

ՀՀ ՏԱՎՈՒՇԻ ՄԱՐԶԻ ԶՐՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԱՐԴԻ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ

Մանուշ ԲԱԼԱՆԹԱՐՅԱՆ

ՀՊՏՀ Մարքեթինգի ամբիոնի հայցորդ

Բանալի բառեր. զբոսաշրջություն, մարքեթինգ, Տավուշի մարզ, զբոսաշրջային
ռեսուրս, զբոսաշրջիկ

Ժամանակակից պայմաններում զբոսաշրջությունը դարձել է աշխարհի բազմաթիվ երկրների ֆինանսական միջոցների ներգրավման, երկիրը ճանաչելի դարձնելու լավագույն ուղորտը: Այս իսկ տեսանկյունից հաշվի առնելով Հայաստանում ստեղծված իրավիճակը, տնտեսության կառուցվածքային համակարգի առանձնահատկությունները և շուկայի պահանջները, պետք է ընդգծել, որ զբոսաշրջությունը ոչ պատահականորեն հայտարարվեց որպես մեր երկրի տնտեսության գերակա ուղորտներից մեկը: Այս ուղորտը Հայաստանում մեծ հեռանկարներ ունի այն պարզ պատճառով, որորպես հնագույն քաղաքակրթություն ունեցող ազգ ու երկիր, ոչ պատահականորեն Հայաստանը համարվում է թանգարան բաց երկրքնի տակ: Այստեղ կան բազմաթիվ պատմամշակութային կոթողներ, բնակլիմայական ու ռեկրեացիոն յուրահատուկ պայմաններ, լեռնային գրավիչ ռելիեֆ, ազգային ու կրոնական առանձնահատկությունները, ազգային սովորույթները, որոնք ճիշտ ներկայացնելիս Հայաստանն ավելի գրավիչ կդառնա և կհետաքրքրի զբոսաշրջիներին:

Հարկ է ընդգծել, որ անհրաժեշտ է համատեղել մասնավոր և պետական հատվածի ջանքերը, ինչպես նաև ներդրումներ ներգրավել արտերկրից՝ կոնունիկացիաների, կացության ու զվարճանքների օբյեկտների, կոնունալ կենցաղային պայմանների բարելավման, ինչպես նաև պատմամշակութային հուշարձանների վերականգնման ու բարեկարգման աշխատանքների իրականացման նպատակով: Միաժամանակ, պետք է նշել, որ որպես զբոսաշրջային երթուղիներ անհրաժեշտ է ընդգրկել բոլոր մարզերը, հաշվի առնելով, որ բնակչության արտահոսքը տեղի է ունենում հատկապես մարզերից՝ գործազրկության և երիտասարդությանը հետաքրքրող միջոցառումների կազմակերպման բացակայության պատճառով: Կարևոր է առանձնակի ընդգծել հատկապես սահմանամերձ բնակավայրերի ամրացման ու զարգացման այն կարևոր միտումներն ու հիմնախնդիրները, որին էապես կարող է նպաստել զբոսաշրջության ծավալումը մարզերում, ինչը ընտանեկան բիզնեսի զարգացման համար կդառնա խթանիչ ուժ, կբացվեն նոր աշխատատեղեր:

«Զբոսաշրջային մարքեթինգը պետական և մասնավոր մակարդակներով իրականացվող գործողությունների բարդ համակարգ է՝ ուղղված զբոսաշրջային ծառայությունների նկատմամբ սպառողների պահանջարկի բա-

ցահայտմանն ու բավարարմանը»¹: Ջրոսաշրջության ոլորտի պետական քաղաքականության նպատակները սահմանված են «Ջրոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» ՀՀ օրենքով և 2008թ. փետրվարի 13-ին ՀՀ կառավարության հավանությանն արժանացած Ջրոսաշրջության զարգացման հայեցակարգով ²: Համաձայն Ջրոսաշրջության համաշխարհային զեկուցի, զբոսաշրջության մրցունակությամբ Հայաստանը 136 երկրների շարքում զբաղեցնում է 84-րդ տեղը³: 2016թ. հունվար-դեկտեմբերին Հայաստան են այցելել 1259657 զբոսաշրջիկ: Նկատելի են աճի որոշակի միտումներ համեմատած 2014թ. և 2015թ. (2014թ.՝ 1203746, 2015թ.՝ 1192120 զբոսաշրջիկ) հետ: Ջրոսաշրջիկերի 25.7 % բաժին է ընկել ԱՊՀ երկրներին, 25.8 %՝ ԵՄ երկրներին, 48.5 % այլ երկրներին⁴: Սա վկայում է այն մասին, որ Հայաստանը որպես զբոսաշրջային ռեսուրս ունեցող երկիր սկսել է միջազգային զբոսաշրջային շուկայում հետաքրքրություն ներկայացնել: Դրան մեծապես նպաստում են բազմաթիվ զբոսաշրջային փառատոններին մեր երկրի մասնակցությունը և միջազգային հեռուստաալիքներով գովազդը: Կարևոր է նաև CNN հեռուստաալիքով Հայաստանի վերաբերյալ փաստագրական ֆիլմի ցուցադրությունը, ինչը հետագայում տարածվեց սոցցանցերում:

Այսպիսով, հաշվի առնելով զբոսաշրջության զարգացման համաշխարհային փորձը և այդ ոլորտում մարքեթինգային ռազմավարությունների մշակման և իրագործման առանձնահատկությունները, կարելի է ներկայացնել այն հիմնական խնդիրները, որոնք պայմանավորված են Հայաստանում զբոսաշրջային արդյունքի յուրահատուկ կառուցվածքով, տարածաշրջանի աշխարհաքաղաքական իրավիճակով և այլ գործոններով: Այդ խնդիրների խելամիտ լուծումը հնարավոր կդարձնի մեր հանրապետությունն աշխարհին ներկայացնել որպես զբոսաշրջության համար գրավիչ և զարգացման հեռանկարներ ունեցող երկիր: Մասնավորապես, ՀՀ-ում անհրաժեշտ է բազմակողմանի ու տարբերակված մոտեցումներ ու վերլուծություններ կատարել հետևյալ ուղղություններով.

- ✓ հարկ է ուսումնասիրել զբոսաշրջային շուկան, կատարել վերլուծություններ, կապեր հաստատել այլ ճյուղերի հետ,
- ✓ զբոսաշրջային ծառայությունների հանդեպ սպառողների պահանջ-մունքների բավարարման հնարավորությունների բացահայտում,

¹Մարքեթինգը զբոսաշրջության ոլորտում / Ռ.Մ.Հաջոյան, Մ.Հ.Նիկողոսյան.-եր.: Տնտեսագետ, 2011-214 էջ:

²<http://www.mineconomy.am>

³The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, pp 84-85, Geneva Switzerland, http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

⁴http://armstat.am/file/article/sv_01_17a_421.pdf

- ✓ վեր հանել այն մեթոդները, որոնք թույլ կտան բավարարել զբոսաշրջային ծառայությունների նկատմամբ պահանջարկը,
- ✓ երկրի վերաբերյալ տեղեկատվության ներկայացում միջազգային հեռուստաընկերություններով (CNN, BBC),
- ✓ մեծ ուշադրություն դարձնել ինտերնետ մարքեթինգին,
- ✓ որպես զբոսաշրջային երկիր գրանցում միջազգային կայքերում,
- ✓ մատչելի տեղեկատվություն տեղադրում տարբեր սոցցանցերում:

Հարկ է նշել, որ մեր կողմից կատարված ուսումնասիրությունների արդյունքում պարզվել է, որ Հայաստանի ներկայանալի այցեքարտերից մեկը Տավուշի մարզն է, որը որպես զբոսաշրջային տարածք, ունի մեծ ներուժ, սակայն անբավարար է օգտագործվում: Այն գտնվում է Հայաստանի հյուսիսարևելքում և բաղկացած է Դիլիջանի, Նոյեմբերյանի, Իջևանի և Բերդի տարածաշրջաններից, Իջևան, Դիլիջան, Բերդ, Նոյեմբերյան, Այրում քաղաքներից: Մարզի ընդհանուր տարածքի 40.3%-ը զբաղեցնում են խառն անտառները, որոնք աչքի են ընկնում բուսական և կենդանական աշխարհի բազմազանությամբ: Ամառները լինում են տաք, ձմեռները՝ մեղմ: Սեղմ կլիման, մաքուր օդը, հանքային բուժիչ ջրերը, անտառները նպաստավոր պայմաններ են ստեղծում մարզում զբոսաշրջության համար: Աղստևի ավազանում ստեղծված են Դիլիջանի պետական արգելոցը և Իջևանի անտառային այգին: Աղստև գետի հովիտը հարուստ է նաև հանքային ջրերով, որտեղ կազմակերպված է դրանց արտադրությունը: Մարզի կենտրոնով է անցնում Հյուսիսային Կովկաս – Թբիլիսի - Երևան գազատարը, կա 146 կմ միջպետական, 253 կմ հանրապետական նշանակության ասֆալտապատ ու բարեկարգ ճանապարհներ, իսկ Աղստևի ձորով է անցնում Իջևան-Հրազդան երկաթուղու 70 կմ-ոց հատվածը, որը սակայն, ներկայումս չի գործում:

2015թ. տվյալներով ՀՀ Տավուշի մարզի տնտեսության հիմնական հատվածների տեսակարար կշիռները ՀՀ համապատասխան ոլորտների ընդհանուր ծավալում կազմել են. արդյունաբերությունը՝ 0.8%, գյուղատնտեսությունը՝ 4.6%, շինարարությունը՝ 4.2%, մանրածախ առևտուրը՝ 1.9%, ծառայությունները՝ 0.9%: Բերված ցուցանիշները վկայում են, որ մարզը դեռևս հանրապետության վառ արտահայտված գյուղատնտեսական շրջաններից է: Անասնաբուծության մեջ առաջատար ճյուղեր են համարվում խոշոր եղջերավոր անասնաբուծությունն ու խոզաբուծությունը: Մարզում արտադրվող արդյունաբերական արտադրանքից արտաքին շուկա են արտահանվում գինիներ, պահածոներ, հանքային ջուր, քարե և փայտե արտադրատեսակներ⁵: Մարզում առկա են մի քանի փոքր բնական լճեր, որոնցից առավել հայտնի է Դիլիջանի մոտ գտնվող Պարզ լիճը:

⁵http://www.armstat.am/file/Map/MARZ_11.pdf

Մարզը ունի բոլոր նպաստավոր պայմանները զբոսաշրջության զարգացման կենտրոն վերածվելու համար: Այստեղ առկա է առողջարանային, պատմական, մշակութային, գյուղական, էքստրեմալ, էկո տուրիզմի ձևավորման ու զարգացման բոլոր պայմանները: Մարզը հարուստ է վանքային համալիրներով, բերդերով, անտառներով և այլն: Հարկ է առանձնացնել Հաղարծին, Գոշավանք, Մակարավանք, Կիրաց վանք, Կապտավանք, Մաթոսավանք, Ջուխտակ վանքային համալիրները, Լաստիվեր Անապատը, դարավոր պատմություն ունեցող Յիկ Ամրամի ամրոցը և այլն:

Մարզում ուշադրության կենտրոնում է գտնվում Դիլիջան քաղաքը: Այստեղ իրենց գործունեությունն է ծավալում Դիլիջանի միջազգային դպրոցը, ՀՀ կենտրոնական բանկի «Դիլիջան ուսումնահետազոտական կենտրոնը», որոնք էական դեր են խաղում մարզի զարգացման համար:

Համաձայն «Կուրորտաբանության և ֆիզիական բժշկության գիտահետազոտական ինստիտուտ» ՓԲԸ-ի Դիլիջան քաղաքը համարվում է Հայաստանի առողջարանային կարևոր գոտիներից մեկը, որն աչքի է ընկնում մաքուր օդի, մեղմ կլիմայի, ընդարձակ անտառների համադրությամբ⁶: Այժմ գործում են «Լեռնային Հայաստան», «Դիլիջան», «Կոմպոզիտորների տուն» առողջարանային ու հանգստյան տները:

Այս ամենն ամբողջության մեջ կարող են մարզը դարձնել զբոսաշրջային մեծ ներուժ ունեցող տարածաշրջան, ինչը հանրությանը հասանելի դարձնելու համար պահանջում է մարքեթինգային բազմակողմանի ուսումնասիրություններ, վերլուծություններ, որի արդյունքում կներգրավվեն զգալի ներդրումներ: Նման մոտեցումը էապես կնպաստի նաև համայնքների զարգացմանը, կբարձրացնի բնակչության զբաղվածության մակարդակը, ինչը ներկա պահին բավականին լուրջ և հրատապ լուծում պահանջող խնդիր է մարզի համար, քանի որ այն նաև սահմանային տարածաշրջան է:

⁶ http://fizecommed.com/istorii_ameinii/dilijan.pdf

Մանուշ ՔԱԼԱՆԹԱՐՅԱՆ

ՀՀ Տավուշի մարզի զբոսաշրջության զարգացման արդի միտումները

Բանալի բառեր. զբոսաշրջություն, Տավուշի մարզ, զբոսաշրջային ռեսուրս, զբոսաշրջիկ, մարքեթինգ

Զբոսաշրջությունը դարձել է ՀՀ-ում զարգացման հեռանկարներ ունեցող հիմնական ոլորտներից մեկ: Թերևս դրա ապացույցն է և այն, որ վերջին տարիներին ՀՀ այցելած զբոսաշրջիկների թիվը էական աճ է գրանցել: Ուսումնասիրությունները վկայում են, որ մեր երկրում կան բոլոր պայմանները զբոսաշրջային երկիր դառնալու համար, ինչին մեծապես կարող է նպաստել և այն, որ զբոսաշրջությունը զարգացման գերակա ոլորտ է հայտարարված, իսկ հանրապետության մարզերում կա զարգացմանը նպաստող ներուժ: Այս հոդվածի նպատակն է առանձնացնել ՀՀ Տավուշի մարզը որպես զբոսաշրջային զգալի ներուժ ու առանձնահատկություններ ունեցող մարզ, որը հանրությանը ճանաչելի դարձնելու համար պահանջվում է մարքեթինգային բազմակողմանի ուսումնասիրություններ ու վերլուծություններ:

Manush KALANTARYAN

Modern tendencies of tourism development in Tavush region of the Republic of Armenia

Key words: tourism, marketing, Tavush region, touristic resources, tourist

Tourism has become one of the primary developing sectors in the RA. The prove is the increase of tourists in these recent years. Researches show that our country has all the necessary potential to become a touristic center: thus the contribution of tourism development can promote regions of Armenia. The aim of this article is devoted to Tavush region, a region with great tourism resources and peculiarities. Different marketing researches and analysis are required for making Tavush region available to the public.

Мануш КАЛАНТАРЯН

Современные тенденции развития туризма в Тавушском районе Республики Армения

Ключевые слова: туризм, маркетинг, Тавушская область, туристические ресурсы, турист

Туризм стал одной из ключевых сфер, который имеет перспективу развития в РА. Доказательством того является то, что за последние годы значительно увеличилось число туристов посетивших РА. Исследования показывают, что у нашей страны есть все условия для становления туристической страны, чему может в значительной степени содействовать и то, что туризм был объявлен приоритетной сферой развития, а в марзах РА есть потенциал способствующий развитию. Целью этой статьи является выделение Тавушского марза как один из регионов РА, который имеет значительный туристический потенциал и особенности, что требует многосторонних маркетинговых исследований и анализа для повышения общественной осведомленности.