ծախսել Երևանում:

Հայաստանը, ընդհանուր առմամբ, զբոսաշրջիկների կողմից լավ է գնահատվել: Լավագույն գնահատականները տրվել են տեսարժան վայրերին և հանգստի գոտիներին, իսկ ամենացածր գնահատականները՝ ճանապարհներին և գների մակարդակին: Այցելուների գերակշռող մեծամասնությունն ունի կրկին Հայաստան այցելելու ցանկություն, չնայած գերմանացի և արձակուրդների անցկացման նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկների մոտ կրկնվող այցելությունների ցանկության դրույթաչափն ավելի ցածր է, քան զբոսաշրջիկների մյուս խմբերի մոտ: Բոլոր այցելուների մեծամասնությունը նշել է, որ խորհուրդ կտա իր ընկերներին ու հարազատներին այցելել Հայաստան, իսկ Լիբանանից և Գերմանիայից ժամանած զբոսաշրջիկների դեպքում այդ դրույթաչափն ավելի ցածր է՝ ելնելով հարցման պատասխաններից:

Տուր փաթեթով Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկներն ամենաշատ են գումարներ ծախսում և՛ ընդհանուր և՛ օրական ծախսերի առումով: Հայաստանում իրենց այցելության ժամանակ առավելագույն գումարներ ծախսող զբոսաշրջիկները Կանադիայից և Ճապոնիայից ժամանած զբոսաշրջիկներն են, իսկ նվազագույնը՝ Վրաստանից և Իրանից ժամանածները: Ինչպես նշված է հաշվետվության այլ մասերում, հայկական ծագում ունեցող և ընկերներին ու բարեկամներին հանդիպելու նպատակով ժամանողները, ընդհանուր առմամբ, ավելի քիչ են ծախսում ավելի երկար ժամանակահատվածում: Արձակուրդների նպատակով այցելող զբոսաշրջիկները ծախսում են ամենաշատը, նրանց այդ ծախսերը կրկնապատկվում են տուր փաթեթով ճանապարհորդելու դեպքում:

Այցելուների բյուջեի մեծ մասն ընկնում է միջազգային տրանսպորտային ծախսերին, մինչդեռ կացարանների, ռեստորանների, կազմակերպված տուրերի և հուշանվերների վրա

կատարված ծախսերը մեծ չափերի չեն հասնում: Հանգստի նպատակով ժամանածներն ավելի շատ են ծախսում միջազգային տրանսպորտի և կացարանների վրա, քանի որ նրանք, մեծամասամբ, ժամանում են հեռու երկրներից և նրանց մեջ ավելի քիչ են այն զբոսաշրջիկները, ովքեր հանգրվանում են իրենց ընկերների ու բարեկամների տանը: Նշանակալի թվեր են ստացվել «այլ ծախսեր» մասով, հատկապես Ռուսաստանից և ԱՊՀ այլ երկրներից ժամանած զբոսաշրջիկների մոտ:

1.2. Ժամանումների հետազոտություն

Ժամանումների հետազոտությունն իրականացվել է Հայաստանի բնակիչների միջազգային ուղևորությունների վարքագիծն ուսումնասիրելու նպատակով: Այդ իսկ պատճառով էլ զարմանալի չէ, որ հարցմանը մասնակցած Հայաստանի բնակիչների 97%-ն ունի Հայաստանի քաղաքացիություն: Հայաստանում բնակվող Ռուսաստանի քաղաքացիները կազմում են ընդամենը քաղաքացիների 1.5%-ը: Հայաստանի բնակիչների մեծ մասը ճանապարհորդում է Վրաստան, Ռուսաստան և Իրան, ինչը զարմանալի չէ՝ ելնելով այն հանգամանքից, որ Վրաստանը և Իրանն ուղղակիորեն սահմանակցում են Հայաստանին, իսկ Ռուսաստանում կա մեծ սփյուռք:

Արտագնա զբոսաշրջիկների մեծամասնությունը տղամարդիկ են, բացառությամբ այն զբոսաշրջիկների, ովքեր ճանապարհորդում են ընկերներին ու բարեկամներին հանդիպելու և կրթություն ստանալու նպատակով: Զբոսաշրջիկների ամենամեծ մասնաբաժինն ընկնում է 36-55 տարիքային խմբին, վերջինիս դեպքում նաև ավելի մեծ է բիզնեսի և աշխատանքի նպատակով ճանապարհորդողների դրույքաչափը, մինչդեռ հանգստի/ժամանցի մեկնողների տարիքային խումբը 18-35 տարեկանն է, իսկ բուժման նպատակով մեկնողները պատկանում են 55 տարեկանից բարձր տարիքային խմբին:

Ճանապարհորդողների մեծ մասը չի օգտվում տուրօպերատորի ծառայություններից ուղևորության կազմակերպման նպատակով, մինչդեռ Իտալիա և Հունաստան մեկնողներն ամենաշատն են դիմում տուրօպերատորների օգնությանը զբոսաշրջային ուղևորություն հանդիսացող բոլոր երկրների մեջ: Ուղևորության նախապես պատվիրման համար տուրօպերատորներին ավելի շատ են դիմում նաև արձակուրդների նպատակով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկները:

Արտասահմանում օգտագործվող կացարաններից ամենատարածվածը վարձակալվող բնակարաններն են: Ինչևէ, սա, հիմնականում, կապված է աշխատանքի և կրթության նպատակով ճանապարհորդողների հետ, ովքեր երկար ժամանակով են այցելում տվյալ երկիր: Վարձակալվող բնակարաններից հետո երկրորդ տեղում են ընկերների և բարեկամների բնակարանները, որպես օգտագործված կացարաններ: Հյուրանոցներին ընկնում է ամենակարճ ժամանակահատվածը, ինչը, ամենայն հավանականությամբ կապված է նրա հետ, որ բիզնեսի, սպորտային և մշակութային միջոցառումների մասնակցելու, ինչպես նաև հանգստի նպատակով ճանապարհորդողներն ավելի շատ կարճ տևողությամբ ուղևորություններ են կատարում: Ամենակարճ տևողությունն ունեն հարևան երկրներ կատարվող (Վրաստան և Իրան) ուղևորությունները, իսկ ամենաերկարը՝ Ռուսաստան, Հունաստան և Հյուսիսային Ամերիկա կատարվողները:

Հայաստանի բնակիչների օրական առավելագույն ծախսերն ընկնում են «այլ երկրներ» կատեգորիային և Արևմտյան Եվրոպայի երկրներին, իսկ Վրաստանին, ԱՊՀ այլ երկրներին և Հունաստանին ընկնում են նվազագույն ծախսերը: Ծախսերն ավելի շատ են տուր փաթեթով ճանապարհորդողների դեպքում:

Ճապոնիա և Լիբանան այցելողների կողմից կատարված ծախսերում նշանակալի մասնաբաժին են կազմում վաճառքի նպատակով ձեռք բերված ապրանքներին ընկնող ծախսերը, չնայած սա, հիմնականում, վերաբերվում է գործնական և «այլ» նպատակներով ճանապարհորդողներին: Բացի այդ, օրական ծախսերի ամենաբարձր դրույքաչափը ևս ընկնում է գործնական նպատակով ճանապարհորդողներին, իսկ առավելագույն ընդհա-

նուր ծախսերի առումով առաջին տեղում են բուժման նպատակով ճանապարհորդողները: Մինչ Հայաստանից մեկնելը կատարված ծախսերը, հիմնականում, վերաբերվում են միջազգային տրանսպորտին, հատկապես Հայաստանից հեռու գտնվող վայրեր ճանապարհորդող զբոսաշրջիկների դեպքում: «Այլ» ծախսեր խումբը ևս բավականին մեծ մասնաբաժին ունի մինչ ուղևորությունը կատարված ծախսերում: Այն ամենաբարձրն է ընկերներին ու բարեկամներին այցելող զբոսաշրջիկների մոտ: Բացի այդ, «Այլ» կատեգորիային է ընկնում նաև արտասահմանում կատարված ծախսերի ամենամեծ մասնաբաժինը, որը նաև հատկապես բարձր է բուժման նպատակով և ընկերներին ու բարեկամներին այցելող զբոսաշրջիկների մոտ: Արտասահմանում կատարված ծախսերում մեծ է նաև վաճառքի նպատակով ձեռք բերված ապրանքների դրույքաչափը:

Հարցազրույցին մասնակցած զբոսաշրջիկների մեծամասնությունն ինքն է ֆինանսավորել իր ճանապարհորդությունը, սակայն մի նշանակալի խմբի (հատկապես ընկերներին ու բարեկամներին այցելության և բուժման նպատակով մեկնած զբոսաշրջիկները) ուղևորությունը ֆինանսավորվել է ընկերների ու բարեկամների կողմից: Զբոսաշրջիկների մեծ մասն արտասահմանում որևէ եկամուտ չի ունեցել, չնայած Իրան և Հունաստան այցելողների մոտ եկամուտ ստանալու դրույքաչափն ավելի բարձր է, ինչպես և աշխատանքի և գործարար նպատակներով ճանապարհորդողներին, ինչը տրամաբանական է:

2. ԱՄՓՈՓ ՆԿԱՐԱԳԻՐ

Այցելումների այս հետազոտության նպատակն էր հատկորոշել Հայաստան այցելող օտարերկրյա զբոսաշրջիկների նկարագիրը, վարքը, գոհացության մակարդակը և ծախսերը, ինչպես նաև արտասահմանյան երկրներ մեկնող Հայաստանի քաղաքացիների ծախսերը: Հետազոտության ձևաչափը և հավաքագրված տվյալները հետազայում օգտակար կլինեն զբոսաշրջային սատելիտային հաշիվների ստեղծման գործընթացի համար: Վերջինս մի մոդել է, որն ուղղված է հյուրընկալող երկրներում զբոսաշրջության տնտեսական ազդեցության գնահատմանը:

Հետազոտության արդյունքում ստացված այս տվյալներն ընծեռում են կառավարության և մասնավոր հատվածի կողմից Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտն ավելի լավ հասկանալու և այդ ոլորտում աշխատանքների նախատեսման, ապրանքների մշակման, քաղաքականության մշակման և խթանման մեթոդների ստեղծման գործընթացին աջակցելու հնարավորություն:

Հետազոտության ձևաչափի մշակումը և իրականացումը կատարվել է ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայության, ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարության, Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալության և ԱՄՆԶԳ ֆինանսավորմամբ իրականացվող «Մրցունակ մասնավոր հատված Հայաստանում» ծրագրի համագործակցության արդյունքում:

Նմանատիպ հետազոտություն է իրականացվել 2002թ. TACIS ծրագրի աջակցությամբ:

3. ՄԵԹՈԴԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

Մեկնող օտարերկրյա զբոսաշրջիկների և ժամանող հայ զբոսաշրջիկների հետազոտությունը մեկնարկել է 2006թ. սեպտեմբերի 1-ին և ավարտվել 2007թ. օգոստոսի 31-ին: Հետազոտության հարցաշարը և մեթոդաբանությունը հաստատվել են ՀՀ վիճակագրական ծառայության կողմից:

Հարցազրույցներն իրականացվել են վերապատրաստում անցած 31 հարցազրուցավարների կողմից Երևանի Զվարթնոց օդանավակայանում, Գյումրիի օդանավակայանում և Բագրատաշենի, Բավրայի, Գոգավանի, Այրուճի ու Մեղրիի սահմանային անցման կետերում: Մեկնողների համար նախատեսված հարցաշարերը թարգմանվել են անգլերեն, ֆրանսերեն, գերմաներեն, ռուսերեն, պարսկերեն, իսպաներեն և չիներեն լեզուներով:

Տվյալների հավաքագրումը, կողավորումը և դրանց հիման վրա աղյուսակների կազմումը կատարվել է ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայության կողմից:

Հետազոտության ընթացքում կիրառվել է պատահական ընտրանքի սկզբունքը, իսկ հարցազրույցներն անց են կացվել ժամանող և մեկնող զբոսաշրջիկների ընդհանուր թվի մոտ 3%-ի հետ (սահմանային անցման կետը հատող յուրաքանչյուր 33-րդ մարդը): Օգտագործված 2 հարցաշարերը կցված են սույն հաշվետվությանը: Հետազոտությունը և մեթոդաբանությունը մշակվել են ըստ ՄԱԿ-ի Զբոսաշրջության համաշխարհային կազմակերպության սահմանման «զբոսաշրջիկ» համարվող անձանց համար, չայած այս դեպքում հավաքագրված տվյալները վերաբերվում են նաև աշխատանքի նպատակով ուղևորություններին:

4. ՄԵԿՆՈՂՆԵՐԻ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԸ

4.1. Այցելուների նկարագիրը

4.1.1. Քաղաքացիությունը

Աղյուսակ 1. քաղաքացիությունը. զբոսաշրջիկների ամենաբարձր տոկոսային հարաբերությունը

Երկիր	Զբոսաշրջիկների ընդհանուր քանակը	Ընդամենը զբոսաշրջիկների տոկոսային հարաբերությունը	Հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների ընդհանուր քանակը	Հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների տոկոսային հարաբերությունը	Հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների որպես տվյալ երկրի քաղաքացիների տոկոսային հարաբերությունը
Հայաստան	891	11.7	879	18.5	98.7
Կանադա	56	0.7	38	0.8	67.9
Ֆրանսիա	264	3.5	131	2.8	49.6
Վրաստան	2135	28.0	1457	30.7	68.3
Գերմանիա	215	2.8	50	1.1	23.3
Հունաստան	60	0.8	33	0.7	55.0
Իրան	595	7.8	178	3.8	29.9
Իտալիա	55	0.7	5	0.1	9.1
Ճապոնիա	42	0.6	1	0.0	2.4
Լիբանան	32	0.4	28	0.6	87.5
Ռուսաստանի Ֆեդերացիա	1883	24.7	1438	30.3	76.4
Միդիայի Արաբական Հանրապետություն	89	1.2	64	1.3	71.9
Մեծ Բրիտանիա	138	1.8	35	0.7	25.4
Միացյալ Նահանգներ	336	4.4	165	3.5	49.1
Այլ ԱՊՀ երկրներ	222	2.9	114	2.4	51.4
Արևմտաեվրոպական այլ երկրներ	242	3.2	54	1.1	22.3
Բոլոր այլ երկրները	372	4.9	76	1.6	20.4
Ընդամենը	7627	100	4746	100	62.2

* այդ թվում նաև աշխատանքի նպատակով ճանապարհորդողները

Քաղաքացիության առումով ամենամեծ թվով զբոսաշրջիկներն, ընդհանուր առմամբ, ժամանել են Ռուսաստանից և ԱՊՀ երկրներից, Հյուսիսային Ամերիկայից և Միջին Արևելքից (ներառյալ Իրանը), իսկ ամենաքիչը ժամանել են Աֆրիկայի, Ասիայի և Օվկիանիայի երկր-

ներից, ինչպես նաև Լատինական Ամերիկայից: Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկների ամենամեծ մասնաբաժինն ընկնում է Ռուսաստանին և ԱՊՀ երկրներին, այն է՝ 28% Կրաստանին, 24.7% Ռուսաստանին և 2.9% մյուս ԱՊՀ երկրներին: Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկների 12.8%-ն ընկնում է Արևմտյան Եվրոպային (ներառյալ Իտալիան, Ֆրանսիան, Գերմանիան և այլն), իսկ 5.1%-ը՝ Հյուսիսային Ամերիկային:

Քաղաքացիության առումով նշանակալիորեն բարձր է նաև հայերի ներկայացուցչությունը՝ 11.7%, չնայած հարկ է նշել, որ բոլոր այս հայ զբոսաշրջիկները հետազոտության իրականացման ընթացքում բնակվում էին այլ երկրներում, հիմնականում Ռուսաստանում (85.6%) և, ավելի քիչ, ԱՄՆ-ում, Կրաստանում, Ֆրանսիայում և Գերմանիայում: Հայկական ծագումը կարևոր ասպեկտ է զբոսաշրջիկների նկարագրում, քանի որ Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկների 62.2%-ը ծագումով հայ է:

Առկա միտումները ցույց են տալիս, որ նախկին Խորհրդային Միության երկրներից և հարևան երկրներից (և, հնարավոր է, սփյուռքահայերի մեծ համայնք ունեցող երկրներից) ժամանող զբոսաշրջիկներն ավելի հակված են այցելել Հայաստան:

Աղյուսակ 2. Բնակության երկիրը. զբոսաշրջիկների ամենաբարձր տոկոսային հարաբերությունը

Երկիր	Զբոսաշրջիկների ընդհանուր քանակը	Ընդամենը զբոսաշրջիկների տոկոսային հարաբերությունը	Հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների ընդհանուր քանակը	Հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների տոկոսային հարաբերությունը	Հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների որպես տվյալ երկրի քաղաքացիների տոկոսային հարաբերությունը
Կանադա	55	0.7	38	0.8	69.1
Ֆրանսիա	270	3.5	144	3.0	53.3
Կրաստան	2143	28.1	1470	31.0	68.6
Գերմանիա	222	2.9	59	1.2	26.6
Հունաստան	64	0.8	37	0.8	57.8
Իրան	592	7.8	177	3.7	29.9
Իտալիա	65	0.9	10	0.2	15.4
Ճապոնիա	40	0.5	1	0.0	2.5
Լիբանան	37	0.5	33	0.7	89.2
Ռուսաստանի Ֆեդերացիա	2660	34.9	2188	46.1	82.3
Սիրիայի Արաբական Հանրապետություն	88	1.2	63	1.3	71.6
Մեծ Բրիտանիա	145	1.9	36	0.8	24.8
Միացյալ Նահանգներ	347	4.5	186	3.9	53.6
Այլ ԱՊՀ երկրներ	235	3.1	136	2.9	57.9
Արևմտաեվրոպական այլ երկրներ	231	3.0	67	1.4	29.0
Բոլոր այլ երկրները	433	5.7	101	2.1	23.3
Ընդամենը	7627	100.0	4746	100.0	62.2

Ժամանողների մոտ քիչ են տարբերություններն ըստ քաղաքացիության և բնակության երկրի: Ռուսաստանից ժամանում են ավելի մեծ թվով Ռուսաստանի բնակիչներ, քան քաղաքացիներ, ինչը խոսում է Ռուսաստանում բնակվող մեծ թվով Հայաստանի քաղաքացիների մասին:

4.1.2. Այցելության նպատակը

Աղյուսակ 3. Այցելության նպատակն ըստ շուկայի (%)

Այցելության նպատակը	ԱՄՆ	Կանադա	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Վրաստան	Այլ ԱՊՀ	Հունաստան	Իտալիա	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ*	Լիբանան	Սիրիա	Իրան	Բոլոր այլ երկրները	Մյուսները
Գործնական/ համաժողով	29.1	27.3	30.0	14.3	19.6	24.3	14.1	32.3	54.5	22.6	35.6	37.9	10.8	18.2	31.0	41.7	22.4
Աշխատանք	3.2	1.8	7.5	1.5	1.0	3.4	3.1	12.3	6.2	3.0	4.1	4.0	0	1.1	37.6	4.1	4.8
Կրթություն	0	0	0	0.3	2.9	2.1	0	0	0.7	0	2.3	0.6	5.4	13.6	4.4	3.1	1.8
Բուժում	0	0	0	3.7	7.2	2.1	1.6	0	0	0.7	0	0.6	0	1.1	1.0	1.0	3.6
Հանգիստ և ժամանց	24.2	36.4	50.0	3.8	7.7	6.4	31.3	30.8	22.1	35.9	31.1	29.3	35.1	20.5	6.8	24.5	11.6
Մասնակցություն մարզական մշակութային միջոցառումներին	2.9	3.6	5.0	1.2	0.6	0.9	1.6	7.7	2.8	1.9	2.7	5.2	2.7	3.4	0.7	3.7	1.5
Այցելություն հարազատներին, ընկերներին	33.1	23.6	0	63.8	48.4	50.2	45.3	9.2	13.1	32.6	20.3	15.5	35.1	36.4	15.9	17.2	44.8
Այլ	6.9	7.3	7.5	11.3	12.7	10.6	3.1	7.7	0.7	3.0	3.6	6.9	10.8	5.7	2.7	4.7	9.4

*Անդորրա, Ավստրիա, Բելգիա, Դանիա, Ֆինլանդիա, Իռլանդիա, Լիխտենշտեյն, Լյուքսեմբուրգ, Մալթա, Հոլանդիա, Նորվեգիա, Պորտուգալիա, Իսպանիա, Շվեյցարիա, Շվեդիա

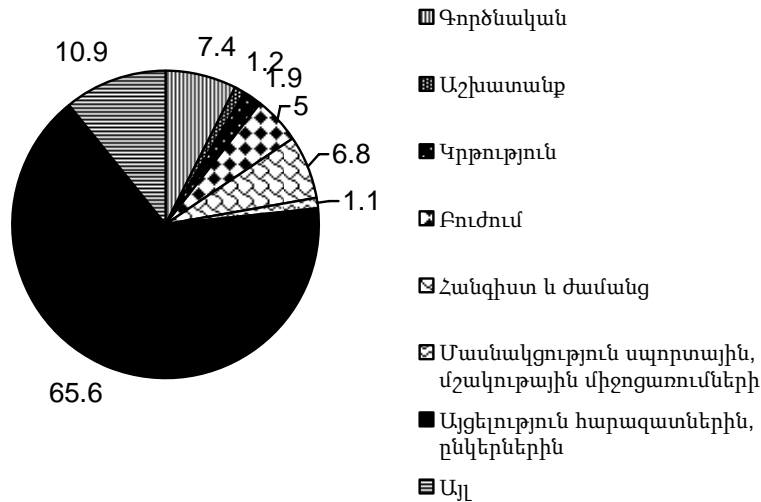
Այցելությունն ընկերներին և հարազատներին նշվել է որպես Հայաստան կատարած ուղևորության գլխավոր նպատակ բոլոր ազգությունների կողմից՝ կազմելով 44.8%: Բացի այդ, մեծ է նաև գործնական և համաժողովներին մասնակցության նպատակով կատարվող այցելությունների տոկոսային հարաբերությունը՝ 22.4%: Հայաստան այցելելու պատճառների երրորդ խումբը հանգիստը և ժամանցն են՝ կազմելով 11.6%: Այլ նպատակների շարքում նշվել են աշխատանքը (4.8%), կրթությունը (1.8%), բուժումը (3.6%), մասնակցությունը սպորտային և մշակութային միջոցառումներին (1.5%) և այլ նպատակներ կատարողին (4.7%):

Հանգստի և ժամանցի նպատակով այցելողների մեծամասնությունը Հյուսիսային Ամերիկայից և Արևմտյան Եվրոպայից է: Այս նպատակով ճանապարհորդողների քանակը մեծ է նաև Ճապոնիայի, Լիբանանի և Սիրիայի դեպքում: Չնայած նրան, որ զբոսաշրջիկների ամենամեծ մասնաբաժինն ընկնում է Ռուսաստանին, Վրաստանին և այլ ԱՊՀ երկրներին, այնուհանդերձ այս երկրներից հանգստի նպատակով ճանապարհորդողների քանակը շատ փոքր է՝ 3.8%, 7.7% և 6.4% համապատասխանաբար, սակայն մեծ է ընկերներին ու բարեկամների այցելողների քանակը: Բացի այդ, այս երկրները հանդիսանում են բուժման նպատակով Հայաստան այցելող ամենամեծ քանակով զբոսաշրջիկներ ունեցող երկրները:

Գործնական նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկների ամենամեծ մասնաբաժինն ընկնում է Մեծ Բրիտանիային (54.5%), ինչևէ, աշխատանքի նպատակով ամենամեծ թվով այցելուներ ժամանել են Իրանից (37.6%): Ուսանողների մեծամասնությունը ժամանում է Սիրիայից (13.6%) և տարածաշրջանի այլ երկրներից, որոնցից են Իրանը և Լիբանանը:

Այս տեղեկատվությունը մեկ անգամ ևս ապացուցում է այն, որ հարևան երկրները և նախկին խորհրդային երկրները լուրջ կապեր ունեն Հայաստանի հետ, ինչը պայմանավորված է կամ այդ տարիների միասնական պատմությամբ կամ ավելի պրակտիկ պատճառներով, ինչպիսին է, օրինակ, առանց վիզայի ճանապարհորդելու հնարավորությունը: Սա հատկապես վերաբերվում է աշխատանքի, կրթության և բուժման նպատակով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկներին: Ընկերներին և հարազատներին այցելության եկող զբոսաշրջիկների նշանակալի մասնաբաժինն ընկնում է սփյուռքին, հատկապես Ռուսաստանից, Վրաստանից և այլ ԱՊՀ երկրների ժամանածների դեպքում, ինչը ներկայացված է ստորև բերված գծապատկերում:

Գծապատկեր 1. Հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների այցելության նպատակը (%)



Հայկական ծագում ունեցող զբոսաշրջիկների շրջանում ավելի քիչ են նրանք, ովքեր այցելում են հանգստի/ժամանցի կամ գործնական նպատակներով (միայն 6.8% և 7.4% համապատասխանաբար) միջին զբոսաշրջիկի համեմատ, և, ընդհակառակը, մեծ է ընկերներին ու հարազատներին (65.6%) այցելության եկողների քանակը միջին զբոսաշրջիկի հետ համեմատ:

4.1.3. Հայաստանը որպես հանգստի անցկացման վայր ընտրելու պատճառները

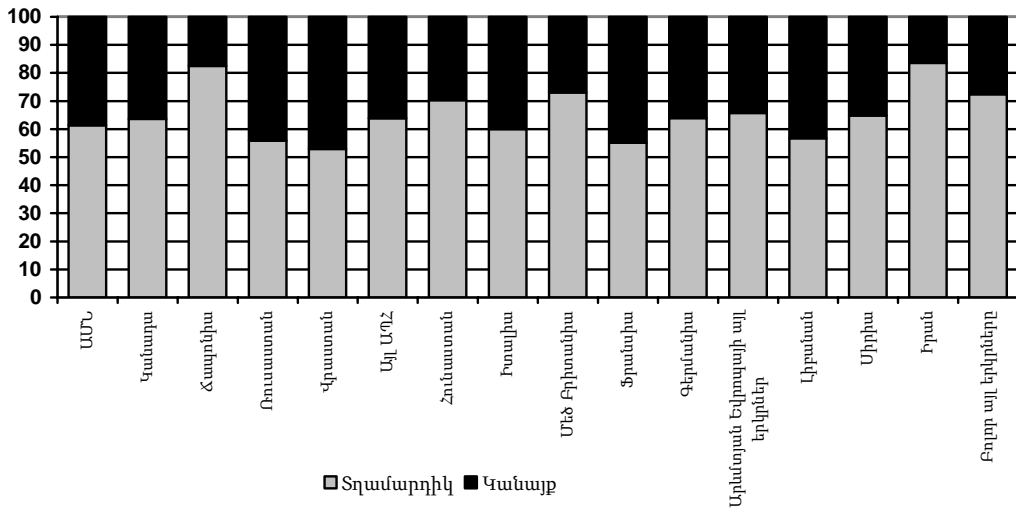
Աղյուսակ 4. Հանգստի նպատակով Հայաստանն ընտրելու հիմնական պատճառներն ըստ շուկաների (%)

Հանգստի նպատակով ճանապարհորդության պատճառը	ԱՄՆ	Կանադա	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Վրաստան	Այլ ԱՊՀ երկրներ	Հունաստան	Իտալիա	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սիրիա	Իրան	Բոլոր այլ երկրներ	Ընդամենը միջին
Բնություն	65.4	45.0	66.7	60.6	78.0	78.6	68.4	65.0	66.7	68.1	72.1	70.7	50.0	66.7	64.7	69.4	68.6
Մշակույթ/պատմություն	67.9	55.0	66.7	39.4	39.0	50.0	73.7	65.0	66.7	84.0	77.9	62.7	41.7	50.0	38.2	72.9	59.3
Ուխտագնացություն	6.4	35.0	5.6	3.2	15.1	7.1	26.3	5.0	3.3	14.9	1.5	1.3	8.3	27.8	0	4.7	8.8
Մասնագիտական շրջագայություն	3.8	5.0	5.6	4.3	8.8	21.4	10.5	0	6.7	4.3	7.4	5.3	0	11.1	0	14.1	6.8
Էկոտուրիզմ/արկածային տուրիզմ	3.8	0.0	5.6	17.0	15.1	21.4	15.8	20.0	3.3	12.8	19.1	13.3	0	11.1	8.8	10.6	12.4
Հայաստանի ավանդույթները	25.6	25.0	5.6	10.6	8.2	21.4	36.8	25.0	20.0	29.8	25.0	14.7	16.7	11.1	8.8	27.1	18.6
Այլ	9.0	45.0	5.6	20.2	6.3	14.3	5.3	0.0	6.7	1.1	2.9	6.7	50.0	16.7	17.6	5.9	9.4

Պատասխանողներն ունեին Հայաստան այցելության մի քանի պատճառներ ընտրելու հնարավորություն, ինչևէ, հարցմանը մասնակցած զբոսաշրջիկների 68.6%-ի կողմից որպես Հայաստան հանգստի նպատակով այցելության հիմնական պատճառ նշվել է բնությունը: Այլ հիմնական պատճառների շարքում նշվել է նաև պատմությունը և մշակույթը կատեգորիան՝ 59.3%-ի կողմից: Հայկական ավանդույթները (18.6%) և արկածային/էկոտուրիզմը (12.4%) ևս նշվել են որպես այցելության պատճառներ Հայաստան ժամանած զգալի թվով զբոսաշրջիկների կողմից: Ուխտագնացությունը և մասնագիտական շրջափոխությունները շուկայի նշանակալի մաս չեն հանդիսանում:

4.1.4. Տարիքը և սեռը

Գծապատկեր 2. Սեռն ըստ շուկաների (%)



Հայաստան այցելողների մեջ գերակշռում են տղամարդիկ՝ կազմելով բոլոր այցելուների միջինում 59.9%-ը: Զբոսաշրջիկների նմանատիպ բաշխվածություն է նկատվում նաև բոլոր այն երկրների համար, որտեղից զբոսաշրջիկներ են ժամանել: Հայաստանի զբոսաշրջային ոլորտի նպատակային շատ երկրներից (Ռուսաստան, Մեծ Բրիտանիա, ԱՄՆ, Իտալիա, Ֆրանսիա), ինչպես նաև Հայաստան ճանապարհորդող մեծ քանակով զբոսաշրջիկներ ապահովող այլ երկրներից այցելած կին և տղամարդ զբոսաշրջիկների տոկոսային հարաբերություններում նկատվում է առնվազն 20%-ի տարբերություն:

Աղյուսակ 5. Տարիքը և սեռն ըստ այցելության նպատակի (%)

Տարիքը և սեռը	Գործնական/համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Մասնակցություն սպորտային կամ մշակութային միջոցառումների	Այցելություն հարազատներին և ընկերներին	Այլ	Ընդամենը միջին
Տղամարդիկ	81.1	85.4	60.9	39.9	56.3	66.7	49.3	57.2	59.9
Կանայք	18.9	14.6	39.1	60.1	43.7	33.3	50.7	42.8	40.1
Ընդամենը	100	100	100	100	100	100	100	100	100
17 կամ ցածր	0.1	0.3	6.5	0.7	0.3	0.9	2.0	0.7	1.2
18 – 35	27.6	29.9	82.6	18.5	33.8	62.4	24.5	25.4	28.0
36 – 55	63.3	62.2	7.2	56.2	46.6	24.8	54.6	57.9	55.0
56 և ավելին	9.0	7.6	3.6	24.6	19.3	12.0	18.9	16.0	15.7
Ընդամենը	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Միջին տարիք	41.1	40.4	27.9	45.0	41.4	34.7	42.6	42.4	41.7

Չնայած կանայք կազմում են զբոսաշրջիկների ընդամենը 40.1%-ը, այնուհանդերձ, նրանք մի փոքր գերակշռում են ընկերներին ու հարազատներին այցելության եկած զբոսաշրջիկների խմբում, իսկ բուժման նպատակով այցելողների խմբում նրանց քանակը շատ ավելի մեծ է տղամարդկանց համեմատ (60.1%): Գործնական նպատակով այցելողների գերակշռող մասը տղամարդիկ են (81.1%):

Հայաստան այցելողների հիմնական տարիքային խումբը 36-55 տարեկան զբոսաշրջիկներն են՝ կազմելով զբոսաշրջիկների 55%-ը: Նրանց մոտ նաև ավելի բարձր է գործնական կամ աշխատանքի, բուժման, ինչպես նաև ընկերներին ու հարազատներին այցելության նպատակով ուղևորությունների դրույքաչափը: 18-35 տարիքային խմբին պատկանող այցելուները կազմում են բոլոր զբոսաշրջիկների 28%-ը: Այս խմբում ավելի մեծ է կրթության ու սպորտային և մշակութային միջոցառումների մասնակցության նպատակով այցելածների թվաքանակը մյուս խմբերի համեմատ: 55 և ավելի տարիքային խմբում ընդգրկված այցելուները կազմում են բոլոր զբոսաշրջիկների ընդամենը 15.7%-ը: Նրանց այցելության հիմնական նպատակներն են բուժումը, հանգիստը, ժամանցը և այցելությունն ընկերներին ու հարազատներին:

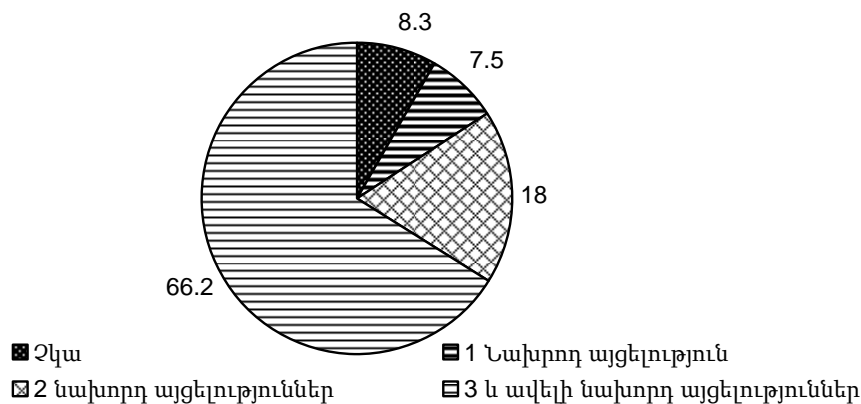
Հայկական ծագում ունեցող զբոսաշրջիկների մոտ տարիքային կամ սեռային բաշխվածության նշանակալի տարբերություններ չկան:

4.1.5. Կրկնվող այցելություններ

Աղյուսակ 6. Կրկնվող այցելություններն ըստ շուկաների (%)

Նախորդ այցելությունների քանակը	ԱՄՆ	Կանադա	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Վրաստան	Այլ ԱՊՀ	Հունաստան	Իտալիա	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սիրիա	Իրան	Բոլոր այլ երկրները	Ընդամենը միջին
Չկա	34.9	52.7	60.5	10.6	10.5	24.8	27.0	58.5	43.8	42.6	47.0	54.2	20.6	28.2	13.7	46.9	20.0
1 նախորդ այցելություն	17.3	10.9	31.6	8.9	5.9	13.2	15.9	13.8	17.4	20.0	18.3	21.0	20.6	11.8	4.6	13.3	10.0
2 նախորդ այցելություններ	21.0	18.2	5.3	20.9	14.2	17.9	12.7	12.3	17.4	19.3	13.7	9.2	20.6	22.4	16.4	14.9	17.3
3 և ավելի նախորդ այցելություններ	26.8	18.2	2.6	59.7	69.4	44.0	44.4	15.4	21.5	18.1	21.0	15.6	38.2	37.6	65.4	24.9	52.7
Ընդամենը	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Գծապատկեր 3. Կրկնվող այցելությունները հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների կտրվածքով (%)



Հստակ է, որ Հայաստանը մի երկիր է, որը կրկին այցելելու ցանկություն է առաջացնում, քանի որ բոլոր զբոսաշրջիկների 52.7%-ը և հայկական ծագում ունեցողների 66.2%-ը նշել են, որ այցելել են Հայաստան 3 կամ ավելի անգամ: Կրկնվող այցելությունների մեծ մասն ընկնում է այն երկրներին, որոնք ամենամոտն են տեղակայված Հայաստանին: Երեք և ավելի այցելությունների ամենաբարձր դրույքաչափերն ունեն Ռուսաստանը, Վրաստանը և Իրանը (55%-ից ավելի):

Բավականին մեծ է նաև Հայաստան առաջին անգամ այցելող զբոսաշրջիկների թվաքանակը, այն է՝ բոլոր զբոսաշրջիկների 20%-ը, չնայած սա չի վերաբերվում հայկական ծագումով զբոսաշրջիկներին, որոնցից ընդամենը 8%-ն էր առաջին անգամ այցելում Հայաստան: Հայաստան առաջին այցելությունը կատարող զբոսաշրջիկների ամենամեծ մասնաբաժինն ընկնում է Արևմտյան Եվրոպային և Հյուսիսային Ամերիկային՝ կազմելով բոլոր զբոսաշրջիկների 35-50%-ը: Այս դրույքաչափը նաև ցածր է հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների մոտ:

Աղյուսակ 7. Կրկնվող այցելություններն ըստ այցելության նպատակի (%)

Նախորդ այցելությունների քանակը	Գործնական/ համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Մասնակցություն սպորտային կամ մշակութային միջոցառումների	Այցելություն հարազատներին և ընկերներին	Այլ	Ընդամենը միջին
Չկա	26.3	20.7	9.7	15.1	54.6	43.1	8.7	15.4	20.0
1 նախորդ այցելություն	14.4	5.4	7.5	9.6	17.7	16.4	6.5	9.1	10.0
2 նախորդ այցելություններ	19.3	13.6	11.2	20.7	12.0	14.7	17.5	20.3	17.3
3 և ավելի նախորդ այցելություններ	40.1	60.3	71.6	54.6	15.8	25.9	67.3	55.2	52.7
Ընդամենը	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Հայաստան կրկնվող այցելությունների (3 կամ ավելի) ամենատարածված պատճառներ են այցելությունն ընկերներին ու հարազատներին (67.3%), աշխատանքը (60.3%), կրթությունը (71.6%), և բուժումը (54.6%), իսկ առաջին անգամ Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկների կողմից որպես հիմնական պատճառներ նշվել են հանգիստը/ժամանցը (54.6%) կամ մասնակցությունը սպորտային և մշակութային միջոցառումներին (43.1%): Հայաստան կրկնվող այցելությունների դրույքաչափն ավելի բարձր է հայկական ծագում ունեցող զբոսաշրջիկների մոտ միջին զբոսաշրջիկի համեմատ անկախ այցելության նպատակից, մյուս մասերով այս խմբում նշանակալի տարբերություններ չկան:

4.1.6. Տեղեկատվության աղբյուրներ

Աղյուսակ 8. Տեղեկատվության աղբյուրներն ըստ շուկաների (%)

Տեղեկատվության աղբյուրը	ԱՄՆ	Կանադա	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Վրաստան	Այլ ԱՊՀ	Հունաստան	Իտալիա	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սիրիա	Իրան	Բոլոր այլ երկրներ	Ընդամենը միջին
Ընկերներ և հարազատներ	50.1	59.6	8.1	64.1	54.0	55.7	50.8	34.4	31.4	49.4	35.3	31.3	38.2	62.4	32.5	32.3	52.4
Նախկին այցելություններ	28.4	15.4	27.0	31.7	43.4	31.3	23.8	23.0	29.2	24.5	26.0	23.7	38.2	23.5	61.1	34.1	36.1
Տուր օպերատոր/ տուր գործակալ	2.7	0	5.4	0.2	0.1	0.4	1.6	8.2	0.7	4.2	3.7	8.0	5.9	1.2	0.4	5.0	1.2
Թերթեր	2.1	0	0	0.2	1.0	1.7	0	0	1.5	0	3.3	1.6	0	0	0.5	2.1	0.8

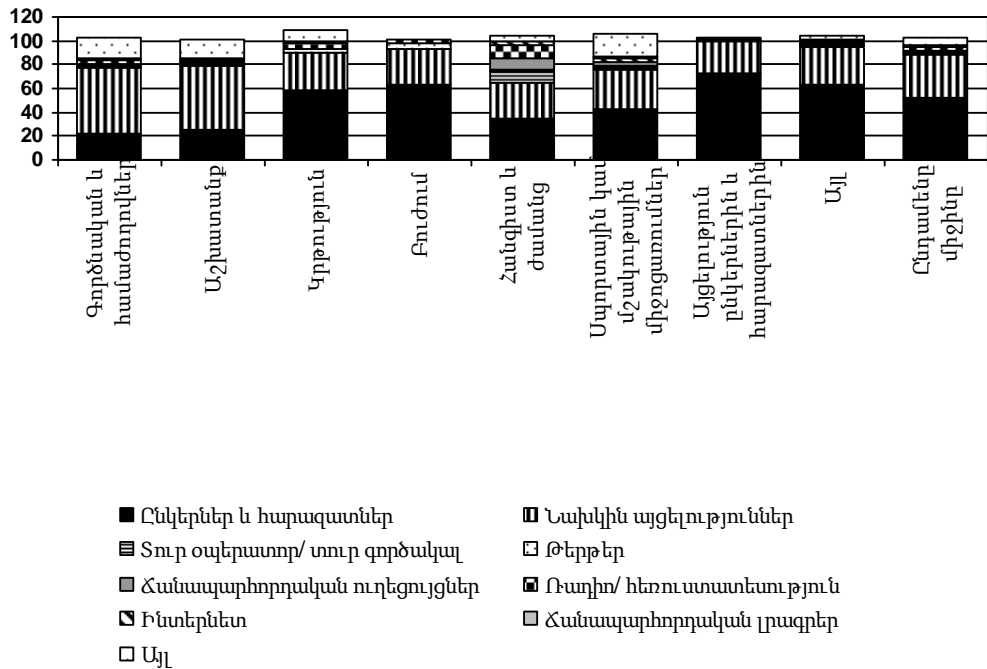
Տեղեկատվության աղբյուրը	ԱՄՆ	Կանադա	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Վրաստան	Այլ ԱՊՀ	Հունաստան	Իտալիա	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սլովիա	Իրան	Բոլոր այլ երկրները	Ընդամենը միջին
Ճանապարհորդական ուղեցույցներ	4.8	0	27.0	0.4	0.1	0.9	6.3	9.8	5.8	5.0	6.0	9.6	3	2.4	0.2	6.3	1.9
Ռադիո/հեռուստատեսություն	1.5	3.8	10.8	1.2	1.2	3.0	7.9	3.3	2.2	7.3	9.3	10.8	0	3.5	2.5	6.6	2.6
Ինտերնետ	1.8	0	2.7	0.3	0.1	0.9	0	3.3	3.6	2.7	5.1	4.8	0	0	0.4	2.4	0.9
Ճանապարհորդական ամսագրեր	0	0	5.4	0	0	0	0	0	0	0	0.9	1.2	0	0	0	0.5	0.1
Այլ	12.2	23.1	18.9	4.8	1.2	9.1	9.5	19.7	29.9	9.2	13.5	17.7	14.7	9.4	5.3	14.6	6.6
ԸՆԴՊԱՄԵՆՆԸ	103.6	101.9	105.3	102.9	101.1	103.0	99.9	101.7	104.3	102.3	103.1	108.7	100	102.4	102.9	103.9	102.6

Պատասխանողներին ընծեռված էր տեղեկատվության մի քանի աղբյուր նշելու հնարավորություն: Հայաստանի մասին տեղեկատվության հիմնական աղբյուրներ են նշվել ընկերներն ու հարազատները և նախկինում կատարած այցելությունները: Միայն նշված երկու աղբյուրները միասին օգտագործվել են հավաքագրված տվյալների ավելի քան 80%-ի ձեռք բերման համաչ (միջինում 52.4%-ը նշել էր ընկերներին ու հարազատներին, իսկ 36.1%-ը՝ նախկին այցելությունները) բոլոր երկրների համար: Այս թիվն ավելի մեծ է և հասնում է 90%-ի հայկական ծագում ունեցող զբոսաշրջիկների դեպքում:

Այս տվյալները խոսում են մարկետինգի ավանդական ուղիներով՝ ճանապարհորդական լրագրերում, տուր օպերատորների մոտ և ճանապարհորդական ուղեցույցներում, Հայաստանի ոչ բավարար ներկայացվածության մասին: Ջբոսաշրջիկներ ապահովող շուկաներից մարկետինգի ավանդական ուղիներից որպես տեղեկատվության աղբյուրից օգտվելու ամենամեծ դրույքաչափն ընկնում է Ճապոնիային (5.4%-ը նշում է տուր օպերատորներին, 27%-ը՝ ճանապարհորդական ուղեցույցները, 10.8%-ը՝ ռադիո/հեռուստատեսությունը, իսկ 5.4%-ը՝ ճանապարհորդական ամսագրերը): Ինչևէ, հարկ է նշել, որ Ճապոնիան նշանակալի թվով հայկական ծագումով բնակչություն չունի: Ուղեցույցների, տուր օպերատորների ծառայությունների և ռադիոյի/հեռուստատեսության օգտագործման դրույքաչափը մի փոքր ավելի բարձր է նաև Հունաստանի և Արևելյան Եվրոպայի երկրների համար մյուս երկրների համեմատ: Հետաքրքրական է այն, որ բավականին մեծ թիվ է կազմում տեղեկատվության «այլ» աղբյուրներ պատասխանը՝ հասնելով 10-20%-ի մի քանի երկրների համար, որոնցից են ԱՄՆ-ն, Կանադան, Ճապոնիան, Իտալիան, Մեծ Բրիտանիան, Գերմանիան, Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրները և Լիբանանը:

Ինտերնետը չի օգտագործվել որպես Հայաստանի մասին տեղեկատվության հիմնական աղբյուր:

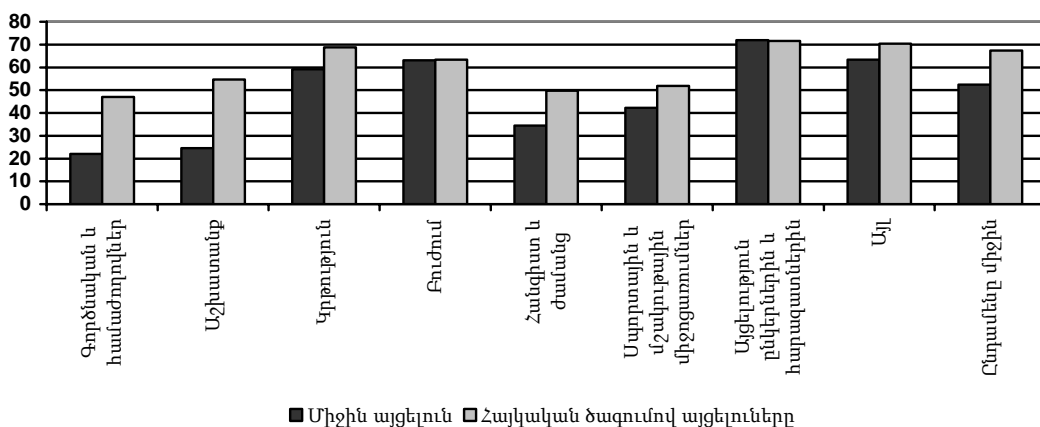
Գծապատկեր 4. Տեղեկատվության աղբյուրներն ըստ այցելության նպատակի (%)



Ընկերներ և հարազատներ պատասխանը որպես տեղեկատվության ստացման աղբյուր (22%) ամենաքիչն է նշվել գործնական նպատակով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկներն կողմից մինչդեռ այս կատեգորիան որպես տեղեկատվության ստացման աղբյուր ավելի շատ նշվել է այն զբոսաշրջիկների կողմից, ում այցելության նպատակը հարազատներին և ընկերներին հանդիպելն է: Աշխատանքի և հանգստի/ժամանցի նպատակով ճանապարհորդողները ևս այնքան էլ հաճախ չեն նշել ընկերներին և հարազատներին որպես տեղեկատվության աղբյուր՝ 24.6 % և 34.5 % համապատասխանաբար:

Հանգստի/ժամանցի նպատակով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկներն ամենաշատ են օգտվել տուր օպերատորների ծառայություններից (9.0%), ճանապարհորդական ուղեցույցներից (9.2%) և ռադիոյից/հեռուստատեսությունից (11.7 %) տեղեկատվություն ստանալու համար:

Գծապատկեր 5. Ընկերները և հարազատները որպես տեղեկատվության ստացման աղբյուր (%)



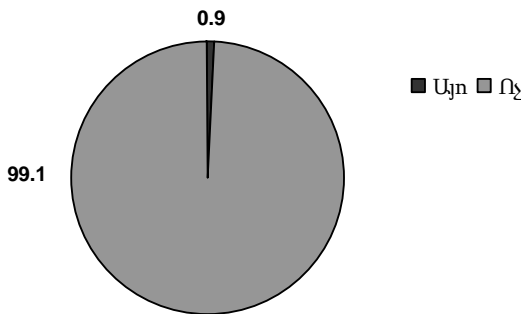
Ընդհանուր առմամբ ընկերները և հարազատները որպես տեղեկատվության ստացման աղբյուր օգտագործվել են հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների կողմից՝ 67.3 %, ինչը հատկապես վերաբերվում է գործնական և որևէ համաժողովին մասնակցության (47 %) և աշխատանքի նպատակով ժամանածներին (54.7%): Այս առումով բավականին նշանակալի տարբերություն է նկատվում հայկական ծագումով այցելուների և միջին զբոսաշրջիկի միջև:

Հետազոտության շրջանակներում պատասխանողներն ունեին տեղեկատվության կոնկրետ աղբյուրներ նշելու հնարավորություն: Նրանց կողմից նշվել են մի քանի վեբ կայքեր, որոնցից ամենից հաճախ նշվել են www.armeniainfo.am, www.google.am, www.google.com և www.yahoo.com կայքերը: Ճանապարհորդական լրագրերի շարքում ամենից հաճախ նշվել է «Նեյշնըլ Զիոգրեֆիկ»-ը (National Geographic), իսկ տեղեկատվության «այլ» աղբյուրներ պատասխանի տակ, հիմնականում, նշվել են կազմակերպություններ կամ Հայաստանի որպես հարցաշարին պատասխանողի հայրենի երկրի մասին ունեցած տեղեկությունները:

4.2. Ծանկորդական վարքագիծը

4.2.1. Ուղևորության կազմակերպումը և ամրագրումներ ինտերնետով

Գծապատկեր 6. Ուղևորության նպատակով Ինտերնետով միջինում կատարվող գնումները (%)



Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկների գերակշռող մեծամասնության կողմից ինտերնետը չի օգտագործվում ուղևորության համար ամրագրումներ կատարելու նպատակով: Սա վերաբերվում է բոլոր երկրներին, չնայած ինտերնետը ամրագրումների նպատակով օգտագործած զբոսաշրջիկների ամենամեծ մասնաբաժինն ընկնում է Մեծ Բրիտանիային՝ 8.5%, որին հաջորդում է Իտալիան իր 6.2%-ով: Ինտերնետը ամրագրումների կատարման նպատակով չի օգտագործվել Վրաստանից և Ճապոնիայից ժամանած զբոսաշրջիկների կողմից:

Հայկական ծագումով զբոսաշրջիկները նշանակալի ազդեցություն չեն ունեցել ուղևորության համար ինտերնետի օգնությամբ ամրագրումների կատարման դրույքաչափի վրա:

Գծապատկեր 7. Ուղևորության նպատակով կատարված գնումներն ինտերնետի օգնությամբ ըստ այցելության նպատակի (%)

Զբոսաշրջիկների ըստ այցելության նպատակի բաժանված խմբերի միջև չկան նշանակալի տարբերություններ ամրագրումները ինտերնետի օգնությամբ կամ այլ եղանակներով կատարելու առումով: Հանգստի/ժամանցի նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկներն ավելի են հակված օգտվել ինտերնետից՝ 2.3%, ինչը հաստատում է այն վարկածը, որ ինտերնետով ամրագրումների ցածր դրույքաչափի պատճառներից մեկը տուր օպերատորների ծառայություններից օգտվողների մեծ քանակն է: Հարցման ընթացքում պատասխանողներին խնդրել են նաև նշել այն վեբ կայքերը, որոնց օգնությամբ կատարվել են ավիա-

տոմսերի և հյուրանոցների հետ կապված ամրագրումներ: Հյուրանոցների շարքում առավել հաճախ նշվել է Երևանի Արմենիա Մարիոթ հյուրանոցը: Եվրոպա հյուրանոցը հաջորդ միակ հյուրանոցն է, որը նշվել է ավելի քան մեկ անգամ: Պատասխանողների կողմից ավելի քան մեկ անգամ նշվել են ավիատոմսերի ամրագրման համար օգտագործված հետևյալ վեբկայքերը. «Բրիթիշ Էրրուեյս» (British Airways), «Օսթրիան Էրրուեյս» (Austrian Airways), «Չեխ Էրրուայնս» (Czech Airlines), «Արմավիա», «Լուֆթանզա» (Lufthansa) և «Թրեվլոսիթի» (Travelocity) ընկերությունների վեբկայքերը:

Աղյուսակ 9. Ուղևորության կազմակերպումն ըստ շուկաների (%)

Ուղևորության կազմակերպումը	ԱՄՆ	Կանադա	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Վրաստան	Այլ ԱՊՀ	Հունաստան	Իտալիա	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սիրիա	Իրան	Բոլոր այլ երկրները	Ընդամենը միջին
Տուր օպերատոր	7.2	9.1	10.5	0.1	0	0	1.6	7.7	4.9	9.7	7.7	7.7	0	2.4	0.5	7.9	2.0
Ինքնուրույն/կազմակերպության կողմից	92.8	90.9	89.5	99.9	100.0	100.0	98.4	92.3	95.1	90.3	92.3	92.3	100.0	97.6	99.5	92.1	98.0

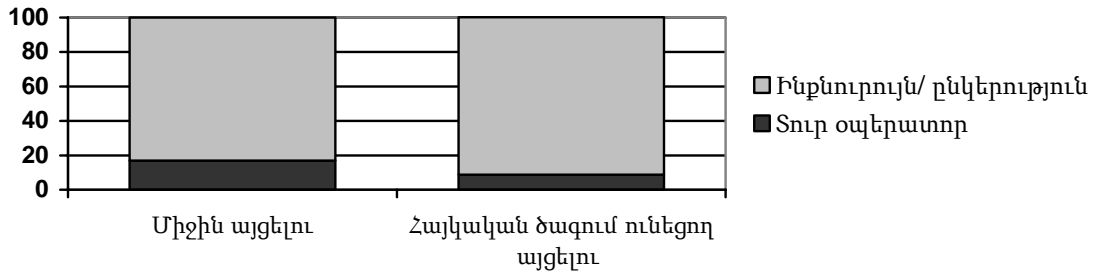
Աղյուսակ 10. Ուղևորության կազմակերպումն ըստ շուկաների հայկական ծագում ունեցող զբոսաշրջիկների համար (%)

Ուղևորության կազմակերպումը	ԱՄՆ	Կանադա	Ռուսաստան	Վրաստան	Այլ ԱՊՀ	Հունաստան	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սիրիա	Իրան	Բոլոր այլ երկրները	Ընդամենը միջին
Տուր օպերատոր	6.5	13.2	0	0	0	0	2.8	3.5	1.7	0	0	1.6	1.1	0	0.6
Ինքնուրույն/կազմակերպության կողմից	93.5	86.8	100.0	100.0	100.0	100.0	97.2	96.5	98.3	100.0	100.0	98.4	98.9	100.0	99.4

Չնայած բոլոր երկրներից այցելած զբոսաշրջիկների մեծամասնությունն ինքնուրույն կամ իրենց ընկերությունների օգնությամբ են կազմակերպել ուղևորությունը, այնուհանդերձ կան որոշ տարբերություններ զբոսաշրջիկներ ապահովող շուկաների միջև: Հյուսիսային Ամերիկայի, Ճապոնիայի և Արևմտյան Եվրոպայի երկրների զբոսաշրջիկներն ավելի շատ են օգտվել տուր օպերատորների ծառայություններից, քան Ռուսաստանից, ԱՊՀ կամ Սիրիան Արևելքի երկրներից ժամանած զբոսաշրջիկները: Տուր օպերատորների ծառայություններից օգտվելու ամենաբարձր դրույքաչափն ընկնում է Ճապոնիային՝ 10.5%, որին հաջորդում են Ֆրանսիան (9.7 %) և Կանադան (9.1 %): Վրաստանից, ԱՊՀ այլ երկրներից և Լիբանանից ժամանած զբոսաշրջիկները տուր օպերատորների ծառայություններից չեն օգտվել:

Հայկական ծագումով զբոսաշրջիկները տուր օպերատորների ծառայություններից օգտվել են նույնիսկ ավելի քիչ, քան միջին զբոսաշրջիկը, բացառությամբ Իրանի և Կանադայի զբոսաշրջիկների, որոնց դեպքում տուր օպերատորներին դիմած հայկական ծագումով այցելուների քանակը հասնում է 1.1%-ի և 13.2 %-ի համապատասխանաբար, ինչը գերազանցում է այդ երկրների միջին այցելուի դրույքաչափը:

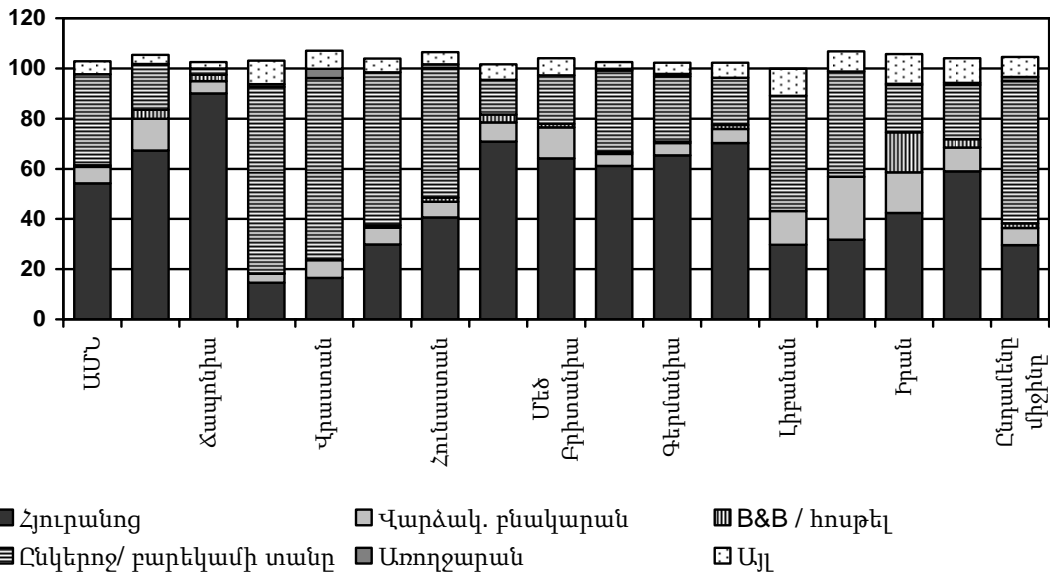
Գծապատկեր 8. Ուղևորության կազմակերպումը հանգստի և ժամանցի նպատակով ժամանած այցելուների մոտ (%)



Տուր օպերատորների ծառայություններից, ինչպես և սպասվում էր, օգտվել են միայն հանգստի/ժամանցի նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկները: Որևէ այլ նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկներն իրենց ուղևորության առնչվող ամրագրումների 100%-ը կատարել են ինքնուրույն կամ իրենց ընկերության միջոցով: Հանգստի/ժամանցի նպատակով այցելած զբոսաշրջիկների ընդհանուր թվի 16.9%-ն օգտվել է տուր օպերատորների ծառայություններից, մինչդեռ հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների մոտ այս դրույքաչափն ավելի ցածր է՝ կազմելով ընդամենը 8.8%: Այսպիսով, Հայաստան ժամանած բոլոր զբոսաշրջիկների ընդամենը 2%-ն է օգտվել տուր օպերատորների ծառայություններից:

4.2.2. Կացարանը

Պատկեր 9. Կացարաններն ըստ շուկաների (բոլոր զբոսաշրջիկների տոկոսային հարաբերությունը յուրաքանչյուր հաստատությունում)



Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկների մեծամասնությունը (56.7%) հանգրվանել է ընկերոջ կամ բարեկամի տանը: Այս պատասխանը տված բոլոր երկրներից ժամանած այցելուների միջինը հաշվարկելու դեպքում ամենաբարձր դրույքաչափն ընկնում է Ռուսաստանին (74.4%), որին հաջորդում է Վրաստանը (72.3%): Ընկերների և բարեկամների տանը հանգրվանելու դրույքաչափն ամենացածրն է Ճապոնացիների մոտ՝ 2.5%, մինչդեռ իտալացիների դեպքում այն կազմում է 13.8%:

Հյուրանոցները երկրորդն են առավել շատ նշված կացարանների շարքում և բոլոր երկրներից ժամանած զբոսաշրջիկների պատասխանների միջինացված հաշվարկով կազմում են 29.6%, այնուհանդերձ որոշ երկրների դեպքում հյուրանոցները (ընկերների և հարազատների տանը պատասխանի փոխարեն) նշվել են որպես նախընտրելի կացարաններ այդ շուկաներից ժամանածների մեծամասնության կողմից: Այդ երկրներից են ԱՄՆ-ն (54.2%), Կանադան (67.3%), Ճապոնիան (90%), Իտալիան (70.8%), Մեծ Բրիտանիան (64.1%), Ֆրանսիան (61.1%), Գերմանիան (65.3%), Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրները (70.2%) և Իրանը (42.4%): Ռուսաստանի և ԱՊՀ երկրների զբոսաշրջիկներն ամենաքիչն են հակված օգտվել հյուրանոցների ծառայություններից: հարազատներին արձակավոլ դնակարանները, B&B-ները, հոսթելները կամ առողջարանները չեն նշվել ոչ մի երկրի զբոսաշրջիկների մեծամասնության կողմից որպես նախընտրելի կացարաններ մյուս տիպի կացարանների համեմատ: Իրանն ունի B&B-երում և հոսթելներում հանգրվանող զբոսաշրջիկների ամենաբարձր դրույքաչափը՝ 16%, իսկ վարձակալվող բնակարաններում ապրող այցելուների առումով այն երկրորդն է (16.2%) Սիրիայից հետո, որտեղից ժամանած զբոսաշրջիկների 25%-ն ապրում է վարձակալվող բնակարաններում: Առողջարաններում հանգրվանողների ամենամեծ քանակն ընկնում է Կրաստանից ժամանած զբոսաշրջիկներին՝ 3.7%: Այս դեպքում կարևոր է հիշել, որ Իրանի և Սիրիայի այցելուներն առավել հաճախ են այցելում Հայաստան աշխատանքի և կրթության նպատակով, ինչով էլ պայմանավորված է վարձակալվող կացարաններից օգտվելու բարձր դրույքաչափը: Բացի այդ, վրացիների դեպքում բուժման նպատակով այցելողների քանակն ամենամեծն է, ինչով էլ բացատրվում է առողջարաններում հանգրվանելու նրանց միտումը:

Ընկերների և հարազատների բնակարաններում հանգրվանող զբոսաշրջիկների տոկոսային հարաբերակցության աճ է նկատվում հայկական ծագում ունեցող այցելուների մոտ՝ 79.9%, մինչդեռ միևնույն խմբում նվազել է հյուրանոցներում հանգրվանողների դրույքաչափը՝ հասնելով 9.8%-ի: Այդ իսկ պատճառով էլ այցելության ժամանակ ընկերների և հարազատների տանը հանգրվանելու հավանականությունն առնչվում է հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների տոկոսային հարաբերությանը:

Աղյուսակ 11. Կացարաններն ըստ այցելության նպատակի (բոլոր զբոսաշրջիկների % յուրաքանչյուր հաստատությունում)

Կացարանը	Գործնական/համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Մասնակցություն սպորտային և մշակութային միջոցառումների	Այցելություն ընկերներին ու հարազատներին	Այլ	Ընդամենը միջինը
Հյուրանոց	68.5	44.2	6.5	4.0	70.9	64.1	3.7	10.9	29.6
Վարձակալվող բնակարան	8.1	22.2	59.4	12.7	10.9	6.8	1.3	5.0	6.9
B&B/հոսթել	2.1	19.0	1	0	2.7	1.7	0.1	0	1.8
Ընկերոջ/հարազատի տուն	14.6	9.8	28.3	67.4	17.8	23.9	91.0	72.9	56.7
Առողջարան	0.2	0	0	22.8	4.3	0.9	0.4	0.1	1.6
Այլ	9.0	12.5	7.2	10.9	7.1	4.3	6.0	12.2	7.9
Ընդամենը	102.5	107.7	102.4	117.8	113.7	101.7	102.5	101.1	104.5

Տրամաբանական է այն, որ ընկերներին ու հարազատներին այցելության եկած զբոսաշրջիկներն իրենց ուղևորության ընթացքում առավել հաճախ են հանգրվանում իրենց ընկերների ու հարազատների տանը՝ 91%: Աշխատանքի, գործնական կամ հանգստի

նպատակով այցելուներն ամենաքիչն են հակված հանգրվանել ընկերների և հարազատների տանը՝ 9.8%, 14.6% և 17.8% համապատասխանաբար:

Բոլոր կատեգորիաներից հյուրանոցներում հանգրվանողների ամենամեծ քանակը կազմում են գործնական (68.5%) կամ հանգստի ու ժամանցի (70.9%) նպատակով այցելած զբոսաշրջիկները: Աշխատանքի և կրթության նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկներն առավել հաճախ են հանգրվանում վարձակալվող բնակարաններում, ինչն, ամենայն հավանականությամբ, կապված է երկրում յուրաքանչյուր այցելությանն ընկնող ավելի շատ օրերի հետ: Աշխատանքի նպատակով Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկները նաև ամենաշատն են հակված հանգրվանել B&B-ում կամ հոսթելում՝ 12.3%: Հասկանալի է, որ բուժման նպատակով այցելողներն ավելի շատ հակված են հանգրվանել առողջարաններում՝ 22.8%:

Ընկերների և հարազատների տանը հանգրվանողների ամենամեծ քանակը բոլոր կատեգորիաների համար ընկնում է հայկական ծագումով զբոսաշրջիկներին: Ինչևէ, նրանց մոտ նկատվում է նաև վարձակալվող բնակարանների նկատմամբ հետաքրքրության աճ գործնական (+3.9%), բուժման (+1.3%) կամ հանգստի/ժամանցի (+4%) նպատակով այցելելու պարագայում: Նրանց մոտ նաև նկատվում է հետաքրքրության աճ B&B-ների և հոսթելների (+2%), ինչպես նաև առողջարանների (+1%) նկատմամբ սպորտային կամ մշակութային միջոցառումների մասնակցության նպատակով այցելությունների ժամանակ:

Աղյուսակ 12. Կացարաններն ըստ այցելության նպատակի (գիշերների միջին քանակն ըստ կացարանի յուրաքանչյուր տեսակի մեկ զբոսաշրջիկի հաշվով)

Կացարանը	Գործնական/համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Մասնակցություն սպորտային և մշակութային միջոցառումների	Այցելություն ընկերներին ու հարազատներին	Այլ	Ընդամենը միջինը
Հյուրանոց	6.3	9.5	7.3	12.5	8.3	9.0	8.7	9.9	7.5
Վարձակալվող բնակարան	18.3	44.3	89.8	42.3	16.0	17.4	26.2	43.5	37.2
B&B/հոսթել	6.2	5.5	200	0	6.3	12.5	9.3	0	7.5
Ընկերոջ/հարազատի տուն	12.8	58.1	49.3	21.1	15.6	21.9	24.5	16.8	22.9
Առողջարան	2.3	0	0	15.2	5.7	2.0	7.9	8.0	10.8
Այլ	10.0	30.5	84.2	12.7	10.1	12.2	39.5	29.5	25.9
Գիշերների միջին քանակը մեկ զբոսաշրջիկի հաշվով	8.5	22.8	73.7	21.2	10.1	12.7	24.8	18.9	19.3

Հասկանալի է, որ Հայաստան այցելության ամենաերկար տևողությունը՝ միջինում 37.2 գիշեր, ընկնում է վարձակալվող բնակարաններում հանգրվանող զբոսաշրջիկներին: Այս պատասխանին հաջորդում է «այլ» տիպի կացարան պատասխանը՝ 25.9%: Ամենակարճ ժամանակահատվածն ընկնում է B&B-ներում կամ հոսթելներում հանգրվանած զբոսաշրջիկներին (միջինում 7.5 գիշեր) և հյուրանոցներին (նույնպես միջինում 7.5 գիշեր):

B&B-ներում և հոսթելներում (200 գիշեր), վարձակալվող բնակարաններում (89.8 գիշեր) և «այլ» տիպի կացարաններում (84.2 գիշեր) անցկացրած գիշերների միջին քանակն ամենամեծն է կրթության նպատակով Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկների մոտ: Բուժման նպատակով այցելողներն ամենաերկարն են հանգրվանել հյուրանոցներում (12.5 գիշեր) և առողջարաններում (15.2 գիշեր), իսկ աշխատանքի և կրթության նպատակով ժամանած-

ներն ամենաերկարն են հանգրվանել ընկերների ու հարազատների տանը՝ ըստ գիշերների միջին քանակի՝ 58.1 և 49.3 գիշեր համապատասխանաբար:

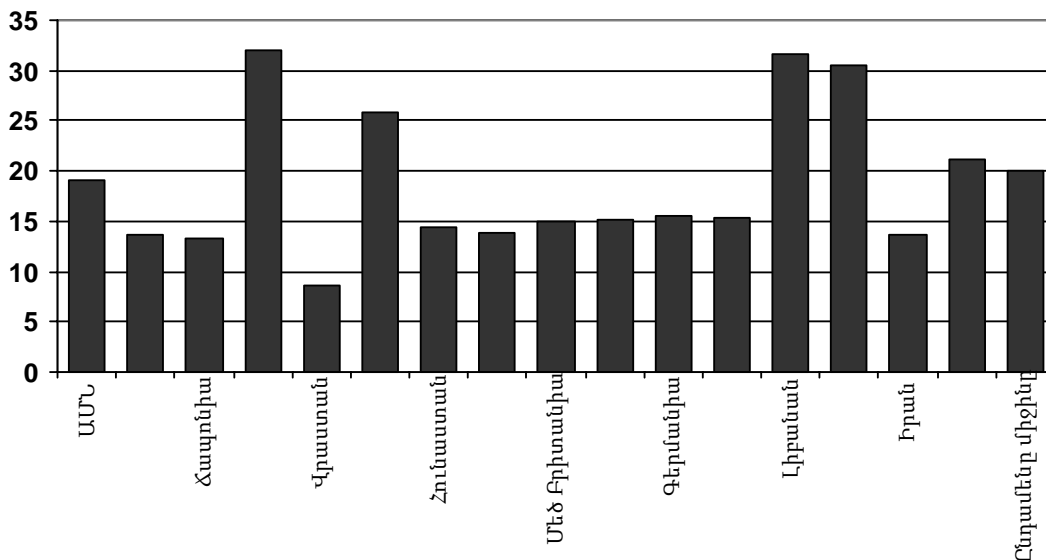
Հանգստի/ժամանցի նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկներն ավելի երկար հանգրվանել են վարձակալվող բնակարաններում (միջինում 16 գիշեր) կամ ընկերոջ կամ հարազատի տանը (միջինում 15.6 գիշեր):

Զբոսաշրջիկների ծագման հիմնական երկրների միջև նշանակալի տարբերություններ չեն գրանցվել: Բացառություն էին կազմում Արևմտյան Եվրոպայի «այլ» երկրներից ժամանող զբոսաշրջիկները, ովքեր, հիմնականում, երկար ժամանակով են հանգրվանել առողջարաններում՝ միջինում 49 գիշեր, և Ճապոնիայից ժամանածները, որոնց դեպքում այցելության միջին տևողությունը հատկապես երկար է՝ կազմելով 117 գիշեր վարձակալվող բնակարանների համար:

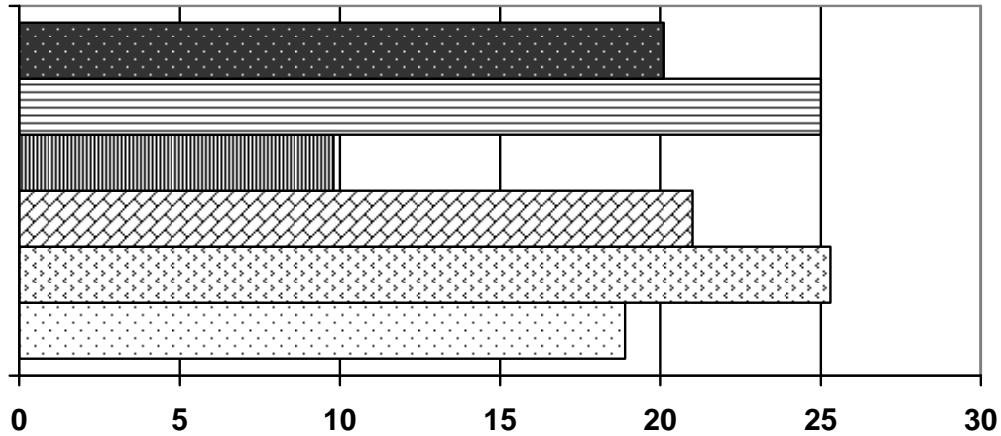
Հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների այցելության տևողությունը նույնն է կամ մի փոքր երկար է բոլոր տիպի կացարանների համար: Կացարանների միակ տեսակը, որի համար նշված գիշերների քանակը նշանակալիորեն տարբերվում են միջին զբոսաշրջիկի գիշերների քանակից, դա «այլ» կատեգորիան է, որտեղ այցելույան տևողությունը երկարել է 9.6 գիշերով:

4.2.3. Այցելության տևողությունը

Գծապատկեր 10. Այցելության տևողությունն ըստ շուկաների (գիշերների միջին թիվը)



Գծապատկեր 11. Այցելության ընդամենը միջին տևողությունը (օրեր)



□ 1-3 զիշեր □ 4-7 զիշեր ▨ 8-14 զիշեր ▩ 15-21 զիշեր ▤ 22+ զիշեր ■ Քիչին թիվը

Պատասխանողների մեծամասնությունը (25.3%) նշել է, որ Հայաստանում իր այցելությունը տևել է 4-7 զիշեր, իսկ նրանց հաջորդող մյուս խոշոր խումբը (25%) բաղկացած է այն զբոսաշրջիկներից, ում այցելությունը տևել է 22 զիշեր կամ ավելի: Ամենաքիչ պատասխանները ստացել է 15-21 զիշեր կատեգորիան, որը նշվել է պատասխանողների ընդամենը 9.8%-ի կողմից: Բավականին մեծ է 1-3 օր կատեգորիան նշած պատասխանողների քանակը (18.9%), ինչևէ, այսպես պատասխանած զբոսաշրջիկները, մեծամասամբ, ժամանել են հարևան Վրաստանից և Իրանից: Ռուսաստանից ժամանածների այցելության տևողությունը, հիմնականում, ավելի քան 22 զիշեր է՝ 46.6%:

Համապատասխանաբար, Ռուսաստանից ժամանածների Հայաստան այցելության միջին տևողությունն ամենաերկարն է՝ 32 զիշեր, որոնց հաջորդում է Լիբանանը՝ 31.7 զիշեր և Սիրիան՝ 30.6 զիշեր, իսկ ամենակարճ տևողությունը գրանցվել է Վրաստանից (8.6 զիշեր) և Իրանից (13.6 զիշեր) ժամանած զբոսաշրջիկների համար: Արևելյան Եվրոպայի երկրների, Ճապոնիայի և Կանադայի զբոսաշրջիկների այցելության միջին տևողությունը 13-15.5 զիշեր է, իսկ ԱՄՆ-ից ժամանածների դեպքում զիշերների միջին քանակը մի փոքր ավելի բարձր է՝ 19.1 զիշեր:

Ինչպես և սպասվում էր, հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների դեպքում ավելի մեծ է երկարատև այցելությունների դրույքաչափը, նրանց մեծամասնության այցելության տևողությունը 22 կամ ավելի զիշեր է: Բացի այդ, Հայաստանում անցկացրած զիշերների միջին քանակը նույնպես աճել է բոլոր երկրներից ժամանած հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների համար:

Աղյուսակ 13. Հայաստան այցելության տևողությունն ըստ այցելության նպատակի (%)

Այցելության տևողություն	Գործնական/համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Մասնակցություն սպորտային և մշակութային միջոցառումների	Այցելություն ընկերներին ու հարազատներին	Այլ
1-3 զիշեր	37.3	37.9	3.6	9.1	6.8	16.2	12.2	19.6
4-7 զիշեր	34.3	24.9	5.8	17.8	40.3	26.5	18.1	26.2
8-14 զիշեր	17.3	11.4	8.7	22.1	36.5	33.3	19.7	21.6
15-21 զիշեր	5.3	7.6	6.5	17.0	8.0	11.1	11.8	11.8
22+ զիշեր	5.7	18.2	75.4	34.1	8.4	12.8	38.2	20.8
Քիչերների միջին քանակը	8.7	24.6	75.3	24.9	11.5	12.9	25.4	19.1

նակը								
------	--	--	--	--	--	--	--	--

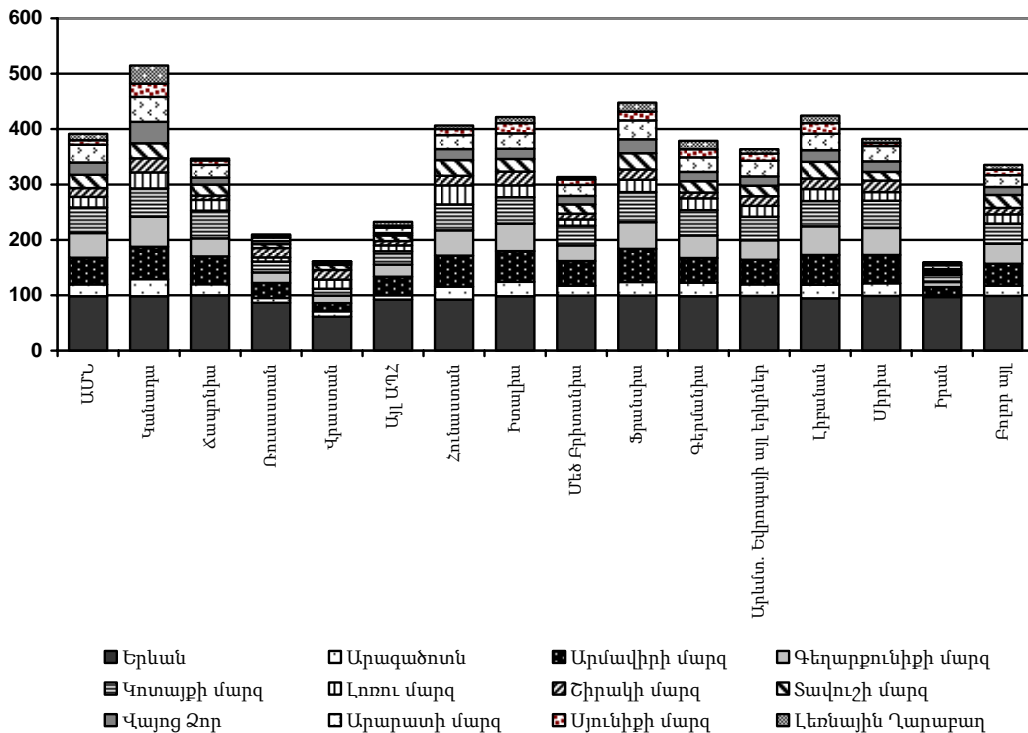
Գիշերների ամենաբարձր միջին քանակն ընկնում է այն զբոսաշրջիկներին, ովքեր Հայաստան են այցելել կրթության կամ ընկերներին ու հարազատներին այցելության նպատակով՝ 75.3 և 25.4,5 գիշեր համապատասխանաբար: Նրանց մոտ նաև ամենաբարձրն է 22 և ավելի գիշեր տևողությամբ այցելությունների դրույթաչափը՝ այս կատեգորիան ընտրվել է կրթության նպատակով ժամանածների 75.4%-ի և ընկերներին ու հարազատներին այցելողների 38.2%-ի կողմից:

Ինչևէ, գործնական և աշխատանքի նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկների մեծամասնությունը Հայաստանում մնացել է ընդամենը 1-3 գիշեր: Այսպես է պատասխանել գործնական նպատակով ժամանածների 37.3%-ը և աշխատանքի նպատակով ժամանածների 37.9%-ը: Հայաստանում անցկացրած գիշերների միջին քանակի առումով այցելությունների ամենակարճ տևողությունն ընկնում է գործնական նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկներին: Հանգստի/ժամանցի, ինչպես նաև սպորտային և մշակութային միջոցառումներին մասնակցության նպատակով այցելած զբոսաշրջիկների մոտ Հայաստանում անցկացրած գիշերների միջին քանակը նույնպես համեմատաբար ցածր է՝ 11.5 և 12.9 գիշեր համապատասխանաբար:

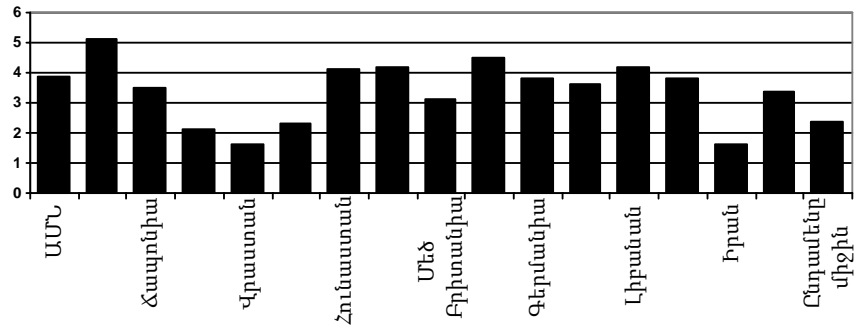
Հայկական ծագում ունեցող զբոսաշրջիկների մոտ միակ նշանակալի տարբերությունն այն է, որ կրթության նպատակով այցելողների դեպքում գիշերների միջին քանակն ավելի մեծ է, քան միջին զբոսաշրջիկի դեպքում՝ 67.9 գիշեր, բացի այդ մեծ է նաև 22 գիշերից ավելի տևողությամբ այցելություն կատարած զբոսաշրջիկների տոկոսը՝ 78.7%:

4.2.4. Ուր են այցելել

Գծապատկեր 12. Այցելության վայրերն ըստ շուկաների (%)



Գծապատկեր 13. Այցելության վայրերի միջին քանակն ըստ շուկաների

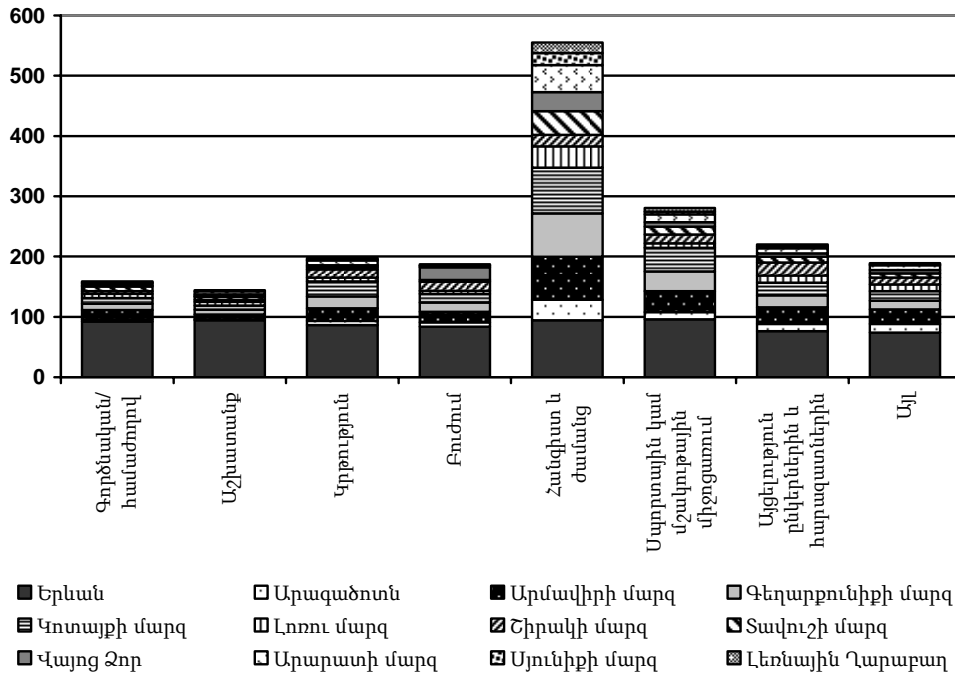


Երևանը Հայաստանի առավել շատ այցելուներ ունեցող վայրն է: Պատասխանողների 83.5 %-ը առնվազն որոշ ժամանակ է անցկացրել այստեղ: Արմավիրի և Կոտայքի մարզերը նույնպես նշանակալի քանակով այցելուներ են ունեցել՝ 28.3% և 23.7% համապատասխանաբար: Զբոսաշրջիկների այցելությունների ամենացածր դրույքաչափը գրանցվել է Սյունիքի մարզի և Լեռնային Ղարաբաղի համար՝ 4.7% և 4.3% համապատասխանաբար: Առկա միտումները ցույց են տալիս, որ Երևանին մոտ տեղակայված վայրերն ավելի շատ այցելուներ են ունենում, իսկ Երևանից առավել հեռու շրջաններն ամենամեծ դժվարություններն ունեն կապված զբոսաշրջիկներ գրավելու հետ:

Երևանում անցկացրած ժամանակի առումով ամենացածր դրույքաչափը գրանցվել է Ռուսաստանի և Վրաստանի համար, որոնց զբոսաշրջիկների ընդամենը 86.3% և 61.3%-ն է ժամանակ անցկացնում այստեղ: Այս տվյալները տարբերվում են մյուս երկրների համար ստացված տվյալներից, որոնց բոլորի դեպքում զբոսաշրջիկների 90%-ը կամ ավելին այցելում են Երևան: Հեռավոր վայրեր ամենաքիչն են ուղևորվել Հյուսիսային Ամերիկայի և Արևմտյան Եվրոպայի երկրներից ժամանած զբոսաշրջիկները:

Ընդհանուր առմամբ, այցելության վայրերի միջին քանակը կազմում է ընդամենը 2.4: Ամենամեծ թվով վայրեր այցելել են կանադացիները՝ 5.1 վայր մեկ այցելության ընթացքում, իսկ ամենաքիչ թվով վայրեր այցելել են Վրաստանից և Իրանից ժամանած զբոսաշրջիկները՝ 1.6 վայր յուրաքանչյուր երկրի դեպքում:

Գծապատկեր 14. Այցելության վայրերն ըստ այցելության նպատակի (%)



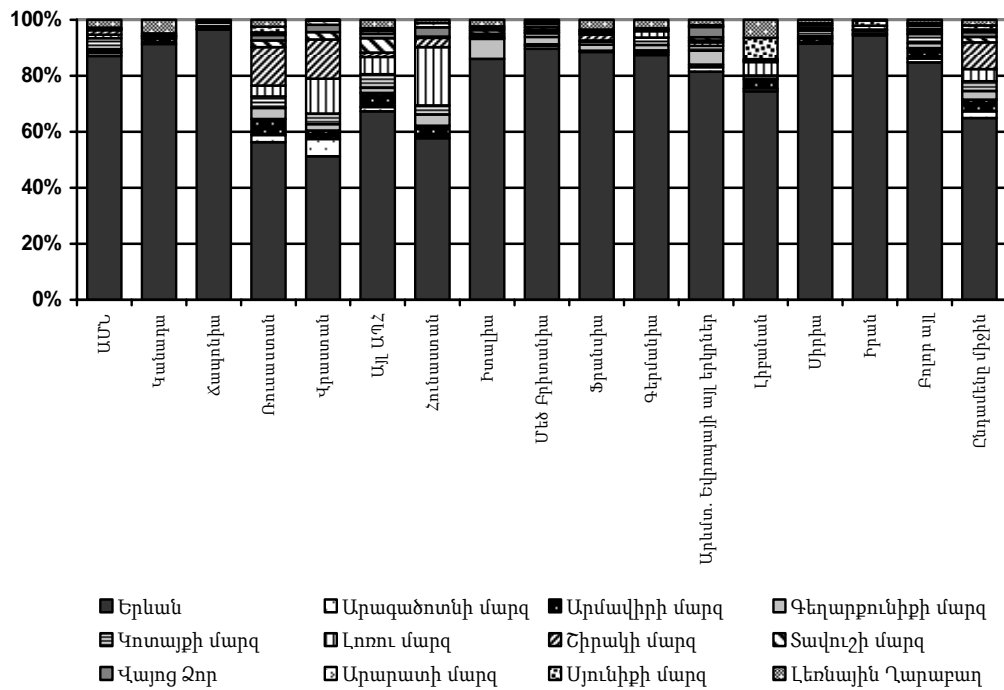
Տրամաբանական է, որ Հայաստան աշխատանքի նպատակով ժամանած այցելուներին ընկնում է տարբեր վայրեր այցելությունների ամենափոքր միջին քանակը (1.4), մինչդեռ հանգստի/ժամանցի նպատակով ճանապարհորդողներն այցելել են առավելագույն թվով վայրեր (5.6): Գործնական և բուժման նպատակով այցելած զբոսաշրջիկները նույնպես այնքան էլ միտված չեն այցելել տարբեր վայրեր, և երկու խմբերում էլ զբոսաշրջիկները միջինում այցելել են 2-ից պակաս տարբեր վայրեր:

Ընկերներին ու հարազատներին այցելության եկած կամ «այլ» նպատակներով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկներն ամենաշատն են հակված ժամանակ անցկացնել Երևանից դուրս և նրանց ընդամենը 76.5% և 74.1%-ն է ժամանակ անցկացնում քաղաքում կրթության և բուժման նպատակով այցելածների ավելի քան 80%-ի և բոլոր մյուս զբոսաշրջիկների ավելի քան 90%-ի համեմատ: Հանգստի/ժամանցի նպատակով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկներն ունեն Երևանից դուրս բոլոր այլ վայրեր այցելության ամենաբարձր տոկոսային հարաբերությունը:

Միջին այցելուի և հայկական ծագումով այցելուների միջև չկան նկատելի տարբերություններ այցելած վայրերի առումով:

4.2.5. Զբոսաշրջիկների գիշերների բաշխումը

Գծապատկեր 15. Զբոսաշրջիկների գիշերների բաշխումն ըստ շուկաների (%)



Զբոսաշրջիկների այցելության տևողության գիշերներով հաշվարկված ամենաբարձր դրույքաչափն ընկնում է Երևանին՝ 64.9%, որին հաջորդում է Շիրակի մարզը՝ 9.5%: Բոլոր մյուս վայրերից յուրաքանչյուրին ընկնում է զբոսաշրջիկների կողմից անցկացրած գիշերների 5%-ից քիչ տոկոսը, իսկ Սյունիքի մարզն ունի ամենացածր դրույքաչափը, այն է՝ զբոսաշրջիկների գիշերների ընդհանուր թվի ընդամենը 1.5%-ը:

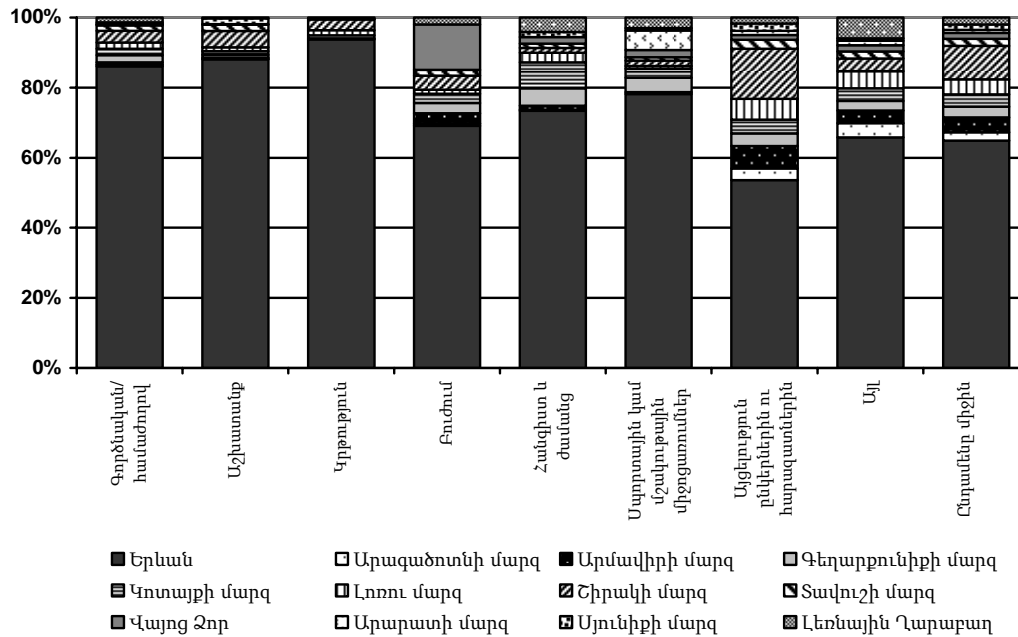
Երևանում անցկացրած գիշերների նվազագույն քանակն ընկնում է Վրաստանի և Ռուսաստանի զբոսաշրջիկներին՝ 51.3% և 56.3% համապատասխանաբար, իսկ Ճապոնիայի և Իրանի զբոսաշրջիկներն ամենամեծ թվով գիշերներն են անցկացրել Երևանում՝ 96.6% և 94.4%:

Բացի այդ, վրացիներն ու ռուսները շատ ավելի մեծ թվով գիշերներ են անցկացրել Շիրակի մարզում մյուս խմբերի համեմատ՝ այստեղ ծախսելով իրենց ժամանակի 14%-ը և 13.6%-ը համապատասխանաբար: Այս մարզ այցելությունների դրույքաչափը բոլոր մյուս շուկաների համար 3.5%-ից ցածր է:

Հունաստանի և Վրաստանի զբոսաշրջիկները հատկապես հակված են այցելել Լոռու մարզ (ավելի քան 5% աճ մյուս երկրների նկատմամբ), Լիբանանից ժամանածներն ավելի հաճախ այցելում են Սյունիքի մարզ ((ավելի քան 5% աճ մյուս երկրների նկատմամբ) և Լեռնային Ղարաբաղ (այցելությունների բաշխվածությունն այս տարածաշրջանում ամենաբարձրն է լիբանանցիների համար), իսկ իտալացիներն ավելի շատ այցելել են Սևանա լիճ (7.1%):

Հայկական ծագում ունեցող այցելուները մի փոքր ավելի քիչ ժամանակ են անցկացնում Երևանում (59.6 %) և մի փոքր ավելի շատ կան միևնույն չափով ժամանակ են անցկացնում այլ մարզերում:

Գծապատկեր 16. Զբոսաշրջիկների անցկացրած գիշերների բաշխումն ըստ այցելության նպատակի (%)



Զբոսաշրջիկների կողմից Երևանում անցկացրած գիշերների ամենաբարձր դրույքաչափն ընկնում է կրթության նպատակով ժամանածներին՝ 93.7%, իսկ ամենացածրը՝ ընկերներին ու հարազատներին այցելության եկած զբոսաշրջիկներին 53.6%-ի չափով:

Ընկերներին և հարազատներին այցելության եկած զբոսաշրջիկներն այն խումբն է, որն ունի մի քանի այլ մարզերում հանգրվանելու ամենաբարձր դրույքաչափը, հատկապես Շիրակի մարզում՝ 14.3%, Լոռու մարզում՝ 5.9% և Արմավիրի մարզում՝ 6.3%: Հաշվի առնելով հարցման մյուս արդյունքները՝ խելամիտ է թվում այն, որ նշված վայրեր, հատկապես Շիրակի մարզ այցելության բարձր դրույքաչափի պատճառներից մեկը կարող է լինել այն, որ Վրաստանից և Ռուսաստանից ժամանածներն այս շրջանում բազմաթիվ ընկերներ և հարազատներ ունեն:

Բուժման նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկներն այլ նպատակներով այցելողների համեմատ նշանակալիորեն ավելի շատ են հանգրվանել Վայոց Ձորի մարզում, վերջինիս է ընկնում նրանց կողմից անցկացված գիշերների 13.1%-ը: Հանգստի/ժամանցի նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկներն ավելի շատ գիշերներ են անցկացրել Կոտայքի մարզում (7.4%), իսկ սպորտային և մշակութային միջոցառումների մասնակից զբոսաշրջիկներն ավելի մեծ թվով գիշերներ են անցկացրել Արարատի մարզում (5.6%):

4.3. Այցելուների կողմից տրված գնահատականները

4.3.1. Հարմարությունների և ծառայությունների գնահատումը

Աղյուսակ 14. Հարմարությունների և ծառայությունների որակի գնահատում (%)

Հարմարություններ և ծառայություններ	Գերազանց (5)	Լավ (4)	Բավարար (3)	Վատ (2)	Շատ վատ (1)	Միջին գնահատական
Հյուրանոցներ	38.2	52.2	7.7	1.4	0.4	4.3
Ուեստորաններ	45.8	43.4	9.4	1.1	0.3	4.3
Առողջարաններ	53.9	33.6	8.8	2.9	0.7	4.4

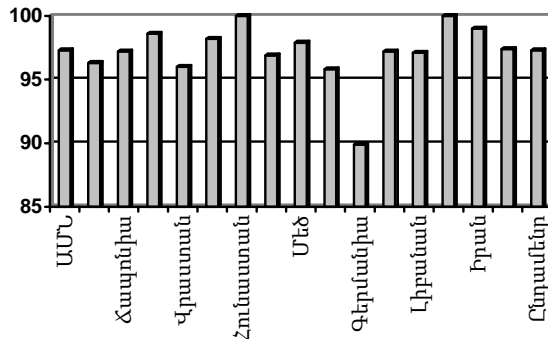
Հարմարություններ և ծառայություններ	Գերազանց (5)	Լավ (4)	Բավարար (3)	Վատ (2)	Շատ վատ (1)	Միջին գնահատական
Տուր օպերատորներ	41.5	47.7	9.7	0.7	0.4	4.3
Գների մակարդակը	9.3	38.5	30.8	13.3	8.0	3.3
Միջազգային տրանսպորտ	29.6	50.6	16.3	2.7	0.8	4.1
Ներքին ճանապարհներ	7.1	36.5	26.8	17.2	12.4	3.1
Տեսարժան վայրեր	66.9	27.7	4.6	0.5	0.3	4.6
Զբոսավարի ծառայություններ	47.5	36.0	11.2	2.3	3.0	4.2
Սահմանային ծառայությունների արդյունավետությունը	22.9	48.7	19.9	6.0	2.5	3.8

Հարցազրուցավարները պատասխանողներին խնդրել են գնահատել տարբեր ծառայություններ և հարմարություններ 1-5 բալային համակարգով, որտեղ 5-ը նշանակում է գերազանց հարմարություններ/ծառայություններ, իսկ 1-ը՝ շատ վատ ծառայություններ/հարմարություններ: Ամենացածր գնահատականները տրվել են Հայաստանի ներքին ճանապարհներին՝ միջինում 3.1, և գների մակարդակին՝ միջինում 3.3 գնահատական: Ամենաբարձր գնահատականները տրվել են Հայաստանի տեսարժան վայրերին, որոնք միջինում գնահատվել են 4.5 և առողջարաններին, որոնք միջին գնահատականը 4.4 է:

Միջին առավելագույն գնահատականը տրվել է հանգստի/ժամանցի նպատակով այցելած զբոսաշրջիկների կողմից, իսկ ամենացածր գնահատականը՝ 3.6, տրվել է կրթության նպատակով այցելածների կողմից:

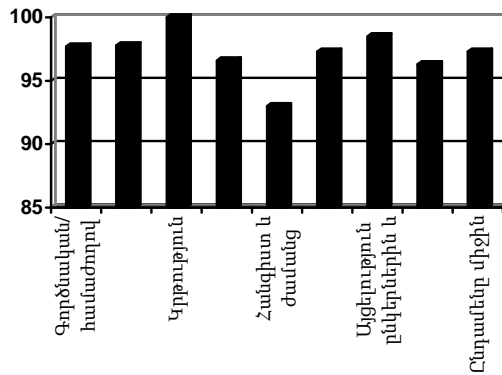
4.3.2. Հայաստան կրկին այցելելու ցանկությունը

Գծապատկեր 17. Հայաստան կրկին այցելելու ցանկությունն ըստ շուկաների (%)



Հայաստան այցելած զբոսաշրջիկների գերակշռող մեծամասնությունը (97.3%) նշել է կրկին այցելելու մտադրության կամ հետաքրքրվածության մասին: Այս թիվն ավելի բարձր է և հասնում է 98.8%-ի հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների մոտ: Հայաստան կրկին այցելելու ամենաքիչ ցանկությունն արտահայտել են գերմանացիները, որոնց 10.1%-ը պատասխանել է, որ մտադիր չէ վերադառնալ: Նրանց հաջորդում են ֆրանսիացիները՝ 4.2%: Հույները և Սիրիայից ժամանածներն ամենամեծ հետաքրքրությունն են ցուցաբերել կրկին Հայաստան այցելելու նկատմամբ, որոնց 100%-ը պատասխանել է, որ ունի իր ուղևորությունը կրկինելու ցանկություն:

Գծապատկեր 18. Հայաստան կրկին այցելելու ցանկությունն ըստ նպատակի (%)



Հայաստան կրկին այցելելու նկատմամբ նվազագույն հետաքրքրությունը դրսևորել են հանգստի/ժամանցի նպատակով այցելած զբոսաշրջիկները, որոնց 7%-ը նշել է, որ չի նախատեսում վերադառնալ: Հնարավոր է, որ հանգստի նպատակով ձանապարհորդող զբոսաշրջիկները գերադասում են այցելել տարբեր վայրեր և երկրներ, մինչդեռ այլ տիպի զբոսաշրջիկները, ինչպիսիք են գործնական կամ ընկերներին ու հարազատներին այցելության նպատակով ձանապարհորդողները, ունեն հատուկ կապվածություն Հայաստանի հետ, որն էլ նրանց ստիպում է վերադառնալ:

Եվս մեկ այցելությամբ հետաքրքրվածության ամենաբարձր մակարդակը գրանցվել է ընկերներին և հարազատներին հանդիպելու և կրթության նպատակով այցելող զբոսաշրջիկների մոտ, որոնց համապատասխանաբար 98.5%-ը և 100%-ը նախատեսում է կրկնել ուղևորությունը:

4.3.3. Հայաստանը որպես հանգստավայր խորհուրդ տալը

Աղյուսակ 15. Հայաստանը որպես հանգստավայր խորհուրդ տալը ըստ շուկաների (%)

Խորհուրդ կտան ընկերներին և հարազատներին	ԱՄՆ	Կանադա	Ճապոնիա	Լուսաստան	Ծրատան	Այլ ԱՊՀ	Հունաստան	Իտալիա	Սեօ Սեօ	Բրիտանիա	Նրանդիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սիդիա	Իրան	Բուրսայի երկրներ	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Ռուսիա
Այո	97.6	100	100	97.3	96.4	96.4	98.4	96.9	96.5	98.1	93.8	97.6	91.2	98.8	98.8	97.4	97.4	97.6	97.1
Ոչ	2.4	0	0	2.7	3.6	3.6	1.6	3.1	3.5	1.9	6.3	2.4	8.8	1.2	1.2	2.6	2.6	2.4	2.9
Ընդամենը	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Հայաստան այցելած զբոսաշրջիկների 97.1%-ը նշել է, որ խորհուրդ կտա ընկերներին և հարազատներին այցելել Հայաստան հանգիստն անցկացնելու համար: Հայաստանի որպես հանգստավայրի մասին առավել մեծ համոզվածություն են արտահայտել կանադացի և ճապոնացի զբոսաշրջիկները: Երկու երկրներից ժամանած զբոսաշրջիկների 100%-ը նշել է Հայաստան այցելությունն ընկերներին և հարազատներին խորհուրդ տալու մասին: Այցելուների միայն 2.9%-ը խորհուրդ չի տա Հայաստանը որպես հանգստավայր. լիբանանացի և գերմանացի այցելուներն ամենաքիչն են հակված խորհուրդ տալ Հայաստանը. նրանց համապատասխանաբար 8.8%-ը և 6.3%-ը ընտրել է ոչ պատասխանը:

Աղյուսակ 16. Հայաստանը որպես հանգստավայր խորհուրդ տալը ըստ այցելության նպատակների (%)

Խորհուրդ կտան ընկերներին և հարազատներին	Գործնական/համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Ակտիվ մասնակցություն սպորտային կամ մշակութային միջոցառումների	Այցելություն ընկերներին և հարազատներին	Այլ	Ընդամենը միջին
Այո	96.3	96.6	98.4	96.2	97.8	98.2	97.6	96.0	97.1
Ոչ	3.7	3.4	1.6	3.8	2.2	1.8	2.4	4.0	2.9
Ընդամենը	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Այցելության «այլ» նպատակներ պատասխանն ընտրած զբոսաշրջիկներն ամենաքիչն են միտված խորհուրդ տալ Հայաստանն իրենց ընկերներին և հարազատներին, նրանց 4%-ն ընտրել է «ոչ» պատասխանը, մինչդեռ կրթության նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկներն ամենաշատն են միտված խորհուրդ տալ այցելել Հայաստան, և նրանց ընդամենը 1.6%-ն է այդ հարցին տվել բացասական պատասխան (չնայած նրանք ցածր են գնահատել այստեղ տրամադրվող ծառայությունները):

Հայկական ծագում ունեցող զբոսաշրջիկների դեպքում միակ նշանակալի տարբերությունը նկատվում է աշխատանքի նպատակով ժամանածների խմբում, որոնց 7.3%-ը նշել է, որ չի խորհուրդ տա Հայաստանը որպես հանգստավայր, ինչը 3.9%-ով գերազանցում է այս հարցին բացասական պատասխան տված աշխատանքի նպատակով այցելած զբոսաշրջիկների միջինացված դրույթաչափը:

4.4. Այցելուների ծախսերը¹

4.4.1. Մեկ անձին ընկնող միջին ծախսերը և օրական ծախսերը օրական ծախսերը

¹ Ծախսերի հաշվարկման համար կիրառվել է հետևյալ մոտեցումը.

Տուր փաթեթի արժեքը կրճատվել է (հարցաշարի 17-րդ տողը) 20%-ով՝ հաշվի առնելով տուր օպերատորների կոմիսիոն վաճառքի շահն այն երկրներում, որոնցից ժամանել են զբոսաշրջիկները:

Եթե փաթեթում ընդգրկված են նաև միջազգային տրանսպորտի ծախսերը, և եթե այդ ծառայությունները տրամադրվել են ավիափոխադրումների օտարերկրյա ընկերության կողմից, ապա փաթեթի արժեքը կրճատվել է միջինում ևս 35%-ով և բաժանվել է մարդկանց քանակի վրա:

Եթե փաթեթի արժեքի մեջ միջազգային տրանսպորտի ծախսերը չեն մտնում և նրանք օգտվել են Արմավիա ընկերության ծառայություններից, ապա ավելացվել են համապատասխան տրանսպորտային ծախսերը (տող 17.3) և գումարը բաժանվել է մարդկանց համապատասխան քանակի վրա:

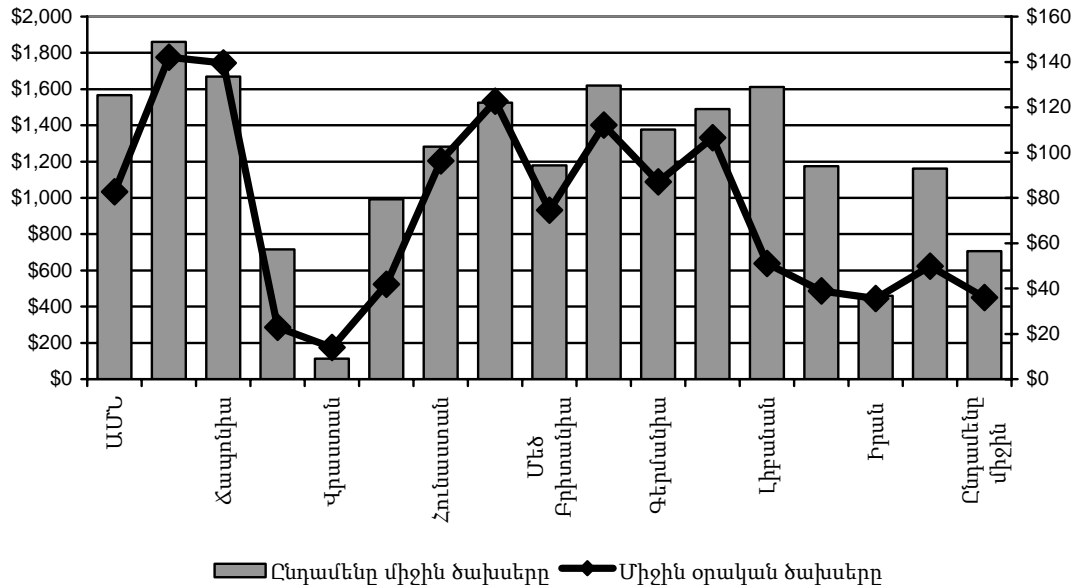
Ինքնուրույն ճանապարհորդողների ծախսերը հաշվարկվել են հետևյալ մոտեցման կիրառմամբ.

Միջազգային տրանսպորտի ծախսերը հանվել են ծախսերի ընդհանուր թվից, եթե այցելուն օգտվել է օտարերկրյա ավիաընկերության ծառայություններից, և գումարը բաժանվել է մարդկանց քանակի վրա (տող 19.2):

Աղյուսակ 17. Հայաստանում կատարված միջին ծախսերը և օրական ծախսերը մեկ անձի հաշվարկով ըստ ուղևորության կազմակերպման ձևի և շուկաների (ԱՄՆ դոլար)

Ծախսերը	ԱՄՆ	Կանադա	Ճապոնիա	Ուուսատան	Կրաստան	Այլ ԱՊՀ	Հունաստան	Իտալիա	Միացյալ Թագավորություն	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սիրիա	Իրան	Բոլոր այլ երկրները	Ընդամենը միջին
ԲՈՒՈՐԸ																	
Միջին ընդամենը ծախսերը	1567.0	1860.8	1669.7	715.2	112.6	991.7	1283.1	1524.4	1180.2	1619.4	1377.9	1490.4	1611.5	1175.0	460.0	1160.4	705.4
Այցելության միջին տևողությունը	18.9	13.1	12.0	31.4	8.1	23.6	13.3	12.4	15.8	14.4	15.8	14.0	31.6	30.2	12.9	23.2	19.6
Օրական միջին ծախսերը	82.7	142.1	139.5	22.8	13.9	41.9	96.4	122.7	74.6	112.1	87.1	106.6	51.0	38.9	35.6	49.9	36.0
ՏՈՒՐ ՓԱԹԵԹՆԵՐ																	
Միջին ընդամենը ծախսերը	3025.7	2651.1	2700.0	1717.6	0.0	0.0	1800.0	1847.3	2250.0	2474.5	2273.8	2630.3	0.0	930.0	646.9	2181.2	2350.9
Այցելության միջին տևողությունը	11.4	12.2	7.5	7.3	0.0	0.0	9.0	10.8	8.7	11.5	10.4	10.3	0.0	7.0	8.7	10.3	10.5
Օրական միջին ծախսերը	266.3	217.3	360.0	234.2	0.0	0.0	200.0	171.0	258.2	215.5	218.4	255.4	0.0	132.9	74.6	211.1	224.3
ԻՆՔՆՈՒՐՈՒՅՆ																	
Միջին ընդամենը ծախսերը	1454.2	1747.9	1485.7	713.6	112.6	991.7	1276.6	1491.1	1083.7	1531.6	1295.4	1379.3	1611.5	1183.6	458.0	1034.5	667.5
Այցելության միջին տևողությունը	19.6	13.2	12.7	31.4	8.1	23.6	13.4	12.6	16.2	14.8	16.3	14.3	31.6	30.8	12.9	24.5	19.8
Օրական միջին ծախսերը	74.2	132.5	117.4	22.7	13.9	41.9	95.3	118.6	66.8	103.6	79.3	96.4	51.0	38.4	35.4	42.1	33.7

Գծապատկեր 19. Միջին ծախսերը և օրական ծախսերը մեկ անձի հաշվարկով բոլոր այցելուների կտրվածքով (ԱՄՆ դոլար)

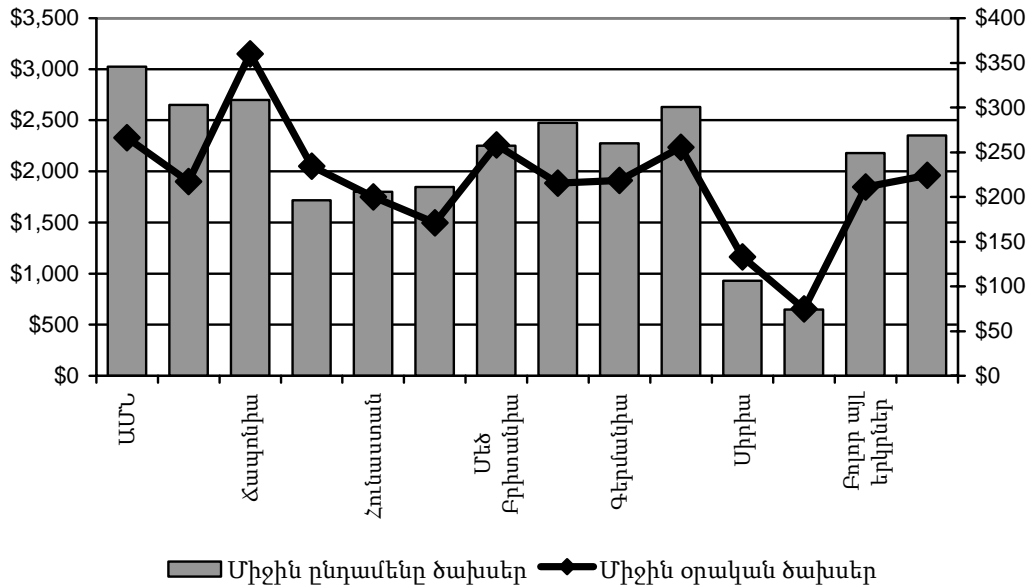


Բոլոր զբոսաշրջիկների համար ընդամենը միջին ծախսերը մեկ անձի հաշվարկով կազմում են 705.40 ԱՄՆ դոլար, այցելության միջին տևողությունն է 19.6 օր, իսկ միջին օրական ծախսերը կազմում են 36.00 ԱՄՆ դոլար:

Զնայած նրան, որ Հայաստան տուր փաթեթով այցելողները զբոսաշրջիկների մեջ փոքր մասնաբաժին ունեն, նրանց ծախսերը մեկ ուղևորության հաշվարկով նշանակալիորեն ավելի մեծ են՝ կազմելով միջինում օրական 224.30 ԱՄՆ դոլար 10.5 օր միջին տևողությամբ ուղևորությունների համար և 2,350.90 ԱՄՆ դոլար ընդամենը ծախսերի առումով: Ինքնուրույն ճանապարհորդողների միջին ծախսերը կազմում են ընդամենը 667.50 ԱՄՆ դոլար 19.8 օր ընդհանուր տևողությամբ այցելության ընթացքում՝ օրական ծախսերը հասցնելով միջինում 33.70 ԱՄՆ դոլարի:

Կանադացիների Հայաստան այցելության ժամանակ կատարած ծախսերն ամենամեծն են՝ կազմելով 1,860.80 ԱՄՆ դոլար մեկ այցելության հաշվարկով, երբ ուղևորության միջին տևողությունը 13.1 օր է, այսինքն՝ օրական միջինում 142.10 ԱՄՆ դոլար: Նրանց հաջորդում են Ճապոնացիները, որոնց մեկ ուղևորությանն ընկնող ծախսերը կազմում են 1,669.70 ԱՄՆ դոլար 12 օր տևողությամբ այցելության համար, այսինքն՝ օրական միջինում 139.50 ԱՄՆ դոլար: Ամենաքիչ ծախսեր կատարում են վրացիները՝ 112.6 ԱՄՆ դոլար 8.1 օր տևողությամբ յուրաքանչյուր ուղևորության համար: Նրանց օրական միջին ծախսերը կազմում են ընդամենը 13.90 ԱՄՆ դոլար: Իրանից ժամանած զբոսաշրջիկները նույնպես շատ չեն ծախսում Հայաստանում՝ միջինում 460.00 ԱՄՆ դոլար 12.9 օր տևողությամբ յուրաքանչյուր ուղևորության համար՝ ծախսելով օրական 35.60 ԱՄՆ դոլար:

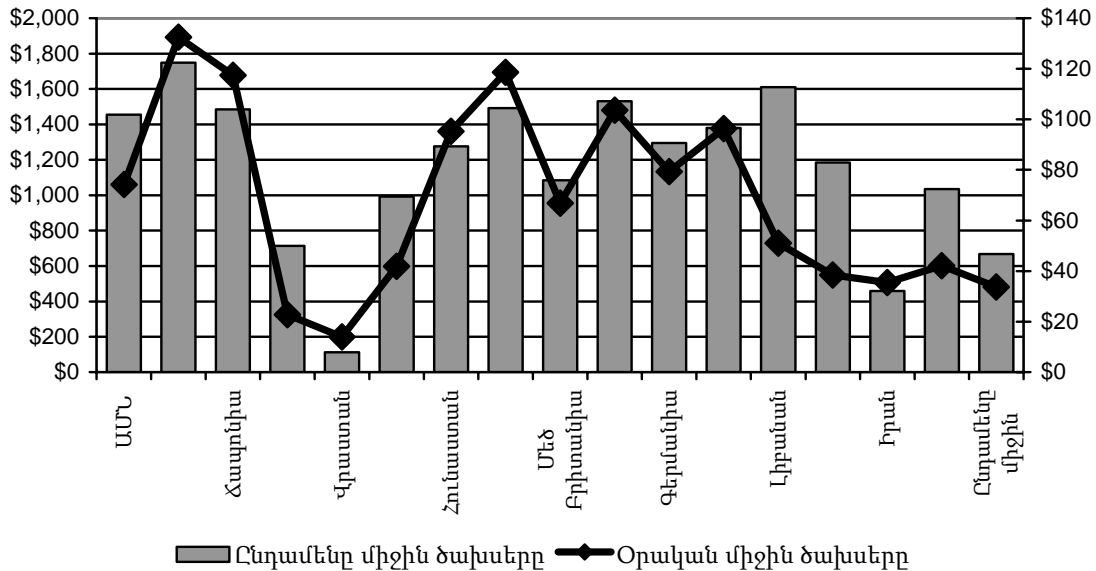
Գծապատկեր 20. Միջին ծախսերը և օրական ծախսերը մեկ անձի հաշվարկով ըստ շուկաների. տուր փաթեթներ (ԱՄՆ դոլար)



Տուր փաթեթով կատարած ուղևորությունների առումով առավելագույն ծախսերն ընկնում են ամերիկացիներին՝ 3,025.70 ԱՄՆ դոլար, որոնց հաջորդում են ճապոնացիները՝ 2,700 ԱՄՆ դոլար յուրաքանչյուր ուղևորության համար, ինչևէ ճապոնացիներն ավելի շատ են ծախսում օրական ծախսերի հաշվարկով՝ 360 ԱՄՆ դոլար, իսկ ԱՄՆ-ից ժամանած զբոսաշրջիկները հաջորդում են նրանց՝ ծախսելով օրական 266.30 ԱՄՆ դոլար: Հարկ է նշել, որ ճապոնացի զբոսաշրջիկների ուղևորությունների միջին տևողությունն ավելի կարճ է՝ ընդամենը 7.5 օր, մինչդեռ տուր փաթեթով ճանապարհորդող ամերիկացի զբոսաշրջիկների այցելությունը մոտ 4 օրով ավելի երկար է, ինչը նշանակում է, որ եթե ճապոնացիների այցելություններն ավելի երկար տևողություն ունենային, ապա նրանք առաջինը կլինեին ծախսերի առումով տուր փաթեթով ճանապարհորդողների խմբում:

Որոշ երկրների, այդ թվում Վրաստանի, ԱՊՀ այլ երկրների և Լիբանանի դեպքում տուր փաթեթով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկներ չեն գրանցվել: Տուր փաթեթով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկներ ունեցող երկրների շարքում ամենաքիչ ծախսերն ընկնում են Իրանին՝ 646.90 ԱՄՆ դոլար, միջին օրական ծախսերը՝ 74.60 ԱՄՆ դոլար, իսկ այցելության տևողությունը՝ 8.7 օր:

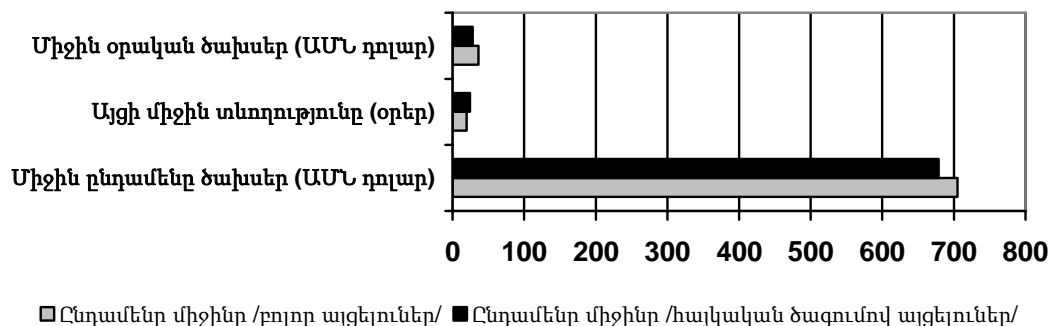
Գծապատկեր 21. Միջին և օրական ծախսերն ինքնուրույն ճանապարհորդողների խմբում (ԱՄՆ դոլար)



Ինքնուրույն ճանապարհորդող զբոսաշրջիկների խմբում ծախսերի ամենաբարձր դրույքաչափը գրանցվել է կանադացիների մոտ և՛ ընդամենը ծախսերի (1,747.90 ԱՄՆ դոլար) և՛ օրական ծախսերի (\$132.50) առումով: Նրանց հաջորդում են լիբանանցիները 1,611.50 ԱՄՆ դոլար ընդամենը ծախսերով: Ինչևէ, Լիբանանի դեպքում օրական ծախսերն ավելի ցածր են՝ օրական 51 ԱՄՆ դոլար, իսկ ընդամենը ծախսերի թիվը պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ լիբանանցի այցելուների այցելության միջին տևողությունը 31.6 օր է, մինչդեռ կանադացիները, ճապոնացիները և իտալացիները (ովքեր հաջորդն են օրական ծախսերի առումով) ընդամենը մոտավորապես 13 օր են անցկացնում երկրում:

Այս անգամ ևս վրացիներն ամենաքիչ ծախսեր կատարողներն են և՛ ընդամենը ծախսերի (112.6 ԱՄՆ դոլար) և՛ օրական ծախսերի (13.90 ԱՄՆ դոլար) առումով: Այս թվերը նույնն են, ինչպես բոլոր այցելուների մոտ, քանի որ նրանց համար ոչ մի տուր փաթեթով ուղևորություն չի գրանցվել: Ինքնուրույն ճանապարհորդող զբոսաշրջիկների խմբում ծախսերի հաջորդ ամենացածր դրույքաչափն ընկնում է Իրանից ժամանածներին, ովքեր ծախսում են ընդամենը 458 ԱՄՆ դոլար յուրաքանչյուր ուղևորության վրա, ինչևէ, նրանց օրական ծախսերը մի փոքր ավելի բարձր են, քան ռուսներինը, ում օրական ծախսերը կազմում են ընդամենը 22.70 ԱՄՆ դոլար:

Գծապատկեր 22. Հայկական ծագումով այցելուների օրական և միջին ծախսերի համեմատությունը:



■ Ընդամենը միջինը /բոլոր այցելուներ/ ■ Ընդամենը միջինը /հայկական ծագումով այցելուներ/

Հայկական ծագումով այցելուներն ավելի քիչ են ծախսում ընդամենը ծախսերի (678.70 ԱՄՆ դոլար մեկ ուղևորության համար), ինչպես նաև օրական ծախսերի (օրական 27.90 ԱՄՆ դոլար) առումով միջին զբոսաշրջիկի համեմատ: Երկրում գտնվելու ժամանակահատվածում նրանց ծախսերի դրույքաչափի վրա բացասաբար է անդրադարձել նաև նրանց ուղևորության ավելի երկար ժամանակահատվածը (հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների այցելության միջին տևողությունը 5 օրով ավելի երկար է), այսինքն՝ նրանց միջին զբոսաշրջիկի հետ համեմատելու դեպքում նրանց ընդամենը ծախսերը, փաստորեն, նույնիսկ ավելի փոքր կլինեն: Սա, հավանաբար, պայմանավորված է այն փաստով, որ հայկական ծագումով զբոսաշրջիկները երկրում եղած ժամանակահատվածում ավելի հակված են հանգրվանել իրենց ընկերների և հարազատների տանը և, հետևաբար, ավելի քիչ գումար ծախսել կացարանի և սննդի վրա:

Աղյուսակ 18. Մեկ մարդու հաշվարկով միջին և օրական ծախսերն ըստ ուղևորության կազմակերպման ձևի և այցելության նպատակի (ԱՄՆ դոլար)

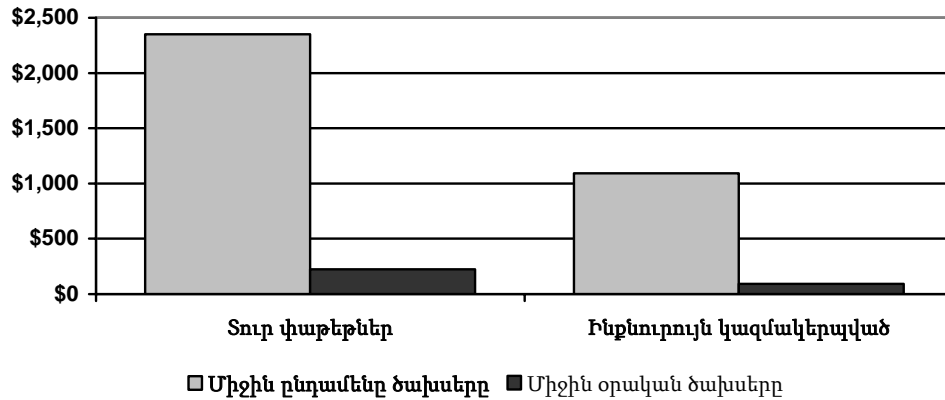
Ծախսերը	Գործնական/համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Ակտիվ մասնակցություն սպորտային կամ մշակութային միջոցառումների	Այցելություն ընկերներին և հարազատներին	Այլ	Ընդամենը միջին
ԲՈՒՈՐԸ									
Միջին ընդամենը ծախսերը	645.2	618.0	1181.7	717.5	1294.8	1158.6	582.3	664.4	724.1
Այցելության միջին տևողությունը	9.0	18.0	73.0	25.4	11.5	14.5	24.9	17.5	19.6
Միջին օրական ծախսերը	71.8	34.3	16.2	28.3	112.2	79.8	23.4	38.1	36.9

Հանգստի նպատակով ժամանողները հանդիսանում են ծախսերի ամենաբարձր դրույքաչափ ունեցող խումբը, որոնց դեպքում յուրաքանչյուր ուղևորությանն ընկնող միջին ծախսը կազմում է 1,294.80 ԱՄՆ դոլար, իսկ օրական ծախսերը՝ 112.20 ԱՄՆ դոլար: Նրանց հաջորդում են սպորտային և մշակութային միջոցառումներին մասնակցելու նպատակով այցելած զբոսաշրջիկները՝ յուրաքանչյուր ուղևորության վրա ծախսելով միջինում 1,158.60 ԱՄՆ դոլար և 79.80 ԱՄՆ դոլար օրական:

Մեկ ուղևորությանն ընկնող ծախսերի հաջորդ ամենաբարձր դրույքաչափն ընկնում է կրթության նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկներին՝ 1,181.70 ԱՄՆ դոլար, ինչևէ, օրական ծախսերի առումով նրանք ունեն ամենացածր դրույքաչափը՝ օրական ընդամենը 16.20 ԱՄՆ դոլար: Սա պայմանավորված է նրանց այցելության շատ երկար ժամանակահատվածով (73 օր): Բացի այդ, հարկ է նաև հիշել, որ այս այցելուներն ավելի երիտասարդ են և ավելի քիչ կայուն եկամուտ ունեն, եթե ընդհանրապես ունեն այն:

Գործնական նպատակով ժամանող զբոսաշրջիկները Հայաստանում ծախսում են օրական 71.80 ԱՄՆ դոլար, իսկ ընկերներին և հարազատներին այցելող զբոսաշրջիկների օրական ծախսերը ցածր են՝ մոտ 23.40 ԱՄՆ դոլար, նրանց է ընկնում յուրաքանչյուր ուղևորությանն ընկնող ծախսերի ամենացածր դրույքաչափը՝ ընդամենը 582.30 ԱՄՆ դոլար:

Գծապատկեր 23. Ծախսերի համեմատությունը հանգստի նպատակով ժամանածների խմբում (ԱՄՆ դոլար)



Հանգստի/ժամանցի նպատակով ճանապարհորդող այցելուները միակ խումբն են, որտեղ այցելությունները բաժանվում են տուր փաթեթով և ինքնուրույն կազմակերպված ուղևորությունների, սակայն դրանց միջև առկա տարբերություններն էական չեն: Տուր փաթեթով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկները ծախսում են 2,350.90 ԱՄՆ դոլար յուրաքանչյուր ուղևորության համար, ինչը 1,260.10 ԱՄՆ դոլարով գերազանցում է ուղևորությունը սեփական ուժերով կազմակերպած հանգստի նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկների ծախսերը: Նույնը վերաբերվում է նաև օրական ծախսերին, երբ տուր փաթեթով հանգստի նպատակով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկները ծախսում են օրական 224.30 ԱՄՆ դոլար ուղևորությունն ինքնուրույն կազմակերպող զբոսաշրջիկների օրական 92.70 ԱՄՆ դոլարի դիմաց:

Հայկական ծագում ունեցողների խմբում ծախսերն ավելի փոքր են: Չնայած սպորտային կամ մշակութային միջոցառումներին մասնակցող զբոսաշրջիկների մեկ ուղևորությանն ընկնող ընդամենը ծախսերն ամենամեծն են (1,337.20 ԱՄՆ դոլար), այնուհանդերձ այս կատեգորիայի օրական միջին ծախսերը, միևնույն է, ավելի ցածր են միջին զբոսաշրջիկի ծախսերից: Մյուս խմբերում նկատվում է միևնույն ծախսերի բաժանումը:

4.4.2. Ուղևորությունն ինքնուրույն կազմակերպած զբոսաշրջիկների միջին ծախսերն ըստ ծախսերի առարկաների²

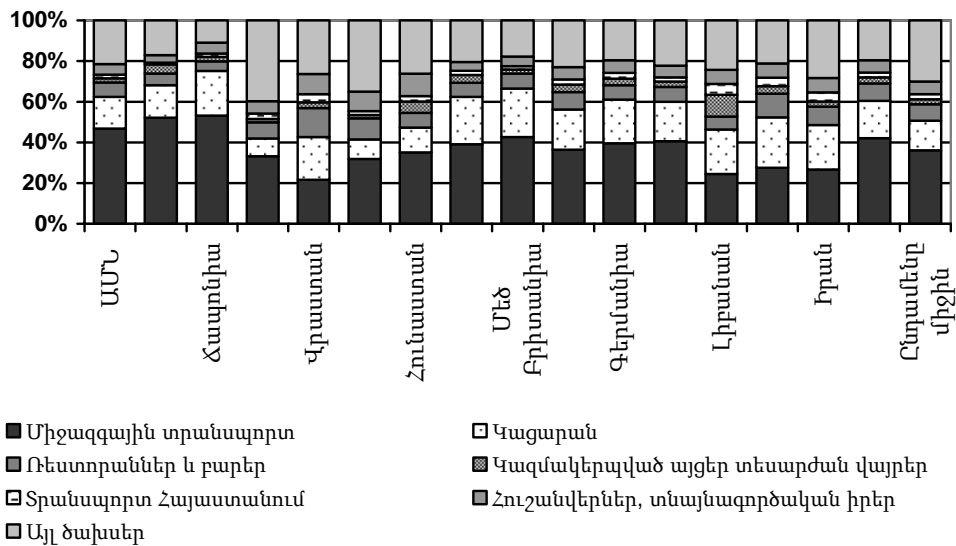
Աղյուսակ 19. Ուղևորությունն ինքնուրույն կազմակերպած զբոսաշրջիկների միջին ծախսերն ըստ շուկաների (%)

Ծախսերի առարկան	ԱՄՆ	Կանադա	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Վրաստան	Այլ ԱՊՀ	Հունաստան	Իտալիա	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սիրիա	Իրան	Բոլոր այլ երկրները	Ընդամենը միջին
Միջազգային տրանսպորտ	46.8	52.1	53.1	33.2	21.6	31.8	35.2	39.2	42.6	36.4	39.5	40.6	24.4	27.5	26.7	42.1	36.1
Կացարան	15.5	16.0	21.9	8.8	21.0	9.6	12.1	23.3	23.9	19.8	21.5	19.5	22.0	24.8	21.9	18.3	14.5
Ռեստորաններ և բարեր	7.1	5.8	4.8	7.9	14.2	10.4	7.2	6.9	7.3	8.6	7.1	7.3	6.4	11.7	8.9	8.6	8.2

² Ի տարբերություն նախորդ մասում ներկայացված տվյալների, այս մասում ծախսերի տվյալների կրճատում չի կատարվել:

Ծախսերի առարկան	ԱՄՆ	Կանադա	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Վրաստան	Այլ ԱՊՀ	Հունաստան	Իտալիա	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սիրիա	Իրան	Բոլոր այլ երկրները	Ընդամենը միջին
Կազմակերպված տուրեր	2.1	4.5	2.2	1.7	2.9	1.7	5.7	3.8	2.0	3.6	3.3	2.6	10.6	3.7	2.6	3.0	2.4
Տրանսպորտ Հայաստանի ներսում	1.7	0.8	1.6	2.6	3.9	1.8	2.7	2.1	1.6	2.5	2.7	2.1	5.4	4.2	4.5	2.3	2.5
Հուշանվերներ և տնայնագործական իրեր	5.3	3.7	5.4	6.1	9.9	9.6	10.9	4.4	4.7	6.1	6.2	5.8	7.0	6.9	7.1	6.1	6.3
Այլ ծախսեր	21.4	17.1	10.9	39.7	26.4	35.0	26.3	20.4	17.8	23.0	19.6	22.2	24.3	21.2	28.2	19.6	30.0
Ընդամենը միջին ծախսերը (ԱՄՆ դոլար)	2511.6	2640.2	2361	1175.0	124.4	1235.6	1245.1	12205.3	1746.2	1896.8	1718.4	1286.3	1531.0	1254.8	668.4	1862.6	985.8

Գծապատկեր 24. Ուղևորությունն ինքնուրույն կազմակերպված զբոսաշրջիկների միջին ծախսերն ըստ ծախսերի առարկաների ըստ շուկաների (%)



Խառնաշփոթից խուսափելու համար այս բաժնում անհրաժեշտ է հստակեցնել, որ այս տոկոսային հարաբերությունները ներկայացնում են ավելի շուտ ծախսերի համամասնությունը, ոչ թե բացարձակ թվեր: Այդ իսկ պատճառով, չնայած նրան, որ շուկայի որոշ սեգմենտների համար ներկայացված համամասնություններն ավելի բարձր են, այնուհանդերձ, փաստացի ծախսերը կարող են լինել ավելի ցածր, քան մյուս սեգմենտներինը:

Բոլոր այցելուների մոտ միջազգային տրանսպորտին ընկնում է ծախսերի միջինում 36.1%-ը: Տրամաբանական է, որ միջազգային տրանսպորտի վրա կատարվող ծախսերն ամենամեծն են Հայաստանից հեռու գտնվող երկրների դեպքում (Ճապոնիա՝ 53.1%, Կանադա՝ 52.1% և ԱՄՆ՝ 46.8%), մինչդեռ ավելի մոտ տեղակայված երկրների ծախսերն այս կատեգորիայում ավելի քիչ են (Վրաստան՝ 21.6%, Լիբանան՝ 24.4%, Իրան՝ 26.7%):

Ծախսերի հաջորդ ամենամեծ դրույքաչափը գրացվել է «այլ ծախսեր» կատեգորիայի համար, որտեղ Ռուսաստանը այլ ծախսեր կատեգորիայում ունի ծախսերի ամենամեծ մասնաբաժինը մյուս կատեգորիաների համեմատ՝ 39.7%, որին հաջորդում են ԱՊՀ երկրները՝ 35%-ով:

Կացարանի վրա կատարվող ծախսերը միջինում կազմում են 14.1% բոլոր երկրների համար, ինչն էլ այս կատեգորիայում առավելագույն ծախսեր են գրանցվել Սիրիայի համար՝ 24.8%: Սա, հավանաբար, պայմանավորված է այն փաստով, որ սիրիացիները կազմում են Հայաստանում սովորող օտարերկրյա ուսանողների ամենամեծ խումբը, և նրանց այցելության երկար տևողությունը նշանակում է, որ նրանք ավելի շատ են ծախսում կացարանի վրա: Միջին Երևելքի երկրներից, Արևմտյան Եվրոպայի երկրներից, Ճապոնիայից և Վրաստանից ժամանող զբոսաշրջիկները կացարանի վրա ծախսում են իրենց բյուջեի 19%-ը, մինչդեռ Ռուսաստանից և այլ ԱՊՀ երկրներից ժամանածներն ամենաքիչն են ծախսում կացարանի վրա՝ 8.8% և 9.6% համապատասխանաբար: Հյուսիսային Ամերիկայի զբոսաշրջիկները կացարանի վրա ծախսում են իրենց գումարի 16%-ը:

Նշանակալի ծախսեր են գրանցվել ռեստորանների և բարերի կատեգորիայի համար Վրաստանից (14.2%), Սիրիայից (11.7%) և այլ ԱՊՀ երկրներից ժամանած զբոսաշրջիկների դեպքում, իսկ ռեստորանների վրա ամենաքիչ ծախսերը կատարվել են Ճապոնացի զբոսաշրջիկների կողմից՝ 4.8%: Ռեստորանների վրա կատարված ծախսերի դրույքաչափը, սովորաբար, համապատասխանում է յուրաքանչյուր երկրից ժամանածների կողմից Հայաստանում անցկացրած միջին ժամանակահատվածին:

Լիբանանցի զբոսաշրջիկները, ակնհայտորեն, ամենաշատն են հակված գումարներ ծախսելու տեսարժան վայրերի կազմակերպված էքսկուրսիաների վրա՝ հատկացնելով այս կատեգորիային իրենց գումարի 10.1%-ը: Նրանց հաջորդում են հույները՝ 5.7%-ով և կանադացիները՝ 4.5%-ով: Կազմակերպված տուրերի վրա ամենաքիչ ծախսերը կատարվել են Ռուսաստանից և ԱՊՀ այլ երկրներից ժամանած զբոսաշրջիկների կողմից՝ իրենց գումարի 1.7%-ը: Հետաքրքրական է այն, որ ամերիկացիների, բրիտանացիների և Ճապոնացիների ծախսերը նույնպես փոքր են այս կատեգորիայում՝ կազմելով 2.1%, 2.0% և 2.2% համապատասխանաբար, ինչը հնարավոր է, պայմանավորված է նրանց կողմից տուր փաթեթներից ավելի շատ օգտվելու հանգամանքով:

Ներքին տրանսպորտային ծախսերն ամենամեծն են լիբանանցիների, սիրիացիների և Իրանից ժամանած զբոսաշրջիկների համար, մինչդեռ Կանադայի, Ճապոնիայի և Մեծ Բրիտանիայի զբոսաշրջիկներն այնքան էլ հակված չեն ծախսեր կատարել այս տիպի տրանսպորտի վրա:

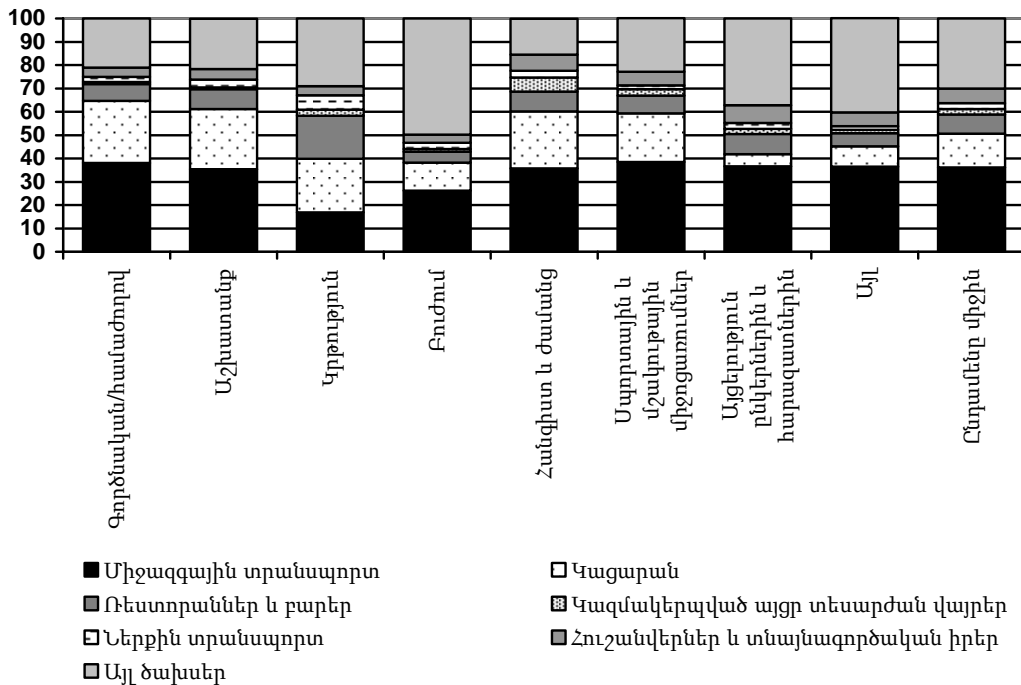
Հուշանվերների վրա կատարված ծախսերի ամենաբարձր դրույքաչափերն ընկնում են հույներին, վրացիներին և ԱՊՀ այլ երկրներից ժամանած զբոսաշրջիկներին, իսկ ամենացածրը՝ կանադացիներին, իտալացիներին և բրիտանացիներին:

Աղյուսակ 20. Ուղևորությունն ինքնուրույն կազմակերպված զբոսաշրջիկների միջին ծախսերն ըստ ծախսերի առարկաների ըստ այցելության նպատակի (%)

Ծախսերը	Գործնական/համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Ակտիվ մասնակցություն սպորտային կամ մշակութային միջոցառումների	Այցելություն ընկերներին և հարազատներին	Այլ	Ընդամենը միջին
Միջազգային տրանսպորտ	38.1	35.3	16.9	26.2	35.8	38.5	36.6	36.5	36.1
Կացարան	26.5	25.9	23.0	12.0	24.3	20.9	5.2	8.7	14.5
Ռեստորաններ և բարեր	7.3	8.5	18.4	4.7	8.5	7.6	8.7	5.7	8.2

Ծախսերը	Գործնական/համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Ակտիվ մասնակցություն սպորտային կամ մշակութային միջոցառումների	Այցելություն ընկերներին և հարազատներին	Այլ	Ընդամենը միջին
Կազմակերպված տուրեր	0.9	0.7	2.6	1.1	6.1	2.7	2.1	1.3	2.4
Տրանսպորտ Հայաստանի ներսում	2.2	3.4	6.2	2.7	2.9	1.6	2.6	1.6	2.5
Հուշանվերներ և տնայնագործական իրեր	4.0	4.5	3.9	3.5	6.9	5.8	7.6	6.0	6.3
Այլ ծախսեր	21.0	21.6	29.0	49.8	15.4	23.0	37.2	40.3	30.0

Գծապատկեր 25. Ուղևորությունն ինքնուրույն կազմակերպված զբոսաշրջիկների միջին ծախսերն ըստ ծախսերի առարկաների ըստ այցելության նպատակի (%)



Իրենց գումարների ամենամեծ մասնաբաժինը միջազգային տրանսպորտի վրա ծախսող զբոսաշրջիկների խմբերն են հանգստի/ժամանցի նպատակով ժամանողների խումբը (35.8%), սպորտային և մշակութային միջոցառումներին մասնակցության նպատակով ժամանողների խումբը (38.5%), գործնական այցով ժամանողները (38.1%) և «այլ» կատեգորիային պատկանող զբոսաշրջիկների խումբը (36.5%):

Միջազգային տրանսպորտի վրա ամենաքիչ ծախսերը կատարում են կրթության նպատակով այցելողները, ովքեր իրենց ծախսերի ընդամենը 16.9%-ն են հատկացնում դրան, ինչևէ, զբոսաշրջիկների այս խումբը նշանակալիորեն ավելի շատ է ծախսում ռեստորանների և բարերի, ինչպես նաև ներքին տրանսպորտի վրա մյուս խմբերի համեմատ՝ դրանց հատկացնելով իրենց բյուջեի 18.4%-ը և 6.2%-ը համապատասխանաբար: Այս անգամ ևս կարևոր է հիշել, որ կրթության նպատակով ժամանող զբոսաշրջիկները, հիմնականում,

Հայաստանին ավելի մոտ տեղակայված երկրներից են և ավելի շատ ժամանակ են անցկացնում Հայաստանում, ինչով էլ պայմանավորվում են այս տարբերությունները:

Հանգստի/ժամանցի, գործնական և աշխատանքի նպատակով ժամանող զբոսաշրջիկները ամենից շատ գումարներ ծախսում են իրենց կացարանի վրա՝ իրենց բյուջեի 24.3%, 26.5% և 25.9%-ը համապատասխանաբար, մինչդեռ ընկերներին և հարազատների այցելող զբոսաշրջիկների ծախսերն այս կատեգորիայում ամենացածրն են՝ 5.2%:

Բացի այդ, հանգստի նպատակով այցելող զբոսաշրջիկներն ամենաշատն են գումարներ ծախսում կազմակերպված տուրերի վրա (6.1%), ինչը զարմանալի չէ, սակայն հուշանվերների վրա կատարվող ծախսերի առումով (6.9%) նրանց գերազանցում են ընկերներին և հարազատներին այցելության եկած զբոսաշրջիկները, ում ծախսերն այս կատեգորիայում կազմում են 7.6%:

Հայկական ծագումով զբոսաշրջիկների խմբում ամենամեծ տարբերությունն այն է, որ նրանց մոտ գրեթե 6%-ով ցածր են կացարանի վրա ծախսվող գումարները, ինչը զարմանալի չէ, քանի որ հայկական ծագումով շատ զբոսաշրջիկներ հանգրվանում են ընկերների և հարազատների տանը:

5. ԺԱՄԱՆՈՒՄՆԵՐԻ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԸ

5.1. Այցելուների նկարագիրը

5.1.1. Քաղաքացիության երկիրը

Աղյուսակ 21: Քաղաքացիության երկիրը

Երկիր	Հարցման մասնակիցների ընդամենը տոկոսը
Հայաստան	97.0
Չեխիայի Հանրապետություն	0.1
Ֆրանսիա	0.1
Վրաստան	0.3
Գերմանիա	0.1
Պարսկաստան	0.3
Ռուսաստանի Դաշնություն	1.5
Սիրիայի Արաբական Հանրապետություն	0.1
Ուկրաինա	0.1
Մեծ Բրիտանիա	0.1
Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներ	0.1

Ժամանումների հետազոտությունն իրականացվել է Հայաստանի բնակիչների միջազգային ուղևորությունների վարքագիծն ուսումնասիրելու նպատակով: Այդ իսկ պատճառով էլ զարմանալի չէ, որ հարցմանը մասնակցած Հայաստանի բնակիչների 97%-ն ունի Հայաստանի քաղաքացիություն: Հաջորդ խոշոր խումբը ռուսներն են՝ 1.5%: 0.1% կամ ավելի տոկոսային հարաբերությունն ընկնում է Չեխիայի Հանրապետությանը, Ֆրանսիային, Վրաստանին, Գերմանիային, Պարսկաստանին, Սիրիային, Ուկրաինային, Մեծ Բրիտանիային և ԱՄՆ-ին: Այլ երկրների համար նույնպես ստացվել են որոշակի թվեր, որոնց դրույքաչափը, սակայն, պատասխանողների 0.1%-ից փոքր է:

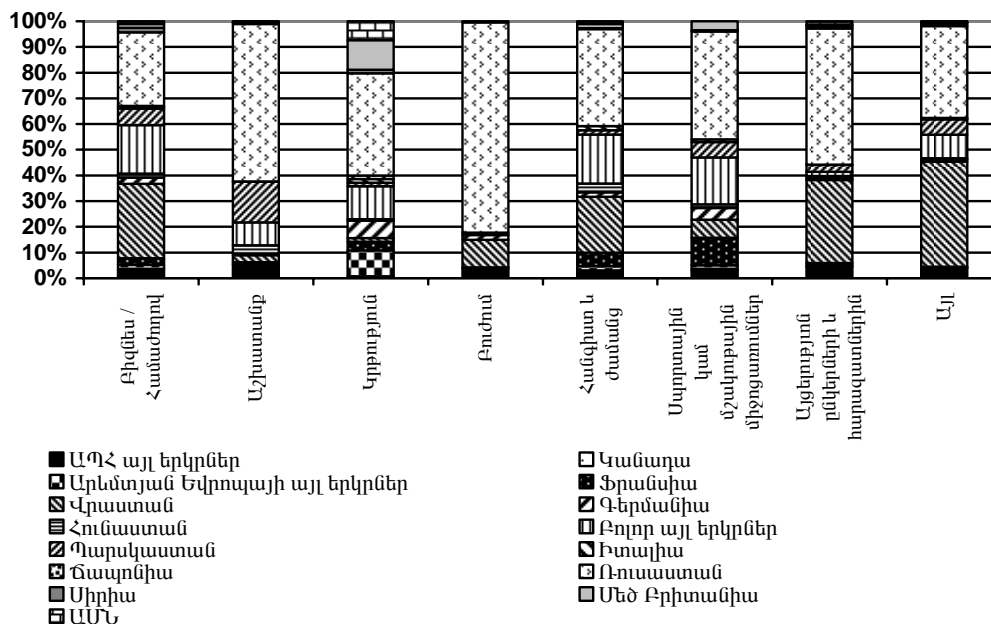
5.1.2. Այցելության երկիրը

Աղյուսակ 22: Արտերկրում այցելվող հիմնական երկիրը³

Երկիր	Հարցման մասնակիցների ընդամենը տոկոսը
ԱՄՆ	1.0
Կանադա	0.1
Արգենտինա	0.0
Ճապոնիա	0.1
Ռուսաստան	44.9
Վրաստան	24.7
ԱՊՀ այլ երկրներ	4.0
Հունաստան	1.6
Իտալիա	0.5
Մեծ Բրիտանիա	1.1
Ֆրանսիա	1.9
Գերմանիա	1.5
Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	1.2
Լիբանան	0.0
Սիրիա	1.0
Պարսկաստան	5.9
Բոլոր այլ երկրներ	10.4

Արտասահման ճանապարհորդող հայերի համար այցելության հիմնական երկրներն են Ռուսաստանը և Վրաստանը (44.9% և 24.7% համապատասխանաբար): Պարսկաստանը և ԱՊՀ այլ երկրները նույնպես ունեն այցելուների բավականին նշանակալի քանակ՝ կազմելով համապատասխանաբար 5.9% և 4%: Մյուս բոլոր երկրների ցուցանիշները 2%-ից ցածր են:

Գծապատկեր 26: Այցելության երկիրն ըստ այցելության նպատակի (%)



³ Սգեցված երկրները նրանք են, որոնց դեպքում գրոսաշրջիկների բացարձակ քանակը սահմանափակ է, և այդ իսկ պատճառով՝ ոչ ներկայացուցչական

Ըստ այցելության նպատակի բաժանելիս տեսնում ենք, որ Ռուսաստան այցելողներն առաջատար են բոլոր կատեգորիաներում՝ ներկայացնելով 28-82%, բացառությամբ «այլ» կատեգորիայի, որտեղ մեծամասնություն են կազմել Վրաստան այցելողները՝ 41%: Վրաստան այցելող զբոսաշրջիկները նաև երկրորդ տեղն են զբաղեցնում յուրաքանչյուր երկրորդ կատեգորիայում, բացառությամբ աշխատանքի, որի դեպքում Ռուսաստանից հետո ամենաբարձր դրույքաչափն ընկնում է Պարսկաստան այցելողներին՝ 15.8%, և կրթության ու մշակութային միջոցառումների, որոնց պարագայում «բոլոր այլ երկրներ» այցելողները հաջորդ ամենամեծ խումբն են կազմում:

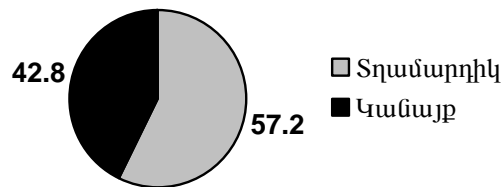
Բացի այդ, Հայաստանի բնակիչները կրթության նպատակներով ամենից հաճախ մեկնում են ԱՄՆ, Մեծ Բրիտանիա, Գերմանիա և Արևմտյան Եվրոպայի «այլ երկրներ»: Սպորտային ու մշակութային միջոցառումների կամ հանգստի/ժամանցի նպատակով կատարվող ուղևորությունների ամենամեծ դրույքաչափն ընկնում է Ֆրանսիային:

5.1.3. Տարիքը և սեռը

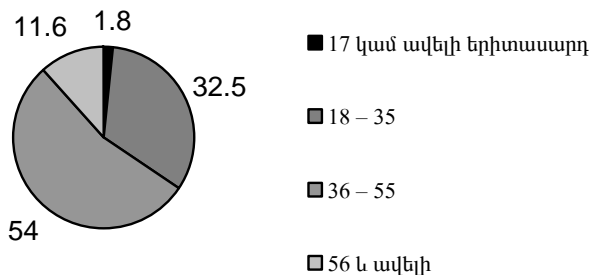
Աղյուսակ 23: Տարիքը և սեռը՝ ըստ այցելության նպատակի (%)

Տարիքը և սեռը	Գործնական/Համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Սպորտային կամ մշակութային միջոցառումներին ակտիվ մասնակցություն	Ընկերների և հարազատների այցելություն	Այլ	Ընդամենը միջին
Տղամարդիկ	67.0	85.2	45.3	50.5	52.0	60.3	40.2	50.4	57.2
Կանայք	33.0	14.8	54.7	49.5	48.0	39.7	59.8	49.6	42.8
Ընդամենը	100	100	100	100	100	100	100	100	100
17 կամ ավելի երիտասարդ	0.2	0	5.4	2.3	3.1	8.5	3.1	0.9	1.8
18 – 35	28.4	26.4	80.4	19.6	54.3	52.8	29.6	25.6	32.5
36 – 55	65.0	68.9	14.2	47.7	38.2	34.7	46.1	59.2	54.0
56 և ավելի	6.3	4.5	0	30.4	4.4	4.0	21.2	14.3	11.6
Ընդամենը	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Միջին տարիքը	40.5	40.6	28.1	45.1	34.4	33.0	41.6	42.0	40.0

Գծապատկեր 27: Սեռերի համամասնությունը (%)



Գծապատկեր 28: Միջին տարիքը (%)



Ընդհանուր առմամբ տղամարդիկ կազմում են հայ զբոսաշրջիկների մեծամասնությունը՝ ներկայացնելով 57.2%: Սեռերի համամասնության ամենամեծ տարբերությունը գրանցվել է աշխատանքի նպատակով ճամփորդողների մոտ, որտեղ տղամարդիկ կազմում են 85.2%: Կանայք մեծամասնություն են կազմում միայն ընկերներին և հարազատներին այցելության (59.8%) և կրթության նպատակով մեկնողների խմբում (54.7%):

Ճամփորդողների մեծամասնությունը պատկանում են 36-55 տարիքային խմբին և կազմում են զբոսաշրջիկների ընդհանուր թվի 54%-ը: Տարիքային այս խումբը մեծամասնություն է կազմում հատկապես բիզնեսի (65%) և աշխատանքի (68.9%) նպատակներով ճամփորդողների մեջ, ինչպես նաև «այլ» նպատակներով ճանապարհորդողների մեջ (59.2%): 18-35 տարեկանները մեծամասնություն են կազմում կրթության նպատակով ճանապարհորդողների թվում (80.4%), ինչպես նաև հանգստի/ժամանցի (54.3%) և սպորտային ու մշակութային միջոցառումների կատեգորիաներում (52.8%): Հասկանալի պատճառներով 55 և ավելի տարիքային խմբին պատկանող այցելուները մեծամասնություն են կազմում բուժման նպատակով ճամփորդողների խմբում (30.4%):

5.2. Ճամփորդական վարքագծի օրինակներ

5.2.1. Ուղևորության կազմակերպումը

Աղյուսակ 24. Ուղևորության կազմակերպումն ըստ այցելության երկրի (%)

Ուղևորության կազմակերպումը	ԱՄՆ	Կանադա	Կրօնտիրան	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Վրաստան	ԱԳՀ այլ երկրներ	Հունաստան	Իտալիա	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սլովիա	Պարսկաստան	Բոլոր այլ երկրներ	Ընդհանուր միջին
Տուր օպերատոր	2.0	0	0	0	0.7	1	1.8	15.5	18.4	4.6	7.4	2.6	5.9	0	1.1	0.7	11.5	2.5
Ինքնուրույն/կազմակերպության կողմից	98.0	100.0	100.0	100.0	99.3	99.2	98.2	84.5	81.6	95.4	92.6	97.4	94.1	100.0	98.9	99.3	88.5	97.5

Պատասխանողների մեծամասնությունը (97.5%) իրենց ճամփորդությունը կազմակերպելու համար չեն օգտվել տուր օպերատորների ծառայություններից, այլ ինքնուրույն են կազմակերպել ուղևորությունը կամ այն իրենց համար կազմակերպել է իրենց ընկերությունը: Տուր օպերատորների ծառայություններից օգտված զբոսաշրջիկների մեծամասնությունն այցելել են Իտալիան (18.4%) կամ Հունաստանը (15.5%):

Տրամաբանական է, որ ուղևորության այլ նպատակներով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկների մոտ տուրօպերատորների ծառայություններից օգտվելու դրույքաչափը մեծ չէ, մինչդեռ հանգստի նպատակով մեկնողների ընդամենը 20.4%-ն է դիմել տուրօպերատորներին իրենց ուղևորությունը կազմակերպելու համար:

5.2.2. Կացարան

Աղյուսակ 25. Կացարանն ըստ այցելության նպատակի (մեկ զբոսաշրջիկի հաշվով յուրաքանչյուր տիպի կացարանում անցկացված գիշերների միջին քանակը)

Կացարանի ընտրությունը	Գործնական/Համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Սպորտային կամ մշակութային միջոցառումների ակտիվ մասնակցություն	Ընկերների և հարազատների այցելություն	Այլ	Ընդամենը միջին
Հյուրանոց	10.2	9.0	22.6	17.4	12.7	12.3	7.1	9.4	10.9
Վարձու բնակարան	30.3	176.8	91.8	96.6	21.5	35.8	105.2	93.4	114.8

Կացարանի ընտրությունը	Գործնական/ Համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Սպորտային կամ մշակութային միջոցառումների ակտիվ մասնակցություն	Ընկերների և հարազատների այցելություն	Այլ	Ընդամենը միջին
B&B / հոսթել	9.9	7.5	175.3	28	21.3	30.0	9.5	7.4	13.1
Ընկերոջ / հարազատի տուն	18.9	139.3	128.0	74.0	48.9	31.7	42.6	26.5	46.8
Այլ	10.1	146.2	150.2	43.6	23.8	25.8	14.7	45.2	61.7
Մեկ զբոսաշրջիկի հաշվով գիշերների միջին քանակը	14.1	133.2	117.9	63.2	26.8	18.3	41.9	30.3	47.0

Ինչպես և կարող էր ակնկալվել, աշխատանքի և կրթության նպատակներով ճամփորդողները գիշերների մեծ մասն անց են կացրել երկրից դուրս, միջինում համապատասխանաբար 133.2 և 117.9 գիշեր, մինչդեռ բիզնեսի և համաժողովի նպատակներով ճամփորդողներն ամենակարճ այցելությունն են ունեցել՝ ընդամենը 14.1 գիշեր:

Յուրաքանչյուր առանձին տիպի կացարանում անցկացրած ամենաերկար ժամանակն ընկնում է վարձակալվող բնակարաններին, որի դեպքում գիշերների միջին քանակը կազմում է 114.8: Այնուամենայնիվ, կարևոր է հիշել, որ այս թիվը մի փոքր աղավաղվել է, քանի որ աշխատանքի, կրթության, առողջության բուժման և ընկերներին ու բարեկամներին այցելելու նպատակներով ճամփորդողներն ավելի երկար ժամանակահատված են անցկացնում, այդ իսկ պատճառով էլ ավելի հատկված են ապրել վարձու բնակարաններում:

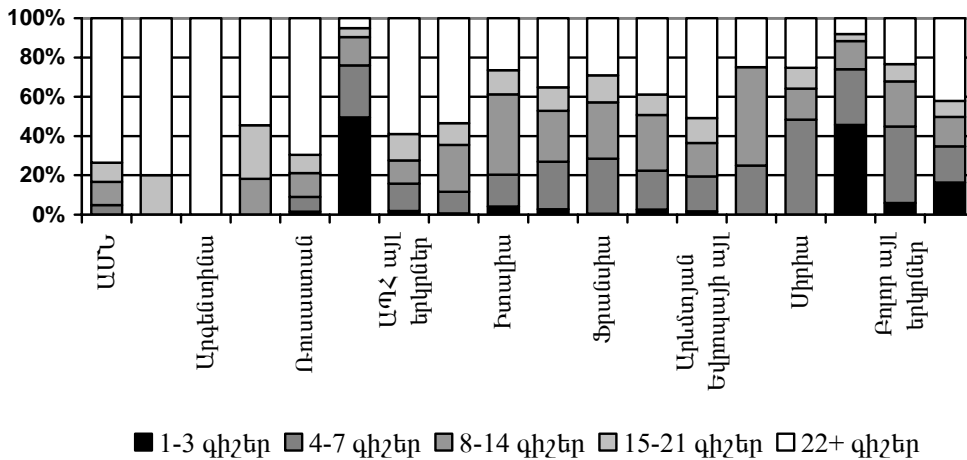
Վարձու բնակարաններից հետո գիշերների միջին քանակի ամենաբարձր ցուցանիշն ընկնում է «այլ» տիպի կացարաններին՝ 62.1 գիշեր, որին հաջորդում է ընկերների և բարեկամների տանը պատասխանը՝ 46.8 գիշեր: Հյուրանոցներին ընկնում է ամենակարճ ժամանակահատվածը՝ միջինում ընդամենը 11 գիշեր:

5.2.3. Այցելության տևողությունը

Աղյուսակ 21: Այցելության տևողությունն ըստ այցելության երկրի (%)

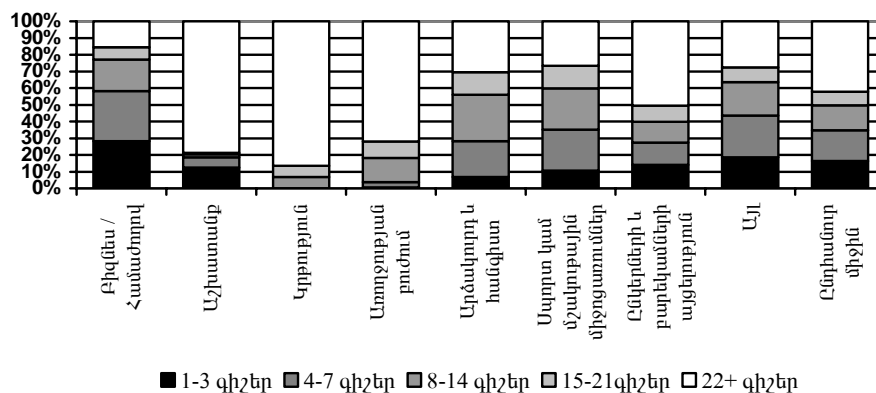
Այցելության տևողությունը	ԱՄՆ	Կանադա	Արգենտինա	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Վրաստան	Այլ ալլ երկրներ	Հունաստան	Իտալիա	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սիրիա	Պարսկաստան	Բուրգ այլ երկրներ	Ընդամենը միջին
1-3 գիշեր	0	0	0	0	1.5	49.4	1.8	0.6	4.1	2.8	0.5	2.6	1.7	0	0	45.7	6.0	16.4
4-7 գիշեր	4.9	0	0	0	7.5	26.6	13.9	11.0	16.3	24.1	28.0	19.7	17.8	25.0	48.4	28.2	38.9	18.3
8-14 գիշեր	11.8	0	0	18.2	12.2	14.3	11.8	23.9	40.8	25.9	28.6	28.3	16.9	50.0	15.8	14.4	23.0	15.1
15-21 գիշեր	9.8	20.0	0	27.3	9.2	4.6	13.6	11.0	12.2	12.0	13.8	10.5	12.7	0	10.5	3.6	8.6	8.1
22+ գիշեր	73.5	80.0	100.0	54.5	69.6	5.1	58.9	53.4	26.5	35.2	29.1	38.8	50.8	25.0	25.3	8.1	23.5	42.1
Գիշերների միջին քանակը	74.8	118.0	144.5	33.5	80.9	6.8	73.9	75.4	23.8	46.4	24.8	31.8	48.4	20.5	28.9	12.0	26.3	49.0

Գծապատկեր 29: Այցելության տևողությունն ըստ այցելության երկրի (%)



Երկրից դուրս անցկացված գիշերների միջին քանակը կազմում է 49 գիշեր: Ամենամոտ երկրներից՝ Վրաստանից և Պարսկաստանից վերադարձող զբոսաշրջիկների համար գրանցվել է ուղևորության ամենակարճ ժամանակը՝ միջինում կազմելով ընդամենը 6.8 և 12 գիշեր համապատասխանաբար: Արգենտինա և Կանադա ճամփորդողներն ունեն ամենաերկար այցելությունը, այնուամենայնիվ, հանելով այն երկրները, որոնց համար սահմանափակ քանակով տվյալներ կան, գիշերների ամենամեծ միջին քանակն ընկնում է Ռուսաստանին, Հունաստանին և ԱՄՆ-ին՝ կազմելով համապատասխանաբար 80.9, 75.4 և 74.8 գիշեր:

Գծապատկեր 30: Այցելության տևողությունն ըստ այցելության նպատակի (%)



Աշխատանքի, կրթության, բուժման կամ ընկերներին ու բարեկամներին այցելելու նպատակներով ճամփորդողներն ամենաշատն են անցկացնում 22+ գիշեր տևողությամբ ուղևորություններ՝ միջինում համապատասխանաբար 136.9, 122.6, 69.4 և 42.4 գիշեր յուրաքանչյուր կատեգորիայի համար: Գործնականի և համաժողովի նպատակներով ճամփորդողներին ընկնում է գիշերների ամենափոքր միջին քանակը՝ ընդամենը 15.3, մինչդեռ արձակուրդների նպատակով մեկնածների գիշերների միջին քանակը կազմում է 27.9:

5.3. Այցելուների ծախսերը

5.3.1. Մեկ շնչի հաշվով միջին ծախսերը և օրական ծախսերը

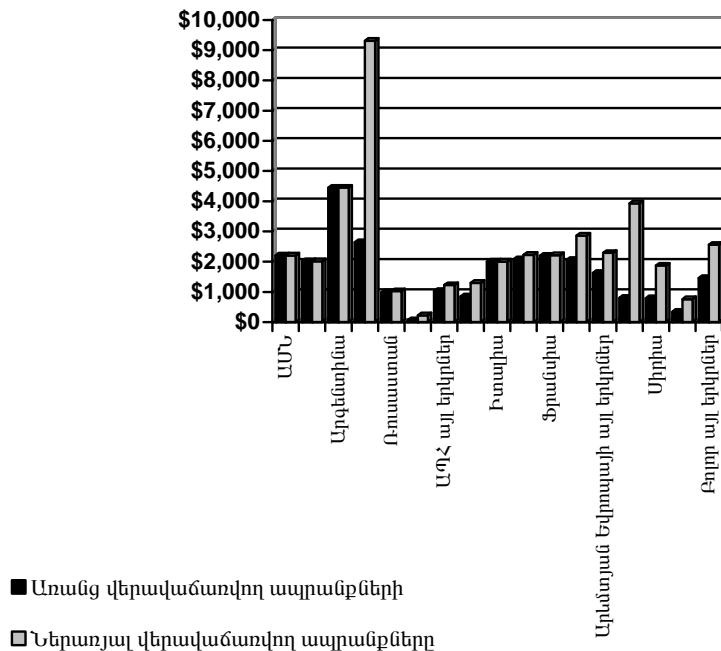
Աղյուսակ 27. Մեկ շնչի հաշվով և օրական միջին ծախսերն ըստ ուղևորության կազմակերպման և այցելության երկրի (ԱՄՆ \$) – ներառյալ վերավաճառքի նպատակով բերված իրերը

Ծախսերը	ԱՄՆ	Կանադա	Արգենտինա	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Վրաստան	ԱՊՀ այլ երկրներ	Հունաստան	Իտալիա	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սիրիա	Պարսկաստան	Բուրո այլ երկրներ	Ընդհանուր միջին
Տուր փաթեթներ																		
Ընդամենը միջին ծախսեր	2600.0	0	0	0	1628.3	211.6	1021.0	1006.9	1837.3	2388.3	1941.6	2890.3	1920.6	0	1800.0	825.0	1473.1	1389.4
Այցելության միջին տևողություն	8.5	0	0	0	12.9	7.1	13.4	18.2	12.6	14.6	10.9	14.3	22.3	0	7.0	9.3	10.7	12.1
Օրական միջին ծախսեր	305.9	0	0	0	126.1	29.8	76.0	55.2	146.3	163.6	177.7	202.8	86.2	0	257.1	89.2	137.3	115.2
Ինքնուրույն																		
Ընդամենը միջին ծախսեր	2189.2	2017.7	4451.0	9309.0	1014.4	222.3	1221.8	1324.5	1938.1	2196.9	2199.4	2840.7	2281.9	3926.0	1867.4	754.2	2721.3	1024.6
Այցելության միջին տևողություն	76.1	118.0	144.5	33.5	81.2	6.5	75.2	85.2	26.4	47.4	25.6	32.3	50.1	20.5	28.1	11.9	27.5	49.7
Օրական միջին ծախսեր	28.8	17.1	30.8	277.5	12.5	34.1	16.2	15.5	73.6	46.3	85.9	87.9	45.5	191.5	66.4	63.2	99.1	20.6
ԲՈՒՈՐԸ																		
Ընդամենը միջին ծախսեր	2204.2	2017.7	4451.0	9309.0	1022.8	222.7	1221.8	1295.1	2006.8	2227.6	2213.2	2863.9	2288.5	3926.0	1870.4	755.8	2559.1	1045.5
Այցելության միջին տևողություն	74.8	118.0	144.5	33.5	80.7	6.5	74.1	74.8	23.8	45.9	24.5	31.8	48.4	20.5	27.9	11.9	25.6	48.8
Օրական միջին ծախսեր	29.5	17.1	30.8	277.5	12.7	34.1	16.5	17.3	84.3	48.5	90.3	90.0	47.2	191.5	67.0	63.4	100.1	21.4

Յուրաքանչյուր ուղևորությանն ընկնող միջին ծախսերը (ուղևորության կազմակերպման բոլոր տեսակների համար) կազմել են 1,045.50 ԱՄՆ դոլար, իսկ օրեկան ծախսերը՝ 21.40 ԱՄՆ դոլար: Այս ցուցանիշը մոտ է ուղևորությունն ինքնուրույն կազմակերպողների միջին ծախսերին, որտեղ յուրաքանչյուր ուղևորության ծախսը կազմում է 1,024.60 ԱՄՆ դոլար, իսկ օրական ծախսերը՝ 20.60 ԱՄՆ դոլար: Այնուամենայնիվ, տուր փաթեթով ձամփորդողները միջինում նշանակալիորեն ավելի շատ են ծախսում. յուրաքանչյուր ուղևորությանն ընկնող ծախսերը կազմում են 1,389.40 ԱՄՆ դոլար, իսկ օրականը՝ 115.20 ԱՄՆ դոլար:

Յուրաքանչյուր ուղևորությանն ընկնող միջին ծախսերն ամենաբարձրն են «այլ երկրներ»-ից վերադարձողների մոտ (օրեկան 100.10 ԱՄՆ դոլար), ինչպես նաև Ֆրանսիայից (օրական 90.30 ԱՄՆ դոլար) և Գերմանիայից (օրական 90.00 ԱՄՆ դոլար) վերադարձողների մոտ: Ամենացածր ծախսերը գրանցվել են Վրաստան (օրեկան 12.70 ԱՄՆ դոլար), ԱՊՀ այլ երկրներ (օրական 16.50 ԱՄՆ դոլար) և Հունաստան (օրական 17.30 ԱՄՆ դոլար) այցելողների մոտ: Սա նման է Հայաստան այցելող սփյուռքահայերի միտմանը (որոնցից շատերը այցելում են Վրաստանից և ԱՊՀ այլ երկրներից), ովքեր հաճախ են ժամանակ անցկացնում ընկերների ու հարազատների հետ և, հետևաբար, ավելի քիչ գումարներ են հատկացնում կացարանների և սննդի համար, ինչևէ, սրա պատճառը կարող է լինել նաև այդ երկրներում առկա արտարժույթի փոխարժեքը և գները:

Գծապատկեր 31: Ընդհանուր միջին ծախսերն ըստ շուկաների (ԱՄՆ դոլար)



Երբ վերավաճառքի նպատակով բերված ապրանքները հանվում են ստացված տվյալներից, յուրաքանչյուր ուղևորության միջին ծախսը նվազում է մոտավորապես 20%-ով (մոտ 200 ԱՄՆ դոլար)՝ 1,045.50 ԱՄՆ դոլարից դառնալով 812.20 ԱՄՆ դոլար: Իրենց ուղևորությունն ինքնուրույն կազմակերպած զբոսաշրջիկների մոտ ծախսերը նվազել են մոտ 240 ԱՄՆ դոլարով: Տուր փաթեթով ձամփորդողների մոտ փոփոխություններ չեն արձանագրվել:

Ճապոնիա և Լիբանան այցելողների մոտ արձանագրվել է ծախսերի ամենամեծ տարբերությունը առանց վերավաճառվող ապրանքների և վերավաճառվող ապրանքները ներառող ծախսերի կատեգորիաներում (6,668 ԱՄՆ դոլար և 3,126 ԱՄՆ դոլար համապատաս-

խանաբար), ինչը ցույց է տալիս, որ նրանց ծախսերի մեծ մասն ուղղված է վերավաճառքի նպատակով ապրանքների գնմանը: Եվրոպական և Հյուսիսային Ամերիկայի երկրներ այցելողների մոտ մեծամասամբ փոքր տարբերություններ են արձանագրվել վերավաճառվող ապրանքները հանելու պարագայում:

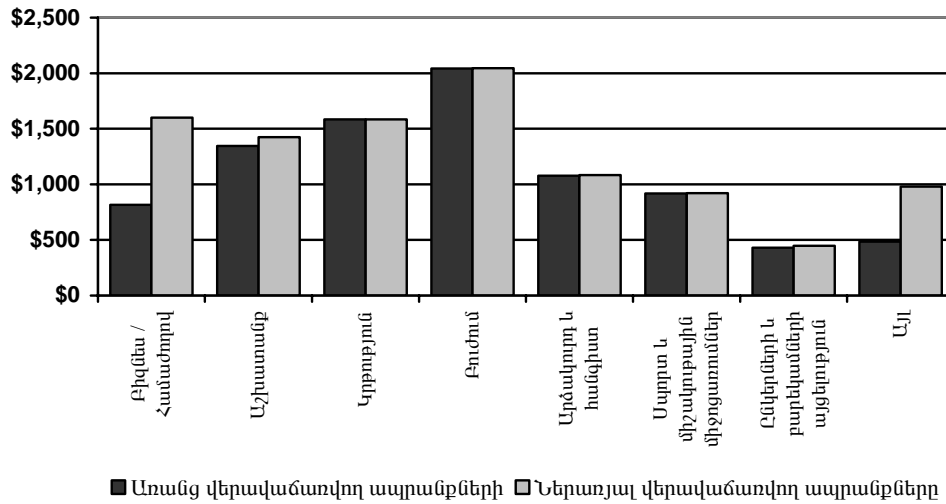
Աղյուսակ 28: Մեկ շնչի հաշվով և օրական միջին ծախսերն ըստ ուղևորության կազմակերպման ձևի և այցելության նպատակի (ԱՄՆ \$) – ներառյալ վերավաճառքի նպատակով բերված իրերը

Ծախս	Գործնական / Համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Սպորտային կամ մշակութային միջոցառումներին ակտիվ մասնակցություն	Այցելություն ընկերներին և հարազատներին	Այլ	Ընդամենը միջին
Տուր փաթեթներ									
Ընդամենը միջին ծախսեր					1451.3				1451.3
Այցելության միջին տևողություն					12.1				12.1
Օրական միջին ծախսեր					120.3				120.3
Սեփական պատրաստություններ									
Ընդամենը միջին ծախսեր	1599.9	1424.8	1585.3	2046.0	922.8	920.3	447.2	980.9	1025.1
Այցելության միջին տևողություն	15.2	136.7	123.0	69.4	32.1	19.2	42.3	30.8	49.7
Օրական միջին ծախսեր	105.0	10.4	12.9	29.5	28.8	48.0	10.6	31.8	20.6
Բոլորը									
Ընդամենը միջին ծախսեր	1599.9	1424.8	1585.3	2046.0	1082.9	920.3	447.2	980.9	1048.2
Այցելության միջին տևողություն	15.2	136.7	123.0	69.4	28.0	19.2	42.3	30.8	48.8
Օրական միջին ծախսեր	105.0	10.4	12.9	29.5	38.7	48.0	10.6	31.8	21.5

Բուժման նպատակներով ճամփորդողներն ունեն մեկ ուղևորությանն ընկնող ամենամեծ միջին ծախսերը, այնուամենայնիվ, բիզնեսի նպատակով ճանապարհորդողների մոտ գրանցվել են ամենաբարձր օրական ծախսերը՝ 105.00 ԱՄՆ դոլար: Աշխատանքի նպատակով ճամփորդողներն ունեն օրական ամենացածր ծախսերը՝ ընդամենը 10.40 ԱՄՆ դոլար, բայց ընկերներին և բարեկամներին այցելողներն, ինչպես և ակնկալվում էր, ունեն մեկ ուղևորությանն ընկնող ծախսերի ամենացածր դրույքաչափը՝ ընդամենը 447.20 ԱՄՆ դոլար:

Հանգստի/ժամանցի նպատակով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկները, ի տարբերություն իրենց ինքնուրույն կազմակերպված ուղևորությունների ժամանակ կատարած ծախսերի, տուր փաթեթով ճամփորդելիս ավելի մեծ գումարներ են ծախսում՝ օրական 120.30 ԱՄՆ դոլար, և ընդամենը 1,451.30 ԱՄՆ դոլար մեկ ուղևորության համար:

Գծապատկեր 32: Ընդհանուր միջին ծախսերն ըստ ուղևորության նպատակի (ԱՄՆ դոլար)



Ծախսերի մեջ ամենաբազմաթիվ տարբերությունները գրանցվել են բիզնեսի և «այլ» նպատակներով ճամփորդողների մոտ: Նրանց ծախսերը կրկնապատկվում են, երբ վերավաճառվող ապրանքները ներառվում էին ծախսերի հաշվարկներում: Բոլոր այլ նպատակներով ճամփորդողների մոտ վերավաճառվող ապրանքների առկայության կամ դրանց բացակայության դեպքում կատարված ծախսերի մեջ մեծ տարբերություններ չեն արձանագրվել:

5.3.2. Միջին ծախսերն ըստ ծախսերի առարկաների

Աղյուսակ 29: Միջին ծախսերն ըստ ծախսերի առարկաների մինչև մեկնումը ուղևորությունն ինքնուրույն կազմակերպած զբոսաշրջիկների համար ըստ այցելության երկրի (%)

Ծախսերի առարկան	ԱՄՆ	Կանադա	Արգենտինա	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Վրաստան	ԱՊՀ այլ երկրներ	Հունաստան	Իտալիա	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սլովիա	Պարսկաստան	Բոլոր այլ երկրներ	Ընդհանուր միջին
Միջազգային տրանսպորտ	81.8	91.4	96.4	85.5	74.9	45.9	74.6	77.6	85.5	83.3	82.0	81.6	75.3	76.7	72.7	64.6	85.4	75.9
Կացարան	0.1	0	0	1.8	0.6	1.0	0.2	1.9	0.0	0.5	1.5	1.1	1.5	0	0.5	1.1	2.2	0.8
Հագուստ և ճամփորդական իրեր	4.7	1.1	3.6	9.6	7.1	8.2	8.4	7.8	9.5	9.5	8.5	5.5	10.0	7	4.6	3.4	5.7	7.0
Ներքին տրանսպորտ	1.1	0.3	0	0.0	1.7	3.3	1.4	0.5	0.1	0.5	0.7	2.9	0.1	0	7.9	15.7	1.3	2.0
Այլ ծախսեր	12.3	7.2	0	3.1	15.7	41.7	15.3	12.2	4.9	6.1	7.4	9.0	13.1	16.7	14.2	15.2	5.4	14.4
Ընդամենը միջին ծախսը (ԱՄՆ \$)	1702.9	1531.7	2800.0	1623.4	515.6	47.6	530.6	482.6	1055.7	821.4	746.3	761.9	850.9	500.0	483.3	155.6	528.5	394.0

Աղյուսակ 30: Միջին ծախսերն ըստ ծախսերի առարկաների մինչև մեկնումը ուղևորությունն ինքնուրույն կազմակերպած զբոսաշրջիկների համար ըստ այցելության նպատակի (%)

Ծախսերի առարկան	Գործնական / Համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Սպորտային կամ մշակութային միջոցառումներին ակտիվ մասնակցություն	Ընկերների և հարազատների այցելություն	Այլ	Ընդամենը միջին
Միջազգային տրանսպորտ	83.1	81.3	75.8	77.5	76.4	80.2	70.2	67.9	75.9
Կացարան	1.9	0.8	0	0	1.4	1.7	0	0.5	0.8
Հագուստ և ճամփորդական իրեր	4.7	6.7	15.4	12.4	11.1	11.4	5.2	8.6	7.0
Ներքին տրանսպորտ	2.3	3.9	0.8	0.6	1.7	0.5	1.4	1.4	2.0
Այլ ծախսեր	7.9	7.2	8.0	9.6	9.4	6.3	23.2	21.6	14.3
Ընդամենը միջին ծախսեր (ԱՄՆ դոլար)	370.8	384.5	725.9	478.1	438.1	453.1	390.0	328.8	394.0

Մինչև Համփորդությունը կատարված ծախսերի ուսումնասիրությունն ըստ ծախսերի առարկաների ցույց է տալիս, որ ծախսերի մեծամասնությունն (75.9%) ընկնում է միջազգային տրանսպորտին: Ընդ որում, Հայաստանից ավելի հեռու գտնվող երկրներ ուղևորվելու դեպքում այս կատեգորիայում այցելողների կատարած ծախսերի տոկոսային հարաբերությունը մի փոքր ավելի բարձր է: Օրինակ, Հյուսիսային Ամերիկայի երկրներ, Արգենտինա, Ճապոնիա և Արևմտյան Եվրոպայի մի քանի երկրներ այցելողներն իրենց գումարի ավելի քան 80%-ը ծախսել են միջազգային տրանսպորտի վրա, մինչդեռ Հայաստանի հարևան երկրներ՝ Վրաստան և Պարսկաստան այցելողներն այս կատեգորիայում ամենաքիչ ծախսերն են ունեցել, համապատասխանաբար 45.9% և 64.6%:

Համփորդելուց առաջ զբոսաշրջիկների բյուջեի հաջորդ մեծ մասը կազմում են «Այլ» ծախսերը՝ 14.4%, որտեղ Վրաստան այցելողներն այս կատեգորիայում ամենաշատն են ծախսել՝ 41.7%, իսկ Ճապոնիա այցելողները՝ ամենաքիչը՝ 3.1%: Ըստ այցելության նպատակի դասակարգելիս՝ տեսնում ենք, որ ծախսերի այս կատեգորիայի համար ամենաբարձր դրույքաչափն ընկնում է ընկերներին և բարեկամներին այցելողներին՝ 23.2%: Այս խմբի համար ծախսերի բարձր տոկոսն, ամենայն հավանականությամբ, կապված է նվերների գնման հետ:

Կացարանի վրա կատարված ծախսերը բավականին ցածր են, միջինում 0.8%, ոչ մի երկրի համար չի գրանցվել Համփորդությունից առաջ կատարված ծախսերի 2%-ից բարձր դրույքաչափ: Ըստ այցելության նպատակի դասակարգելիս՝ տեսնում ենք, որ բիզնեսի նպատակով ճանապարհորդողներն ամենաշատն են ծախսում՝ 1.9%, մինչդեռ կրթության, բուժման և ընկերներին ու հարազատներին այցելելու նպատակներով Համփորդողները նախքան ժամանումը ծախսում են իրենց գումարի 0%-ը:

Աղյուսակ 31: Միջին առարկայական ծախսը արտասահմանում գտնվելու ժամանակահատվածում ճանփորդության սեփական պատրաստություններով զբոսաշրջիկների համար ըստ այցելվող երկրի (%)

Ծախսերի առարկան	ԱՄՆ	Կանադա	Արգենտինա	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Վրաստան	ԱՊՀ այլ երկրներ	Հունաստան	Իտալիա	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սիբիր	Պարսկաստան	Բոլոր այլ երկրներ	Ընդհանուր միջին
Հավելյալ միջազգային տրանսպորտ	9.4	0	0	0	8.7	1.7	7.5	6.7	6.3	3.4	2.1	3.3	3.5	4.0	5.0	3.0	2.6	5.8
Կացարան	15.7	0	57.9	8.6	26.7	8.5	22.6	12.8	38.8	30.8	33.3	25.1	20.1	2.8	8.5	13.4	19.8	22.5
Ռեստորաններ և բարեր	13.6	14.9	21.1	1.5	16.3	5.5	17.5	11.2	12.1	9.9	8.0	5.5	14.7	1.9	5.0	2.5	5.0	11.2
Տեսարժան վայրերի կազմակերպված տուրեր	7.8	21.3	7.9	1.6	2.5	0.6	1.7	3.2	8.8	7.1	6.5	2.7	6.0	0	1.0	0.9	2.1	2.6
Ներքին տրանսպորտ	3.3	0	0	0.3	4.2	1.7	2.5	1.0	0.4	1.5	0.5	1.6	2.6	0	0.2	4.0	0.8	2.7
Այլ ծախսեր	49.9	63.8	13.2	5.3	38.0	8.9	29.4	19.1	33.6	37.8	48.6	26.8	17.8	8.6	14.9	15.8	16.4	28.6
Հայաստանում վերավաճառվելիք իրեր	0	0	0	83	3.6	73.2	18.8	45.8	0	9.4	1	35.1	35.2	82.8	65.3	60.6	53.3	26.6
Ընդամենը միջին ծախսեր (ԱՄՆ դոլար)	1298.8	783.3	1900.0	3055.0	887.8	216.4	1058.4	1317.6	1310.8	1713.9	1937.5	2401.0	2043.2	3775.0	1694.2	691.2	2476.2	902.8

Աղյուսակ 32: Միջին ծախսերն ըստ ծախսերի առարկաների արտասահմանում ուղևորությունն ինքնուրույն կազմակերպած զբոսաշրջիկների համար ըստ այցելության նպատակի (%)

Ծախսերի առարկան	Գործնական / Համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Բուժում	Հանգիստ և ժամանց	Սպորտային կամ մշակութային միջոցառումներին ակտիվ մասնակցություն	Ընկերների և հարազատների այցելություն	Այլ	Ընդամենը միջին
Հավելյալ միջազգային տրանսպորտ	2.9	7.7	8.3	7.3	3.4	5.5	12.8	4.2	5.8
Կացարան	19.2	36.9	22.1	14.0	33.1	37.3	6.8	10.3	22.5
Ռեստորաններ և բարեր	5.2	17.8	16.8	5.3	15.5	14.1	17.1	5.8	11.2
Տեսարժան վայրերի կազմակերպված տուրեր	0.9	0.7	9.5	0.3	8.4	6.8	5.5	1.0	2.6
Ներքին տրանսպորտ	1.6	5.2	1.6	1.7	1.8	1.1	3.9	1.4	2.7
Այլ ծախսեր	15.7	25.8	41.6	71.3	37.1	35.1	49.4	20.7	28.6
Հայաստանում վերավաճառվելիք իրեր	54.5	5.8	0	0.1	0.8	0.2	4.4	56.5	26.6
Ընդամենը միջին ծախսեր (ԱՄՆ դոլար)	1438.8	1340.5	1422.9	1909.7	800.4	705.5	340.4	874.4	903.3

Այցելության երկրում կատարած «այլ» ծախսերի կատեգորիան ունի ամենաբարձր դրույքաչափը՝ զբոսաշրջային ուղղություն հանդիսացող բոլոր երկրներում ընդամենը ծախսերի 28.6%-ն ընկնում է այս կատեգորիային: Այնուամենայնիվ, ամենամեծ ծախսերն արձանագրվել են Կանադա (63.8%), ԱՄՆ (49.9%) և Ֆրանսիա (48.6%) ճամփորդողների մոտ: Այսպիսի բարձր տոկոսների պարագայում հետաքրքիր կլինի պարզել, թե ինչ է մտնում ծախսերի մեջ: Ճապոնիա այցելողներն այս կատեգորիայում ամենաքիչն են ծախսում՝ 5.3%: Ըստ այցելության նպատակի դասակարգելիս տեսնում ենք, որ բուժման նպատակով այցելողների մոտ ամենամեծ ծախսերը գրանցվել են «այլ» կատեգորիայի համար (71.3%), որն, ամենայն հավանականությամբ, կարող են լինել բժշկական ծառայությունների համար կատարված վճարումները: Նրանց հաջորդում են ընկերներին և բարեկամներին այցելողները՝ 49.4%:

Հայաստանում վերավաճառվելիք իրերը հանդիսանում են ծախսերի հաջորդ ամենամեծ կատեգորիան՝ 26.6%: Այս կատեգորիայում առավելագույն ծախսերն ընկնում են Ճապոնիա (83%), Լիբանան (82.8%) և Վրաստան (73.2%) այցելողներին, մինչդեռ ԱՄՆ, Կանադա, Արգենտինա և Իտալիա այցելողներն այս կատեգորիայում ընդհանրապես ոչինչ չեն ծախսել: «Այլ» (56.5%) և քիզնես (54.5%) նպատակներով ճանապարհորդողները ամենաշատն են ծախսում հենց այս կատեգորիայում (ինչը կարող է տրամաբանական լինել, եթե այդ գնումները նրանց ճամփորդության պատճառի մի մասն են հանդիսանում), մինչդեռ կրթության, բուժման, հանգստի/ժամանցի և սպորտային ու մշակութային միջոցառումներին մասնակցության նպատակներով ճամփորդողները վերավաճառվող ապրանքների վրա 1%-ից քիչ գումար են ծախսել:

Կացարանների վրա կատարված միջին ծախսերը կազմում են 22.5%, մինչդեռ ռեստորանների և բարերի վրա կատարված միջին ծախսերը՝ ընդամենը 11.2%: Սպորտային և մշակութային միջոցառումների նպատակներով ճամփորդողներն ամենամեծ ծախսերը կատարել են կացարանների վրա՝ 37.3%, մինչդեռ ընկերներին և բարեկամներին այցելողները կացարանի վրա ծախսել են իրենց բյուջեի ընդամենը 6.8%-ը: Ռեստորանների և բարերի վրա կատարված ծախսերն ամենաբարձրն են աշխատանքի նպատակով ճամփորդողների մոտ (17.8%), իսկ գործնական նպատակով ճանապարհորդողներն ամենաքիչն են ծախսել այս կատեգորիայում (5.2%), չնայած որ այսպիսի վարքագիծը կարող է կախված լինել երկիր կատարած այցելության տևողությունից:

Ծախսերի ամենացածր մասնաբաժինն ընկնում է տեսարժան վայրերի կազմակերպված տուրերին՝ երկրում կատարված ծախսերի ընդամենը 2.6%-ը: Հայաստանին մոտ գտնվող երկրներ՝ Վրաստան, Պարսկաստան և Սիրիա այցելած զբոսաշրջիկները հակված են ավելի քիչ ծախսել այս կատեգորիայում: Նմանատիպ ցածր ծախսեր են արձանագրվել նաև բուժման և աշխատանքի նպատակներով այցելողների մոտ՝ համապատասխանաբար 0.3% և 0.7%: Կրթության և հանգստի/ժամանցի նպատակներով ճամփորդողներն ամենաշատն են հակված ծախսեր կատարել կազմակերպված տուրերի վրա՝ համապատասխանաբար 9.5% և 8.4%:

5.3.3. Ուղևորության ֆինանսավորումը

Աղյուսակ 33: Ուղևորության ֆինանսավորումն ըստ այցելության երկրի (%)

Ուղևորության ֆինանսավորումը	ԱՄՆ	Կանադա	Արգենտինա	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Վրաստան	ԼՂՀ այլ երկրներ	Հունաստան	Իտալիա	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սիրիա	Պարսկաստան	Բոլոր այլ երկրներ	Ընդամենը
Սեփական ծախսերով	45.1	80.0	100.0	45.5	73.1	92.3	71.8	77.6	62.7	48.6	46.0	48.3	56.0	75	80.7	83.4	75.2	76.8
Արտասահմանում ապրող բարեկամներ կամ ընկերներ	28.4	20.0	0	0	18.0	4.5	19.4	16.3	9.8	5.6	9.6	15.6	16.4	0	14.8	7.6	5.4	12.6

Ուղևորության ֆինանսավորումը	ԱՄՆ	Կանադա	Արգենտինա	Ճապոնիա	Ռուսաստան	Կրաստան	ՍԳՀ այլ երկրներ	Հունաստան	Իտալիա	Սեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա	Գերմանիա	Արևմտյան Եվրոպայի այլ երկրներ	Լիբանան	Սիրիա	Պարսկաստան	Բոլոր այլ երկրներ	Ընդամասուր միջին
Միջազգային / արտասահմանյան կազմակերպություն	13.7	0	0	18.2	2.0	0.4	1.9	0.7	13.7	26.2	16.0	17.0	9.5	0	1	2.6	7.5	3.2
Գործնական / Ձեռնարկություն	11.8	0	0	36.4	5.9	2.4	6.5	4.8	13.7	17.8	23.0	17.7	17.2	25.0	1.1	6.0	10.5	6.5
Այլ	1.0	0	0	0	1.0	0.4	0.5	0.7	0	1.9	5.3	1.4	0.9	0	2.3	0	1.4	0.9

Աղյուսակ 34: Ճամփորդության ֆինանսավորումն ըստ այցելության նպատակի (%)

Ճամփորդության ֆինանսավորումը	Գործնական / Համաժողով	Աշխատանք	Կրթություն	Առողջության բուժում	Արձակուրդ և հանգիստ	Սպորտային կամ մշակութային միջոցառումներին ակտիվ մասնակցություն	Ընկերների և հարազատներին այցելություն	Այլ	Ընդամենը միջին
Սեփական ծախսերով	72.3	90.8	40.4	60.8	86.5	21.5	73.5	87.6	76.8
Արտասահմանում ապրող բարեկամներ կամ ընկերներ	1.4	4.9	6.2	37.3	10.7	4.2	26.0	8.2	12.6
Միջազգային / արտասահմանյան կազմակերպություն	5.5	1.2	43.2	0.5	0.5	36.1	0.1	1.6	3.2
Գործնական / Ձեռնարկություն	20.4	2.4	4.1	0	0.6	31.9	0.1	0.7	6.5
Այլ	0.4	0.7	6.2	1.4	1.7	6.3	0.3	2.0	0.9

Այցելողների մեծամասնությունն իրենց ուղևորությունը ֆինանսավորել են իրենց իսկ միջոցներով, այնուամենայնիվ, պատասխանողների նշանակալի քանակը (12.6%) նշել է արտասահմանում ապրող ընկերների կամ բարեկամների կողմից ֆինանսավորման մասին: Մնացած այցելողների ֆինանսավորումը կատարել են միջազգային կազմակերպությունները (3.2%), ձեռնարկությունները (6.5%), կամ այլ աղբյուրներ (0.9%):

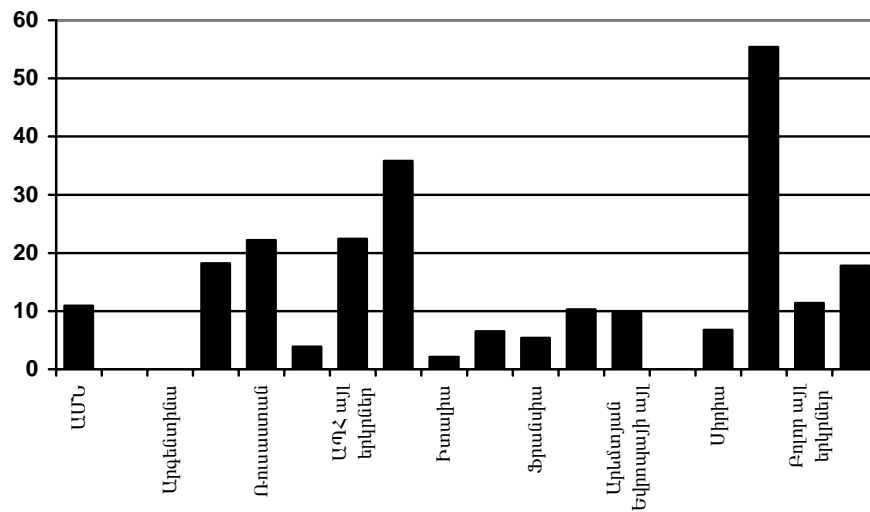
Հյուսիսային Ամերիկա այցելողներն ունեն ընկերների և բարեկամների կողմից ֆինանսավորման ամենաբարձր դրույքաչափը: ԱՄՆ այցելողների 28.4%-ը և Կանադա այցելողների 20%-ը ֆինանսավորման հենց այս աղբյուրն են նշել: Ինչ վերաբերվում է այցելության նպատակին, ապա բուժման (37.3%) և ընկերներին ու հարազատներին այցելելու (26%) նպատակներով ճամփորդողներն ամենից շատն են ֆինանսավորվում ընկերների և բարեկամների կողմից:

Արևմտյան Եվրոպա, Ճապոնիա և ԱՄՆ այցելողներն ամենաշատն են ֆինանսավորվում միջազգային կազմակերպությունների կողմից: Կրթության (43.2%) և սպորտային ու մշակութային միջոցառումների նպատակներով ճամփորդողները նույնպես ամենից շատն են ֆինանսավորվում այս աղբյուրի կողմից:

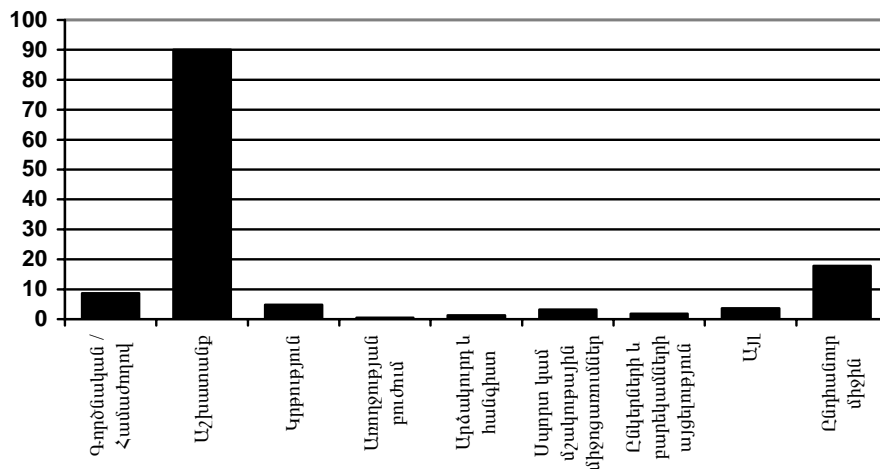
Սպորտային և մշակութային միջոցառումներին մասնակցության նպատակով ճամփորդողները հաճախ ֆինանսավորվում էլ նաև ձեռնարկության կողմից (31.9%), որին հաջորդում են գործնական նպատակով ճամփորդողները՝ 20.4%:

5.3.4. Ստացվող եկամուտը

Գծապատկեր 33: Ստացվող եկամուտն ըստ այցելության երկրի (% Այր)



Գծապատկեր 34: Ստացվող եկամուտն ըստ այցելության նպատակի (% Այր)



Պատասխանողների մեծ մասը՝ 82.2%, ոչ մի շահույթ չի ստացել ճամփորդության ընթացքում կատարված աշխատանքից կամ մատուցված ծառայությունից: Մնացած 17.8%-ից Պարսկաստան և Հունաստան այցելողների մոտ գրանցվել է այդ երկրներում իրենց ուղևորության ժամանակ ստացված շահույթի ամենաբարձր դրույքաչափը՝ համապատասխանաբար 55.4% և 35.8%: Այնուամենայնիվ, հարկ է նշել, որ չնայած Պարսկաստան այցելածների մոտ գումար վաստակելու դրույքաչափն ամենաբարձրն է, այնուհանդերձ, ընդհանուր եկամտի առումով նրանց դրույքաչափն ամենացածր ներից մեկն է՝ միջինում 623.20 ԱՄՆ դոլար: Իտալիա և Վրաստան այցելողների մոտ իրենց ճամփորդության ընթացքում գումար վաստակելու ամենափոքր դրույքաչափն է արձանագրվել՝ համապատասխանաբար 2.1% և 3.9%: Վրաստան ճամփորդողներն ամենաքիչ վաստակողներն են՝ միջինում ընդամենը 233.10 ԱՄՆ դոլար: Սիրիա ճամփորդողներն ամենաշատ վաստակողներն են՝ 4,833.30 միջինում ԱՄՆ դոլար:

Տրամաբանական է, որ աշխատանքի և գործնական նպատակներով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկներն ամենաշատն են եկամուտ վաստակել երկրում մատուցված ծառայությունների դիմաց՝ համապատասխանաբար 90% and 8.7%: Աշխատանքի նպատակով ճամփորդողները միջինում ամենամեծ գումարներ վաստակողներն են՝ 2,842.90 ԱՄՆ դոլար: Բուժման նպատակով ճանապարհորդողների մոտ եկամտի դրույքաչափն ամենացածրն է՝ 0.5%: Այնուամենայնիվ, սպորտի և մշակութային միջոցառումներին մասնակցության նպատակներով այցելողներն, ընդհանուր առմամբ, ունեն ամենացածր եկամուտը՝ միջինում 403.70 ԱՄՆ դոլար:

6. ԴԻՏԱՐԿՈՒՄՆԵՐ ԵՎ ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Հետազոտության արդյունքներից պարզ է դառնում, որ հայկական ծագումն էական ազդեցություն ունի Հայաստանում զբոսաշրջության վրա: Տվյալներից կարելի է հանգել այն եզրակացության, որ հայկական ծագում ունեցող այցելուները, մեծամասամբ, գալիս են սփյուռքից և որ սփյուռքահայերն ամենաշատը կենտրոնացած են Ռուսաստանում և Վրաստանում: Ցավոք սրտի, ռուսական և վրացական սփյուռքի այցելուների մեծ մասն այնքան էլ օգուտ չեն բերում Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտին, որքան որ կարող էին, քանի որ չնայած այս խումբը երկար ժամանակ է անցկացնում երկրում, այնուհանդերձ, նրանք ընդհանուր առմամբ շատ ավելի քիչ գումարներ են ծախսում այստեղ, մասնավորապես կացարանի, ռեստորանների և կազմակերպված տուրերի վրա: Այս խմբի տվյալները նաև ազդել են ուղևորության տևողության վերաբերյալ տվյալների վրա, քանի որ երկար ժամանակով այցելողները, հիմնականում, հայկական ծագում ունեցող կամ ընկերներին ու հարազատներին այցելող զբոսաշրջիկներն են:

Ստացված տեղեկատվությունից նաև պարզ է դառնում, որ Հայաստանը զբոսաշրջիկների այցելությունների տեսանկյունից չափազանց կախված է նաև ԱՊՀ երկրներից, ինչը, գլխավորապես, նախապայմանավորվում է պատմական գործոններով, չնայած դրա պատճառ կարող է հանդիսանալ նաև վիզայի ազատ ռեժիմը:

Այդ իսկ պատճառով էլ Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտի համար չափազանց կարևոր է իր ջանքերն ուղղել հանգստի նպատակով այցելող զբոսաշրջիկներ գրավմանը, ում համար գրանցվել է ծախսերի ամենաբարձր դրույքաչափը: Այս տիպի այցելուները հիմնականում Հյուսիսային Ամերիկայից և Արևմտյան Եվրոպայից, ինչպես նաև Ճապոնիայից և Միջին Արևելքից ժամանած զբոսաշրջիկներն են: Կանադացի այցելուները հատկապես բարձր ծախսեր են ունեցել երկրի ներսում և ամենաշատ վայրերն են այցելել, այդ իսկ պատճառով էլ այս շուկայից զբոսաշրջիկների այցելությունը խրախուսելը կարող է բավականին շահավետ լինել Հայաստանի համար:

Ակնհայտ էր, որ ընկերներն ու բարեկամները և նախկին այցելությունները տեղեկատվության հիմնական աղբյուրն էին Հայաստան այցելողների համար՝ ցույց տալով, որ Հայաստանը պետք է ընդլայնի իր հասանելիությունը դեպի զբոսաշրջության մարքեթինգի այլ ուղիներ՝ այս շուկաներից արժեքավոր առաջին անգամ այցելողներ գրավելու նպատակով: Ինտերնետը չէր օգտագործվում որպես Հայաստանի մասին տեղեկատվության հիմնական աղբյուր, բայց եթե Հայաստանի զբոսաշրջության վերաբերյալ կայքէջերը շարունակեն զարգանալ, հնարավոր կլինի ավելի շատ նոր շուկաների և գոյություն ունեցող շուկաների նոր սեգմենտների հասնել: Հայաստան ճամփորդելու համար ինտերնետային պատվերների օգտագործումը բավական ցածր է թվում, այդ իսկ պատճառով էլ կարող է ենթադրվել, որ այցելությունների մեծ տոկոսներով երկրներում, ինչպիսիք են Ռուսաստանը, Վրաստանը և Պարսկաստանը, վարկային քարտերը մեծ կիրառություն չունեն ճամփորդության գնման ժամանակ:

Ստացված տվյալները նաև ցույց են տալիս, որ Հայաստանի, որպես զբոսաշրջային ուղևորության մասին այնքան էլ շատ տեղեկատվություն չկա, մասնավորապես այն շուկաներում, որտեղից ունենում ենք հանգստի նպատակով ժամանող զբոսաշրջիկներ: Սա կապ-

վում է նաև տեղեկատվության ստացման աղբյուրների վերաբերյալ հավաքագրված տվյալների հետ: Հայաստանի ավանդույթները և արկածային/ էկոտուրիզմը նշվել են որպես Հայաստան այցելելու հիմնական պատճառներ՝ ցույց տալով որ այս երկու նիշային շուկաները կարելի է շարունակել զարգացնել, ի լրումն ավելի ավանդական բնական, պատմական և մշակութային զբոսաշրջության վայրերի հետագա զարգացմանը:

Հայկական ծագում չունեցող զբոսաշրջիկների մոտ կրկնվող այցելությունների բացակայությունը ցույց է տալիս, որ առաջին անգամ այցելող և հայկական ծագում չունեցող զբոսաշրջիկները շուկայի լավ հնարավորություն են ընձեռում: Այս երկու խմբերն էլ դասվում են արձակուրդի և հանգստի նպատակով ճամփորդողների շարքին:

Երկրում գտնվելու ընթացքում հայկական ծագում ունեցող այցելուները հակված են մնալ իրենց ընկերների և բարեկամների տանը, այդպիսով ավելի քիչ ծախսելով կացարանի և ռեստորանների վրա: Զբոսաշրջության տիպիկ կացարաններում, ինչպիսիք են հյուրանոցները, B&B-ները, հոսթելները, հանգրվանելու միջինում կարճ հյուրընկալությունը, հատկապես հանգստի/ժամանցի, գործնական և սպորտային ու մշակութային միջոցառումներին մասնակցության նպատակներով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկների մոտ, խոսում է այն մասին, որ այս հաստատությունները պետք է շարունակեն բարելավել իրենց մարկետինգը և ծառայությունները՝ այսպիսի հաստատություններում ավելի երկար ժամանակ հանգրվանելու համար այցելուներին գրավելու նպատակով, ինչը հնարավորություն կտա լրացնել այս ոլորտներում ընկերներին և բարեկամներին այցելելու նպատակով ժամանած զբոսաշրջիկների կատարած սահմանափակ ծախսերը: Հարկ է նաև նշել, որ 55 և ավելի բարձր տարիքի զբոսաշրջիկները հակված են այցելել Հայաստան արձակուրդների կամ բուժման նպատակով, այդ իսկ պատճառով էլ այս խմբին ծառայությունների մատուցումը կարող է ավելի շատ այցելուներ գրավել:

Տուր փաթեթով այցելող զբոսաշրջիկների շրջանակում ծախսերի դրույքաչափը շատ ավելի բարձր է, այդ իսկ պատճառով էլ Հայաստանի համար հնարավորություն է ստեղծվում զբոսաշրջիկների եկամուտներից ավելի շատ վաստակել, եթե զբոսաշրջիկների ավելի մեծ քանակ սկսի ճանմփորդել տուր փաթեթով (ցանկալի է, որ վերջիններս կազմակերպվեն հայկական տուր օպերատորների կողմից): Կարևոր է նշել, որ արձակուրդների նպատակով մեկնող զբոսաշրջիկներն իրենց բյուջեի զգալի մասը ծախսում են միջազգային տրանսպորտի վրա (այդ իսկ պատճառով էլ կարող են ավելի քիչ ծախսել այլ ծառայությունների վրա, եթե ինքնուրույն են կազմակերպում իրենց ուղևորությունը), քանի որ հանգստի նպատակով ճանապարհորդող զբոսաշրջիկներից շատերը հեռավոր երկրներից են գալիս, ինչն ավելի կարևոր է դարձնում փաթեթային տուրերի խրախուսումը: Արտասահման ճամփորդող հայ զբոսաշրջիկները նույնպես շատ քիչ են ճանապարհորդում տուր փաթեթով, այդ իսկ պատճառով էլ հայկական տուր օպերատորների եկամուտները կարող են աճել, եթե ներքին զբոսաշրջիկներ նույնպես ընտրվեն որպես թիրախ:

Եվ վերջապես, Երևանը նշվել է, որպես Հայաստանում ամենաշատ այցելվող վայրերը: Հանգստի նպատակով ճամփորդողներն ամենաշատ քանակով վայրերն են այցելել: Չնայած որ Հայաստանում բազմաթիվ հետաքրքիր վայրեր կան, զբոսաշրջիկների մոտ կոնկրետ նախասիրություններ չկան որոշակի վայրերի նկատմամբ: Այնուամենայնիվ, զբոսաշրջիկներին ավելի լավ ծառայություններ մատուցելու համար որոշակի վայրերի զարգացումը (ինչպես օրինակ Դիլիջանը կամ Սևանա լիճը) կարող է մայրաքաղաքից դուրս ավելի շատ զբոսաշրջիկների եկամուտներ գրավել:

ՀԱՎԵԼՎԱԾ Ա. ՄԵԿՆՈՂԻ ՀԱՐՑՈՒՄ



ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԱԶԳԱՅԻՆ ՎԻՃԱԿԱԳՐԱԿԱՆ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆ
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԶՐՈՍԱՇԽՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԳՈՐԾԱՎԱԼՈՒԹՅՈՒՆ
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՄՐՑՈՒՄԱԿ ՄԱՍՆԱԿՈՐ ՀԱՏՎԱԾ



Հետազոտությունն իրականացվում է համաձայն «Պետական վիճակագրության մասին» ՀՀ օրենքի

Հաստատված է ՀՀ վիճակագրության պետական խորհրդի 2006թ. օգոստոսի 23-ի թիվ 18-Ա որոշմամբ

Մեկնողի հարցում

ՀԱՐՑԱԹԵՐԹ

ՊԵՏԱԿԱՆ ՎԻՃԱԿԱԳՐԱԿԱՆ ՄԻԱՆՎԱԳ ԴԻՏԱՐԿՄԱՆ

Տրամադրված տեղեկությունների գաղտնիությունն ու անանունությունը երաշխավորվում է օրենքով

1. Ո՞ր երկրի քաղաքացի եք (քաղաքացիություն չունեցող անձանց համար նշել "քաղաքացիություն չունի")

երկրի անվանումը կառը ¹

2. Ո՞ր երկիրն է Ձեր հիմնական բնակության վայրը

2.1 Արդյո՞ք հանդիսանում եք Հայաստանում տեղաբաշխված օտարերկրյա դեսպանատան, հյուպատոսության կամ զինվորական ստորաբաժանման ծառայող (վանդակում նշել X նշանը) այո ոչ

Նշում: Եթե հարցվողի հիմնական բնակության վայրը Հայաստանն է կամ աշխատում/ծառայում է դեսպանատներում/հյուպատոսությունում և զինատրաքաժանումներում հարցազրույցը ՉՇԱՐՈՒՆԱԿԵԼ

3. Ե՞րբ եք ժամանել Հայաստան, նշել

օրը ամիսը տարին

քանի օր է մնացել

Նշում: Եթե այցելում չի մնացել 24 ժամ կամ մնացել է մեկ տարուց ավել, ապա հարցազրույցը ՉՇԱՐՈՒՆԱԿԵԼ

4. Արդյոք ունե՞ք հայկական ծագում (համապատասխան վանդակում նշել X նշանը) այո ոչ

5. Խնդրում ենք ասել Ձեր տարիքային խումբը (համապատասխան վանդակում նշել X նշանը)

մինչև 17 18-35 36-55 56 և բարձր

6. Սեռը (համապատասխան վանդակում նշել X նշանը) արական իգական

7. Ի՞նչ նպատակ էր հետապնդում Ձեր ճանապարհորդությունը (համապատասխան վանդակում նշել X նշանը, բույլատրվում է միայն մեկ պատասխան)

- 7.1. գործնական.....
- 7.2. աշխատանքի.....
- 7.3. կրթության.....
- 7.4. բուժման.....
- 7.5. հանգստի և ժամանցի.....
- 7.6. մարզական, մշակութային միջոցառումներին մասնակցություն.....
- 7.7. այցելություն հարազատներին, ընկերներին.....
- 7.8. այլ.....

Նշում: Եթե հանգստի և ժամանցի, ապա շարունակել, այլ դեպքերում անցնել 9-րդ հարցին



¹ Երկրների կոդերը և մզացրած վանդակները [չդրացնել](#), դրանք լրացվում են կոդավորողի կողմից:

8. Ո՞րն էր Հայաստանն ընտրելու հիմնական պատճառը (կարող եք ընտրել 1-ից ավել պատասխան)

- 8.1 Բնությունը/տեսարժան վայրերը.....
- 8.2 Մշակույթը/պատմությունը.....
- 8.3 ուխտագնացություն.....
- 8.4 մասնագիտական շրջագայություն.....
- 8.5 արկածային շրջագայություններ.....
- 8.6 Հայաստանի ավանդույթները.....
- 8.7 այլ՝ նշել _____

9 Նախկինում այցելել ե՞ք Հայաստան այո ոչ , եթե ոչ անցնել 11-րդ հարցին →

10. Եթե այո, ապա քանի՞ անգամ

- 10.1 մեկ այցելություն
- 10.2 երկու այցելություն
- 10.3 երեք և ավելի այցելություն

11. Հայաստանն ընտրելու հարցում ին՞չ տեղեկատվական աղբյուրներից եք օգտվել,

- 11.1 ընկերները, հարազատները.....
- 11.2 մախկին այցելությունները.....
- 11.3 տուր-օպերատորները.....
- 11.4 ինտերնետ , նշել կայքի անվանումը _____
- 11.5 ճանապարհորդական ամսագիր, նշել անվանումը _____
- 11.6 այլ, նշել _____
- 11.7 թերթեր.....
- 11.8 ճանապարհորդական ուղեցույցեր.....
- 11.9 ռադիո, հեռուստացույց.....

12. Արդյո՞ք Չրե ճանապարհորդության մի մասի կազմակերպումն իրականացրել եք ինտերնետի միջոցով

այո ոչ եթե այո՝ շարունակել, եթե ոչ՝ անցնել 14-րդ հարցին →

13. Ասացեք խնդրե՞մ այն կազմակերպության անվանումը, որի միջոցով իրականացվել է ամրագրումը

- 13.1 հյուրանոցի _____
- 13.2 ինքնաբիռի _____

14. Որտե՞ր եք հանգրվանել ՀՀ գտնվելու ընթացքում (համապատասխան վանդակներում նշել գիշերած օրերի քանակը)

- 14.1 հյուրանոցում
- 14.2 վարձով բնակարանում
- 14.3 B&B և Հոսթել.....
- 14.4 բարեկամի կամ ընկերոջ տանը
- 14.5 առողջարաններում.....
- 14.6 այլ հանգրվաններում.....

15. Նշե՞ք Հայաստանի այն վայրերը, որտեղ այցելել եք, և քանի օր եք գիշերել այդ վայրերում (վանդակում նշել 0, եթե կատարվել է այցելություն առանց գիշերելու)

- 15.1 Երևան.....
- 15.2 Արագածոտնի մարզ (Արագած լեռ, Օշական և այլն).....
- 15.3 Արմավիրի մարզ (Էջմիածին, Սարդարապատ, Չվարթնոց և այլն).....
- 15.4 Գեղարքունիքի մարզ (Սևանա լիճ).....
- 15.5 Կոտայքի մարզ (Գառնի, Գեղարդ, Ծաղկաձոր՝ ձմեռային սպորտ, դահուկավազք).....

- 15.6 Լճռու մարզ (Վանաձոր, Աղբալայի, Հաղպատի, Սանահինի վանքեր և այլն).....
- 15.7 Շիրակի մարզ (Գյումրի, Մարմաշեն վանք և այլն).....
- 15.8 Տավուշի մարզ (Գիլիջան, Հաղարծին, Գոշավանք վանքեր, մակարավանք).....
- 15.9 Վայոց Չորի մարզ (Նորավանք, Ջերմուկ առողջարան).....
- 15.10 Արարատի մարզ (Խոր-Վիրապ և այլն).....
- 15.11 Մյուրիքի մարզ (Տաթևի վանք, Խճճորեսկ, Ջորաց Քարեր և այլն).....
- 15.9. Լեռնային Գարաբաղի Հանրապետություն.....

16. Չեր ճանապարհորդությունը կազմակերպվել է ըստ տուր-փաթեթի, քե՞ ինքնուրույն, եթե

- 16.1 տուր-փաթեթ..... *անցնել 17-րդ հարցին*
- 16.2. ինքնուրույն, իմ հիմնարկի կամ համագործակցող հիմնարկի կողմից.... *անցնել 19-րդ հարցին*

17. Որքան ե՞ք վճարել տուր-փաթեթի համար՝ (ներառյալ ընտանիքի անդամներին, եթե այդպիսիք կան)

- գումարը _____, արժույթը _____, կողը
- 17.1 Քանի՞ հոգու համար են կատարվել այդ ծախսերը _____
 - 17.2 Արդյո՞ք փաթեթը ներառում է միջազգային տրանսպորտային ծախսերը՝ այո , ոչ
 - 17.3 Եթե ոչ, ապա որքա՞ն գումար եք ծախսել միջազգային տրանսպորտի համար(ներառյալ ընտանիքի անդամներին, եթե այդպիսիք կան)
գումարը _____, արժույթը _____, կողը
 - 17.4 Արդյո՞ք փաթեթի գինը ներառում է այլ երկրներում կանգառները՝
այո ոչ , եթե այո խնդրում ենք նշել որ երկրներում _____

18. Ասացե՞ք խնդրե՞մ քացի փաթեթից, Հայաստանում որքա՞ն գումար եք ծախսել ապրանքների ձեռք բերման կամ ծառայություններից օգտվելու համար(ներառյալ ընտանիքի անդամներին, եթե այդպիսիք կան),

- գումարը _____, արժույթը _____, կողը
- Քանի հոգու համար են կատարվել այդ ծախսերը _____

Անցնել 21-րդ հարցին :

Ճանապարհորդությունն ինքնուրույն կազմակերպող զբոսաշրջիկների համար

19. Ամբողջությամբ որքա՞ն գումար եք ծախսել այցելելով Հայաստան (ներառյալ ընտանիքի անդամներին, եթե այդպիսիք կան)

- 19.1 գումարը _____, արժույթը _____, կողը
- 19.2 քանի՞ հոգու համար են կատարվել այդ ծախսերը

ՀԱՎԵԼՎԱԾ Բ. ԺԱՄԱՆՈՂԻ ՀԱՐՑՈՒՄ



ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԱԶԳԱՅԻՆ ՎԻՃԱԿԱԳՐԱԿԱՆ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆ
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԶԲՈՍԱԾՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԳՈՐԾԱՎԱՈՒԹՅՈՒՆ
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՄՐՑՈՒՆԱԿ ՄԱՄՆԱԿՈՐ ՀԱՏՎԱԾ



Հետազոտությունն իրականացվում է համաձայն «Պետական վիճակագրության մասին» ՀՀ օրենքի

Հաստատված է ՀՀ վիճակագրության պետական խորհրդի 2006թ. օգոստոսի 23-ի թիվ 18-Ա որոշմամբ

Ժամանողի հարցում

ՀԱՐՑԱԹԵՐԹ

ՊԵՏԱԿԱՆ ՎԻՃԱԿԱԳՐԱԿԱՆ ՄԻԱՆՎԱԳ ԴԻՏԱՐԿՄԱՆ

Տրամադրված տեղեկությունների գաղտնիությունն ու անանունությունը երաշխավորվում է օրենքով

1. Ո՞ր երկրի քաղաքացի եք (քաղաքացիություն չունեցող անձանց համար նշել "քաղաքացիություն չունի")

երկրի անվանումը կոդը

2. Ո՞ր երկիրն է հանդիսանում հիմնական բնակության վայրը

2.1 Արդյո՞ք հանդիսանում եք արտերկրներում տեղաբաշխված հայաստանյան դեսպանատան, հյուպատոսության ծառայող (վանդակում նշել X նշանը) այո ոչ

Նշում: Եթե հարցվողի հիմնական բնակության վայրը Հայաստանը չէ, կամ աշխատում/ծառայում է այլ երկրներում տեղաբաշխված Հայաստանի դեսպանատներում/հյուպատոսությունում հարցազրույցը ՉՇԱՐՈՒՆԱԿԵԼ

3. Ե՞րբ եք մեկնել Հայաստանից, նշել

օրը ամիսը տարին

քանի՞ օր է մնացել

Նշում: Եթե այցելում չի մնացել 24 ժամ կամ մնացել է մեկ տարուց ավել, ապա հարցազրույցը ՉՇԱՐՈՒՆԱԿԵԼ

4. Ո՞ր երկրից եք ժամանում՝ չհաշված տարանցիկ կանգառները

երկրի անվանումը կոդը

5. Խնդրում ենք ասել Ձեր տարիքային խումբը (համապատասխան վանդակում նշել X նշանը)

մինչև 17 18-35 36-55 56 և բարձր

6. Մեռը (համապատասխան վանդակում նշել X նշանը)

արական իգական

7. Ի՞նչ նպատակ էր հետապնդում Ձեր ճանապարհորդությունը (համապատասխան վանդակում նշել X նշանը բոլորատրվում է միայն մեկ պատասխան)

- 7.1. գործնական.....
- 7.2. աշխատանքի.....
- 7.3. կրթության.....
- 7.4. բուժման.....
- 7.5. հանգստի և ժամանցի.....
- 7.6. մարզական, մշակութային միջոցառումներին մասնակցության.....
- 7.7. այցելություն հարազատներին, ընկերներին.....
- 7.8. այլ.....

8. Որտե՞ղ եք հանգրվանել այդ օրերի ընթացքում (համապատասխան վանդակներում նշել գիշերած օրերի քանակը)

8.1. հյուրանոցում 8.3. B&B և Հուսթել 8.5այլ հանգրվանում.....
8.2. վարձով բնակարանում... 8.4 բարեկամի կամ ընկերոջ տանը ...

9. Չե՞ր ճանապարհորդությունը կազմակերպվել է ըստ տուր-փաթեթի, թե՞ ինքնուրույն, եթե

9.1 տուր- փաթեթ..... *անցնել 10-րդ հարցին*
9.2. ինքնուրույն, իմ հիմնարկի կամ համագործակցող հիմնարկի կողմից..... *անցնել 12-րդ հարցին*

10. Որքա՞ն եք վճարել տուր-փաթեթի համար (ներառյալ ընտանիքի անդամներին, եթե այդպիսիք կան)

գումարը _____, արժույթը _____, կողը 10.1 Քանի անձի համար են կատարվել այդ ծախսերը _____

10.2 Արդյո՞ք փաթեթը ներառում է միջազգային տրանսպորտային ծախսերը՝ այո ոչ

10.3 Եթե ոչ, ապա որքա՞ն գումար եք ծախսել միջազգային տրանսպորտի համար (ներառյալ ընտանիքի անդամներին, եթե այդպիսիք կան), գումարը _____, արժույթը _____, կողը

¹ Երկրների կոդերը և մզացրած վանդակները Չլրացնել, դրանք լրացվում են կողավորողի կողմից:



Հայաստանի Հանրապետություն, ք. Երևան 0070,
Ալեք Մանուկյան 15ա, 3-րդ հարկ
Հեռ.՝ + (374 10) 556328, 556371, 559602, 559284
Էլ. փոստ՝ info@caps.am
Ինտերնետային կայք՝ www.caps.am