

ԵՐԵՎԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

ԳԱՅԱՆԵ ՌՈՒԲԻԿԻ ԹՈՎՄԱՍՅԱՆ

**ԶՐՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ
ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ**

Ը.00.02 «Տնտեսության, նրա ոլորտների տնտեսագիտություն և կառավարում»
մասնագիտությամբ տնտեսագիտության դոկտորի գիտական աստիճանի հայցման
ատենախոսության

ՍԵՂՄԱԳԻՐ

ԵՐԵՎԱՆ 2022

Ատենախոսության թեման հաստատվել է ՀՀ պետական կառավարման ակադեմիայում:

**Պաշտոնական
ընդդիմախոսներ՝**

Տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր
Վարդան Բաբկենի Բոստանջյան

Տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր
Անահիտ Սերգեյի Մելքունյան

Տնտեսագիտության դոկտոր, դոցենտ
Աշոտ Արծրունի Եղիազարյան

**Առաջատար
կազմակերպություն՝**

Հայ-Ռուսական Համալսարան

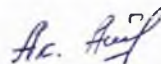
Ատենախոսության պաշտպանությունը կայանալու է 2022թ. դեկտեմբերի 9-ին՝
ժամը 13:30-ին, Երևանի պետական համալսարանում գործող ՀՀ ԲՈԿ-ի
տնտեսագիտության թիվ 015 մասնագիտական խորհրդի նիստում:

Հասցեն՝ 0009, ք. Երևան, Աբովյան փ. 52:

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ Երևանի պետական համալսարանի
գրադարանում:

Սեղմագիրն առաքված է 2022թ. հոկտեմբերի 27-ին:

ՀՀ ԲՈԿ-ի Տնտեսագիտության 015 մասնագիտական
խորհրդի գիտական քարտուղար,
տնտեսագիտության թեկնածու, դոցենտ



Ա. Հ. Հակոբջանյան

ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԲՆՈՒԹԱԳԻՐԸ

Հետազոտության թեմայի արդիականությունը: Հայաստանի Հանրապետությունում անկախացման և շուկայական տնտեսությանն անցման ժամանակաշրջանից ի վեր իրականացվող բարեփոխումների կարևորագույն ոլորտներից է զբոսաշրջությունը, որի զարգացումը պահանջում է էական փոփոխություններ մի շարք բնագավառներում: Վերջին տարիներին զբոսաշրջությունը համաշխարհային տնտեսության ամենաարագ զարգացող ոլորտներից է: Ըստ Ջբոսաշրջության համաշխարհային կազմակերպության տվյալների՝ միջազգային զբոսաշրջիկների թվաքանակը 2019 թ. կազմել է 1.5 մլրդ մարդ¹: Ըստ Ճանապարհորդության և զբոսաշրջության համաշխարհային խորհրդի տվյալների՝ **2019 թ. զբոսաշրջության համախառն ներդրումը համաշխարհային ՀՆԱ-ում կազմել է 9.2 տրիլիոն ԱՄՆ դոլար կամ ՀՆԱ-ի 10.4%-ը, ապահովել է 334 միլիոն աշխատատեղ (յուրաքանչյուր 10 աշխատատեղից 1-ը), այցելուների ծախսերը կազմել են 1.7 տրիլիոն ԱՄՆ դոլար (ընդհանուր արտահանման 6.8%-ը, ծառայությունների արտահանման 27.4%-ը)**²: Այս ամենը վկայում է այն մասին, որ այսօր զբոսաշրջությունը համաշխարհային տնտեսության բարձր արդյունավետությամբ զարգացող ճյուղերից է: Այս ամենը, ցավոք, խաթարվեց 2020 թ. ամբողջ աշխարհով տարածվող COVID-19-ի (կորոնավիրուսի) համավարակի պատճառով, ինչը զգալի վնասներ հասցրեց համաշխարհային զբոսաշրջությանը: **2020 թ. միջազգային զբոսաշրջիկների թվաքանակն աշխարհում կազմել է 381 միլիոն մարդ՝ 2019 թ. համեմատ նվազելով 74%-ով:** 2020 թ. միջազգային ճանապարհորդությունների նվազումը հանգեցրել է արտահանման եկամուտների՝ 1.3 տրիլիոն ԱՄՆ դոլարի կորստի: Ճգնաժամը ռիսկի տակ է դրել զբոսաշրջության 100-120 միլիոն ուղղակի աշխատատեղեր, դրանց մեծ մասը՝ փոքր և միջին ձեռնարկություններում³: **Համավարակի պայմաններում 2021 թ. միջազգային զբոսաշրջիկների թվաքանակն աշխարհում կազմել է շուրջ 415 միլիոն մարդ, ինչը 2019թ. ցուցանիշից դեռևս ցածր է 72%-ով**⁴: Ըստ Ճանապարհորդության և զբոսաշրջության համաշխարհային խորհրդի հրապարակումների՝ **զբոսաշրջության համախառն ներդրումը համաշխարհային ՀՆԱ-ում 2020 թ. կազմել է 4671 մլրդ ԱՄՆ դոլար (ՀՆԱ-ի 5.5%-ը), զբոսաշրջության ոլորտում աշխատատեղերը կազմել են 272 մլն՝ նախորդ տարվա համեմատ նվազելով 18.5%-ով կամ 62 միլիոն աշխատատեղով**⁵: **Ջբոսաշրջության համախառն ներդրումը համաշխարհային ՀՆԱ-ում 2021 թ. կազմել է ՀՆԱ-ի 6.1%-ը, և հնարավոր է եղել վերականգնել**

¹UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2020, p. 1, <https://www.unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1> (վերջին մուտքը՝ 15.07.2020)

² Economic impact reports, <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> (վերջին մուտքը՝ 15.09.2021)

³ 2020: Worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals, <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> (վերջին մուտքը՝ 15.05.2021)

⁴ Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels, <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels> (վերջին մուտքը՝ 19.01.2022)

⁵ Global economic impact & trends 2021, pp. 4-5, World travel & tourism council, <https://wtcc.org/portals/0/documents/reports/2021/global%20economic%20impact%20and%20trends%202021.pdf?ver=2021-07-01-114957-177> (վերջին մուտքը՝ 01.09.2021)

18.2 միլիոն աշխատատեղ⁶, այսինքն, կարելի է ասել, որ 2021 թ. շարունակվող համավարակի պայմաններում զբոսաշրջության ոլորտը սկսել է աստիճանաբար վերականգնվել:

Ըստ «Զբոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» ՀՀ օրենքի՝ զբոսաշրջությունը հայտարարված է տնտեսության գերակա ճյուղ⁷: 2019 թ. Հայաստան է ժամանել 1894377 զբոսաշրջիկ⁸, իսկ ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակը կազմել է 1544600 մարդ⁹: Ըստ Ճանապարհորդության և զբոսաշրջության համաշխարհային խորհրդի հրապարակումների՝ ՀՀ-ում զբոսաշրջության համախառն ներդրումը ՀՆԱ-ում 2019 թ. կազմել է 923.4 մլրդ դրամ կամ 1.8 մլրդ ԱՄՆ դոլար (ՀՆԱ-ի 12.6%-ը)¹⁰՝ ապահովելով ընդհանուր զբաղվածության 13.8%-ը կամ 137600 աշխատատեղ: **2020 թ. ՀՀ-ում զբոսաշրջության համախառն ներդրումը ՀՆԱ-ում կազմել է 251.6 մլրդ դրամ կամ 493.5 մլն ԱՄՆ դոլար (ՀՆԱ-ի 3.7%-ը)¹¹՝ նախորդ տարվա համեմատ նվազելով 73%-ով: Զբոսաշրջությունն ապահովել է ընդհանուր զբաղվածության 10.2%-ը կամ 97000 աշխատատեղ՝ նախորդ տարվա համեմատ նվազելով 30%-ով:** 2021 թ. ոլորտը սկսել է աստիճանաբար վերականգնվել և **զբոսաշրջության համախառն ներդրումը ՀՆԱ-ում կազմել է 448.8 մլրդ դրամ կամ 880.5 մլն ԱՄՆ դոլար (ՀՆԱ-ի 6.1%-ը)¹²՝ նախորդ տարվա համեմատ աճելով 78.4%-ով: Զբոսաշրջությունն ապահովել է ընդհանուր զբաղվածության 12.2%-ը կամ 120200 աշխատատեղ՝ նախորդ տարվա համեմատ աճելով 24%-ով**¹⁰: Այսպիսով, Հայաստանում ևս 2020 թ.-ը զբոսաշրջության համար էական անկման տարի էր: 2020 թ. համավարակի պայմաններում ՀՀ ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների թվաքանակը կազմել է 360338՝ 2019 թ. համեմատ նվազելով 81%-ով: **2021 թ. ՀՀ ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակը կազմել է 870308 մարդ՝** 2020 թ. համեմատ աճելով 141%-ով¹¹, իսկ 2022 թ. առաջին կիսամյակում՝ 588731 մարդ՝ նախորդ տարվա հունվար-հունիսի համեմատ 2.4 անգամ ավելի¹²:

Հայաստանում, հաշվի առնելով առկա ռեսուրսային ներուժը (հին պատմություն և մշակույթ, պատմամշակութային հուշարձաններ, եկեղեցիներ, կուրորտային ռեսուրսներ, հանքային ջրեր, կլիմայական բարենպաստ պայմաններ, ազգային համեղ խոհանոց, գեղատեսիլ բնություն և հարուստ կենսաբազմազանություն և այլն), զարգացման մեծ հեռանկարներ ունեն զբոսաշրջության հետևյալ հիմնական տեսակները՝ կրոնական, պատմամշակութային, առողջարանային, սպորտային և արկածային, բժշկական, գաստրոնոմիական, ագրո- և էկո-, փառատոնային, քաղաքային և այլն:

⁶ Economic Impact Reports, <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> (վերջին մուտքը՝ 25.06.2022)

⁷ ՀՀՊՏ 2004.01.29/6(305) Հոդ. 106, «Զբոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» ՀՀ օրենք, 2003թ., հոդված 4

⁸ ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2019թ. հունվար-դեկտեմբերին, էջ՝ 139, https://www.armstat.am/file/article/sv_12_19a_421.pdf (վերջին մուտքը՝ 15.07.2020)

⁹ ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2020թ. հունվարին, էջ՝ 115, https://www.armstat.am/file/article/sv_01_20a_422.pdf (վերջին մուտքը՝ 15.07.2020)

¹⁰ Armenia 2022, Annual research: Key highlights, p. 1, <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> (վերջին մուտքը՝ 26.06.2022)

¹¹ ՀՀ-սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2021թ. հունվար-դեկտեմբերին, էջ՝ 150, https://armstat.am/file/article/sv_12_21a_421.pdf (վերջին մուտքը՝ 07.02.2022)

¹² ՀՀ-սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2022թ. հունվար-հունիսին, էջ՝ 143, https://www.armstat.am/file/article/sv_06_22a_421.pdf (վերջին մուտքը՝ 07.08.2022)

Հայաստանը, չնայած վերջին տարիներին կատարվող աշխատանքներին, դեռ հայտնի գրոսաշրջային վայր չէ աշխարհում: Այդ է վկայում նաև այն, որ ըստ Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի կողմից հրատարակած «2019 թ. գրոսաշրջության մրցունակության զեկույցի»՝ Հայաստանը 140 երկրների շարքում եղել է 79-րդը՝ 3.7 գործակցով¹³, իսկ ըստ 2021 թ. Զբոսաշրջության զարգացման զեկույցի՝ **Հայաստանը 117 երկրների շարքում 61-րդ տեղում է՝ 4.0 գործակցով**¹⁴:

Զբոսաշրջության ոլորտի զարգացման հիմնական խոչընդոտներից կարելի է նշել՝ ոլորտի թերի օրենսդրական դաշտը, ըստ գրոսաշրջության տարբեր տեսակների զարգացման ծրագրերի բացակայությունը, վիճակագրական հաշվառման գործընթացը, մարքեթինգային գործունեությունը, ծառայությունների որակը, ենթակառուցվածքների վիճակը, ոլորտի կրթության և աշխատաշուկայի միջև եղած բացերը, և այլն: Հարկ է նշել, որ վերջին տարիներին տարբեր հեղինակների կողմից կատարվել են գրոսաշրջության ոլորտի գիտական հետազոտություններ և վերլուծություններ տարբեր տեսանկյուններից՝ գրոսաշրջության մարքեթինգի (Սելվինազյան Բ., Հաջոյան Ռ., 2003թ., Բադալյան Ա., 2007թ., Հաջոյան Ռ., Նիկողոսյան Մ., 2011թ.), էկոգրոսաշրջության (Գալյան Ժ., 2007, Մարտիրոսյան Լ., Ավագյան Ա., 2018թ.), առողջարանային-վերականգնողական գրոսաշրջության (Թովմասյան Գ., 2014), միջազգային գրոսաշրջության (Հարությունյան Շ., 2015թ., Չերքեզյան Է., 2005թ.), ներգնա գրոսաշրջության (Խաչիկյան Դ., 2012թ.), գրոսաշրջության ոլորտում ինովացիոն գործունեության կառավարման հիմնախնդիրների (Ոսկանյան Ա., 2014թ.), գրոսաշրջության զարգացման ֆինանսական (Պապոյան Ա., 2012թ.) և ներդրումային (Մնացականյան Գ., 2008թ., Էլիզբարյան Ն., 2014թ.) հիմնախնդիրների, գրոսաշրջության ռազմավարական կառավարման (Աղաջանյան Ա., 2013թ., Սահակյան Մ., 2007թ.) և պետական կարգավորման հիմնախնդիրների (Մարտիրոսյան Ա., 2009թ.), ոլորտի զարգացման (Իսահակյան Ռ., 2019թ.), և մրցունակության բարձրացման հիմնախնդիրների (Առաքելյան Մ., 2014թ.) մասին: Չնայած վերոնշյալին՝ այնուամենայնիվ չկան գրոսաշրջության զարգացման վերաբերյալ կատարված այնպիսի լայնածավալ, գիտական հետազոտություններ, որոնք կընդգրկեն գրոսաշրջության բոլոր տեսակները և զարգացման հիմնախնդիրները տարբեր ասպեկտներից: Այդ իսկ պատճառով էլ, նախ՝ անհրաժեշտ է ուսումնասիրել ոլորտի զարգացման տեսամեթոդական հարցերը, ոլորտի կառավարման ու զարգացման միջազգային փորձը, վերլուծել ոլորտի արդի վիճակը և զարգացման միտումները (հաշվի առնելով նաև համավարակի ազդեցությունը), գրոսաշրջության հիմնական տեսակների ռեսուրսային ներուժը ՀՀ-ում, որոնք էլ էական հիմք կդառնան գրոսաշրջության զարգացման խնդիրների առաջադրման և դրանց լուծման հիմնական ուղիների մշակման համար: Անհրաժեշտ է իրականացնել բարեփոխումներ մի շարք ուղղություններով՝ երկրում գրոսաշրջությունը միջազգային մակարդակին համապատասխան զարգացնելու նպատակով: Այս և վերը նշված մի շարք խնդիրներով էլ պայմանավորված է սույն աշխատանքի արդիակա-

¹³ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, World Economic Forum, Geneva, 2019, p. 36, http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (վերջին մուտքը՝ 15.07.2020)

¹⁴ Travel & Tourism Development Index 2021. Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future, World Economic Forum, Geneva, pp. 4-35, https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf (վերջին մուտքը՝ 25.06.2022)

նույնը:

Հետազոտության օբյեկտը ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտն է, իսկ **առարկան**՝ զբոսաշրջության զարգացման հիմնախնդիրներն են ու դրանց լուծման ուղիները:

Հետազոտության նպատակն է՝ ՀՀ-ում զբոսաշրջության զարգացման տեսական, գործնական և հայեցակարգային հիմքերի մշակումը:

Առաջադրված նպատակին հասնելու համար ատենախոսությունում դրվել և լուծվել են **հետևյալ խնդիրները.**

- ✓ վերլուծել զբոսաշրջության զարգացման տեսամեթոդական հիմքերը,
- ✓ հետազոտել միջազգային զբոսաշրջության արդի վիճակը, զարգացման միտումներն ու առանձնահատկությունները, ինչպես նաև զբոսաշրջության կառավարման և զարգացման համաշխարհային փորձը,
- ✓ վերլուծել զբոսաշրջության արդի վիճակը և զարգացման միտումները, ինչպես նաև ոլորտի կարգավորման օրենսդրաիրավական դաշտը և կառավարման համակարգը ՀՀ-ում,
- ✓ տնտեսամաթեմատիկական մեթոդների օգնությամբ իրականացնել ՀՀ ներքին և ներգնա զբոսաշրջության զարգացման կանխատեսումներ և գնահատել զբոսաշրջության ազդեցությունը ՀՀ տնտեսության զարգացման վրա,
- ✓ բացահայտել ՀՀ-ում զբոսաշրջության հիմնական տեսակների զարգացման ներուժային հնարավորությունները և հեռանկարները,
- ✓ վերլուծել զբոսաշրջության զարգացման խոչընդոտները (կապված մարքեթինգային գործունեության, ծառայությունների որակի և մրցունակության բարձրացման, ոլորտի կրթության բարելավման և այլնի հետ)՝ դրանց լուծման ուղիների բացահայտման և մշակման նպատակով,
- ✓ մշակել ՀՀ-ում զբոսաշրջիկների գոհունակության ինդեքսի կիրառման մեթոդաբանությունը,
- ✓ վերլուծել ՀՀ-ում զբոսաշրջության կայուն զարգացման հնարավորությունները:

Հետազոտության տեսական և մեթոդաբանական հիմքերը: Ուսումնասիրության ընթացքում օգտագործվել են զբոսաշրջության տեսական և մեթոդական հարցերին նվիրված օտարերկրյա և հայրենական գիտնականների աշխատություններն ու հոդվածները: Հետազոտության ընթացքում կիրառվել են տվյալների հավաքագրման և խմբավորման, վերլուծության և համադրության, տեսական և գործնական նյութի պատմական և տրամաբանական վերլուծությունների զուգակցման, համեմատական վերլուծության, ինդուկցիայի և դեդուկցիայի, համադրությունների և դատողությունների, վարկածների առաջադրման, միկրո և մակրո վերլուծության, մաթեմատիկական և վիճակագրական, կոռելյացիոն և ռեգրեսիոն վերլուծության մեթոդները, կանխատեսման ARIMA, AR (ավտոռեգրեսիա), VAR (վեկտորային ավտոռեգրեսիա), BVAR (Բայեսյան վեկտորային ավտոռեգրեսիա) և դրանց համապատասխան գործոններով ընդլայնված մոդելները՝ FAAR (factor augmented autoregression-գործոններով ընդլայնված ավտոռեգրեսիա), FAVAR (factor augmented vector autoregression-գործոններով ընդլայնված վեկտորային ավտոռեգրեսիա) և BFAVAR (Bayesian factor augmented vector autoregression-գործոններով ընդլայնված Բայեսյան վեկտորային ավտոռեգրեսիա), խաչաձև աղյուսակների և Պիրսոնի հսի-քառակուսի (Cross-tabulation and Pearson Chi Square analysis), Breusch-Pagan և Breusch-Godfrey LM վիճակագրական թեստերը, Cochrane-Orcutt-ի մեթոդը, ինչպես

նաև ուղեղային գրոհի, SWOT վերլուծության, ռազմավարության մշակման տարածական (SPACE) և ներքին-արտաքին գործոնների (Internal-External Matrix) մատրիցաների, հարցաթերթիկային հարցման և հարցազրույցի, դիտարկման, ֆոկուս խմբերի, գրաֆիկական, Կարևորություն-Գործունեություն (Importance-Performance Analysis (IPA)) վերլուծության մեթոդները: Վերլուծությունների համար կիրառվել են SPSS, EVIEWS, STATA, MS Excel ծրագրային փաթեթները:

Հետազոտության տեղեկատվական հիմքը ներառում է ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի, ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության Զբոսաշրջության կոմիտեի, ինչպես նաև զբոսաշրջության ոլորտում գործունեություն ծավալող կազմակերպությունների տրամադրած կամ նրանց կողմից հրապարակած տեղեկությունները, ՀՀ և այլ երկրների՝ ոլորտին վերաբերող օրենքները և այլ նորմատիվ իրավական ակտերը, ՀՀ կառավարության և պետական կառավարման մարմինների, ՏԻՄ-երի հրապարակած տվյալները, ծրագրերը, Զբոսաշրջության համաշխարհային կազմակերպության և ոլորտի այլ միջազգային կազմակերպությունների պաշտոնական տեղեկագրերը, զեկույցները, ինչպես նաև մամուլում պարբերաբար հրատարակվող տվյալները և այլն:

Հետազոտության գիտական նորույթը և արդյունքները: Հետազոտության տեսական, գործնական և հայեցակարգային նշանակություն ունեցող հիմնական արդյունքների գիտական նորույթը կայանում է հետևյալում.

1. Վիճակագրական մեթոդների օգնությամբ գնահատվել է ներքին և ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակի, նրանց կատարած ծախսերի, ինչպես նաև զբոսաշրջության ոլորտում պետական ծախսերի և կապիտալ ներդրումների ազդեցությունը ՀՆԱ-ի, զբաղվածության, կացության և հանրային սննդի կազմակերպման ծառայությունների ծավալների վրա, ՀՀ մարզերի և Երևանի համար գնահատվել են զբոսաշրջային ծառայությունների և ՀՆԱ-ի ու զբաղվածության միջև կոռելյացիոն կապերը:

2. Իրականացվել են ՀՀ ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակի կանխատեսումներ ARIMA մեթոդով, ինչպես նաև ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի կանխատեսումներ՝ էկոնոմետրիկական ստատիկ և դինամիկ մոդելների օգնությամբ, որի արդյունքում բացահայտվել են ներքին զբոսաշրջության վրա ազդող գործոններն ու գնահատվել դրանց ազդեցության չափը, իսկ ռեկուրսիվ և սահող կանխատեսման մոդելավորման արդյունքներով հիմնավորվել է, որ փոքր մասշտաբի (AR, VAR և BVAR) մոդելներով զբոսաշրջիկների թվաքանակի աճի կանխատեսման արդյունքները վիճակագործեն չեն տարբերվում բազմաթիվ գործոններ հաշվի առնող բարդ մոդելների (FAAR, FAVAR և BFAVAR) կողմից ստացված կանխատեսման արդյունքներից:

3. ՀՀ-ում զբոսաշրջության առավել հեռանկարային տեսակների զարգացման հնարավորությունների և հիմնախնդիրների վերլուծության արդյունքում մշակվել են մի շարք գործնական և հայեցակարգային բնույթի միջոցառումներ՝ ուղղված դրանց զարգացման ռազմավարական ծրագրերի մշակմանը, մարքեթինգային միջոցառումների իրականացմանը, նոր երթուղիների կազմակերպմանը և այլն:

4. Իրականացվել է զբոսաշրջության մարքեթինգի և զարգացմանն ուղղված պետական ծախսերի և ներգնա զբոսաշրջության ու դրանից ստացվող եկամուտների միջև կոռելյացիոն համեմատական վերլուծություն ՀՀ և 40 երկրների միջև, վերլուծվել են ՀՀ-ում իրականացվող զբոսաշրջային մարքեթինգային գործողությունները և մշակվել համապատասխան քայլեր՝ զբոսաշրջային մարքեթինգի և բրենդինգի բարելավման նպատակով:

տակով:

5. Հյուրանոցային ծառայությունների որակի գնահատման նպատակով մշակվել է հատուկ գործիք՝ ARMQUAL, որի օգնությամբ ծառայությունների որակի հիմնական պարամետրերի հատկորոշմամբ հյուրանոցներում իրականացվել է մատուցվող ծառայությունների որակի գնահատում, ստացված արդյունքները վերլուծվել են Կարևորություն-Գործունեություն վերլուծության մատրիցայի միջոցով, կատարվել են հիմնական ցուցանիշների միջև վիճակագրական նշանակալիության կապերի գնահատումներ:

6. Մշակվել է զբոսաշրջիկների գոհունակության գնահատման ձևաչափ և հարցաթերթ, որի օգնությամբ ներգնա զբոսաշրջիկների շրջանում իրականացված հարցումների արդյունքում հաշվարկվել է զբոսաշրջիկների գոհունակության գնահատման ինդեքսը, արդյունքները վերլուծվել են Կարևորություն-Գործունեություն վերլուծության մատրիցայի միջոցով և ներկայացվել են հիմնավոր մոտեցումներ՝ բացահայտված հիմնախնդիրների լուծման նպատակով:

7. Զբոսաշրջության կրթական ծառայություններ մատուցող ուսումնական հաստատությունների և կենտրոնների կրթական ծրագրերի ուսումնասիրության և աշխատաշուկայում առկա աշխատատեղերին ներկայացվող պահանջների հետ դրանց համեմատության, ինչպես նաև, ուսանողների, շրջանավարտների, ոլորտի հասարակական և մասնավոր կազմակերպությունների շրջանում կատարված հարցումների հիման վրա մշակվել է միջոցառումների փաթեթ՝ ուղղված ուսումնական հաստատությունների կրթական ծրագրերի բարելավմանն ու ոլորտի համար գործնական հմտություններով և կիրառական կարողություններով օժտված մասնագետների պատրաստմանը, կրթական հաստատությունների ներքին և միջազգային համագործակցության ընդլայնմանն ու հաստատությունների նյութատեխնիկական բազայի ընդլայնմանը, ինչպես նաև մատուցվող կրթական ծառայությունների որակի ապահովմանը և վերահսկողությանը:

Հետազոտության գործնական նշանակությունը և կիրառումը: Հետազոտության գիտական արդյունքները կարող են օգտագործվել պետական կառավարման և տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից՝ ոլորտի զարգացման տնտեսագիտական հետազոտությունների և կանխատեսումների իրականացման, զբոսաշրջության զարգացման պետական քաղաքականության բարելավման, զբոսաշրջության առանձին տեսակների զարգացման ծրագրերի մշակման, համապատասխան օրենսդրական դաշտի բարելավման, ոլորտի պետական կառավարման բարելավման, մարքեթինգային գործունեության ծրագրերի մշակման և իրականացման, զբոսաշրջիկների գոհունակության ինդեքսի կիրառման, զբոսաշրջային բրենդի մշակման, հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների կողմից՝ մարքեթինգային գործունեության բարելավման, հյուրանոցային ծառայությունների որակի գնահատման, զբոսաշրջային գործակալությունների կողմից՝ զբոսաշրջային տարբեր տուր-փաթեթների կազմակերպման և նոր երթուղիների մշակման նպատակով, բարձրագույն և միջին մասնագիտական ուսումնական հաստատությունների կողմից՝ զբոսաշրջության մասնագիտության կրթական ծրագրերի արդիականացման, ուսումնական գործընթացի կատարելագործման, աշխատաշուկայի պահանջներին համապատասխան որակյալ կադրերի պատրաստման նպատակով և այլն:

Հետազոտության արդյունքների փորձարկումը և հրապարակումները: Հետազոտության հիմնական դրույթները զեկուցվել և քննարկվել են ՀՀ պետական կառավարման ակադեմիայի կառավարման ամբիոնի նիստում, 40-ից ավելի գիտաժողովներ

րում՝ ինչպես Հայաստանում, այնպես էլ արտերկրում: Ատենախոսության մի շարք գիտական արդյունքներ և առաջարկություններ ընդունվել և ներառվել են Երևանի քաղաքապետարանի կողմից մշակված «Երևան քաղաքի զբոսաշրջության զարգացման հայեցակարգ»-ում, ՀՀ պետական կառավարման ակադեմիայի կառավարման ամբիոնի աշխատանքային ծրագրերում՝ «Զբոսաշրջության կառավարում» մագիստրոսական կրթական ծրագրի կազմակերպման արդյունավետության բարձրացման նպատակով, Եվրոպական համալսարանի Զբոսաշրջության և սպասարկման ամբիոնի աշխատանքային ծրագրերում՝ Սերվիս (Զբոսաշրջություն) կրթական ծրագրի կազմակերպման արդյունավետության բարձրացման նպատակով, Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի Կառավարման ամբիոնի աշխատանքային պլաններում՝ «Զբոսաշրջություն» մասնագիտության կրթական ծրագրի կազմակերպման արդյունավետության բարձրացման նպատակով, «Սամըր ընդ Սան» (Summer and sun) տուրիստական ընկերության և «Ավարայր» զբոսաշրջային գործակալության կողմից՝ զբոսաշրջության հիմնական տեսակների ընդգրկմամբ նոր զբոսաշրջային երթուղիների կազմակերպման և իրականացման նպատակով, Ենոքավան Գլեմփինգ, Ծաղկաձորի Ռոսիա և Արզնի Պարկ Ռեզորթ հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների կողմից՝ ներքին և ներգնա զբոսաշրջիկների շրջանում հարցումների իրականացման և հյուրանոցային ծառայությունների որակի գնահատման նպատակով:

Ատենախոսության արդյունքներն արտացոլվել են հեղինակի 57 գիտական հրապարակումներում, այդ թվում՝ 9 հրապարակումներ ներառված են Scopus և Web of Science շտեմարաններում:

Ատենախոսության կառուցվածքը: Ատենախոսությունը շարադրվել է 381 էջի վրա (առանց հավելվածների), բաղկացած է ներածությունից, չորս գլուխներից, եզրակացություն և առաջարկություններ բաժնից, օգտագործված գրականության ցանկից, հապավումների ցանկից, հավելվածներից:

ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ներածությունում հիմնավորվել է հետազոտության թեմայի արդիականությունը, ներկայացվել է հետազոտության օբյեկտը և առարկան, նպատակը և խնդիրները, հետազոտության տեսական, մեթոդաբանական, տեղեկատվական հիմքերը, գիտական նորույթը, հետազոտության արդյունքների գործնական նշանակությունը և կիրառումը:

Ապենախոսության առաջին՝ «Զբոսաշրջության զարգացման տեսամեթոդական և գործնական հիմքերը» գլուխը բաղկացած է երեք ենթագլխից: Առաջին՝ «Զբոսաշրջության հասկացությունը և տնտեսագիտական բովանդակությունը» ենթագլխում վերլուծվել է զբոսաշրջության էությունը, ձևերն ու տեսակները, գործառույթները, զբոսաշրջային արդյունաբերության բաղադրիչները, զբոսաշրջության դերն ու նշանակությունը տնտեսության մեջ, ինչպես նաև քննարկվել են զբոսաշրջության վերլուծության որոշ մեթոդաբանական հարցեր: Ներկայացվել է նաև զբոսաշրջության հնարավոր դրական և բացասական ազդեցությունները և կայուն զբոսաշրջության զարգացման անհրաժեշտությունը:

Առաջին գլխի երկրորդ՝ «Զբոսաշրջության զարգացման միտումներն աշխարհում» ենթագլխում ներկայացվել է զբոսաշրջության զարգացման համաշխարհային միտումները՝ հաշվի առնելով նաև COVID-19-ի համավարակը: Ինչպես փաստում է վիճակագրությ-

յունը՝ 2019թ. միջազգային զբոսաշրջիկների թվաքանակն աշխարհում կազմել է 1.5 մլրդ մարդ¹⁵: COVID-19-ի համավարակի հետևանքով միջազգային զբոսաշրջիկների թվաքանակն աշխարհում կազմեց 381 միլիոն մարդ՝ նվազելով 74%-ով, իսկ 2021 թ.՝ շուրջ 415 միլիոն մարդ, ինչը դեռևս 2019 թ. ցուցանիշից ցածր է 72%-ով¹⁶: **2022 թ. հունվար-մայիս ամիսներին միջազգային զբոսաշրջիկների թվաքանակն աշխարհում կազմել է 250 միլիոն մարդ՝ նախորդ տարվա նույն ժամանակահատվածի 77 միլիոնի դիմաց**¹⁷: Միջազգային զբոսաշրջիկների ժամանումներն, ակնկալվում է, որ 2022 թվականին կհասնեն 2019 թվականի մակարդակի 55-70 տոկոսին¹⁸, և գուցե հնարավոր կլինի ամբողջությամբ ակնկալել ոլորտի վերականգնումը 2023 թ.-ին:

Առաջին գլխի երրորդ՝ «Զբոսաշրջության կառավարման և զարգացման միջազգային փորձը» ենթաբաժնում վերլուծվել է տարբեր երկրներում՝ Իսպանիայում, Ֆրանսիայում, Իտալիայում, ԱՄՆ-ում, Գերմանիայում, Ավստրիայում, Շվեյցարիայում, Իսրայելում, Չեխիայում, Ֆինլանդիայում, Հունաստանում, Պորտուգալիայում, Սլովակիայում, Եգիպտոսում, Վրաստանում, Իրանում և ԵԱՏՄ անդամ երկրներում զբոսաշրջության կառավարման և զարգացման փորձը:

Աշխարհային երկրորդ՝ «Զբոսաշրջությունը որպես ՀՀ տնտեսության ոլորտ» գլուխը բաղկացած է հինգ ենթաբաժնից: Առաջին՝ «Զբոսաշրջության արդի վիճակը և զարգացման միտումները ՀՀ-ում» ենթաբաժնում ներկայացվել է զբոսաշրջության առկա վիճակը ՀՀ-ում, զարգացման միտումները: Ըստ ՀՀ ՎԿ տվյալների՝ **2020 թ. համավարակի պայմաններում ՀՀ ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների թվաքանակը կազմել է 360338՝ նախորդ տարվա համեմատ նվազելով 81%-ով: 2020 թ. ՀՀ-ից մեկնել է 301326 զբոսաշրջիկ:** Շարունակվող համավարակի պայմաններում **2021 թ. ՀՀ է այցելել 870308 ներգնա զբոսաշրջիկ՝ նախորդ տարվա համեմատ աճելով 141%-ով, իսկ ՀՀ-ից մեկնել է 423380 զբոսաշրջիկ**¹⁹ (գծապատկեր 1): **2022 թ. առաջին կիսամյակում ՀՀ է այցելել 588731 մարդ՝ նախորդ տարվա նույն ժամանակահատվածի նկատմամբ աճելով 2.4 անգամ**²⁰:

Վերլուծվել է նաև վերջին տարիներին միջազգային զբոսաշրջային այցելություններն ըստ եռամսյակների, վճարային հաշվեկշռի զբոսաշրջային ծառայությունների կրեդիտի թվերն ըստ եռամսյակների, ինչից ելնելով կարելի է ասել, որ 2019թ. ՀՀ ներգնա զբոսաշրջիկների միջին ծախսը կազմել է 810 դոլար: 2020թ. զբոսաշրջային ծառայություն-

¹⁵ UNWTO World Tourism Barometer, January 2020,18(1), p. 1, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1> (վերջին մուտքը՝ 05.11.2020)

¹⁶ Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels, <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels> (վերջին մուտքը՝ 19.01.2022)

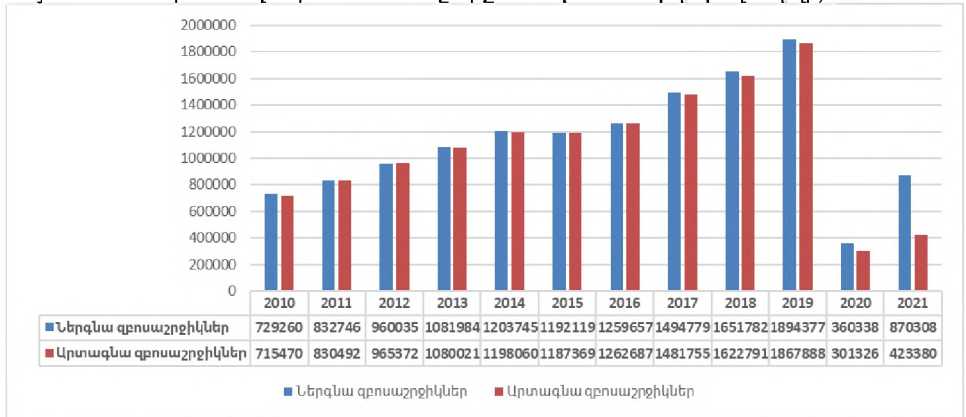
¹⁷ International tourism consolidates strong recovery amidst growing challenges, <https://www.unwto.org/news/international-tourism-consolidates-strong-recovery-amidst-growing-challenges> (վերջին մուտքը՝ 01.08.2022)

¹⁸ Tourism recovery gains momentum as restrictions ease and confidence returns, <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (վերջին մուտքը՝ 25.06.2022)

¹⁹ ՀՀ-սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2021թ. հունվար-դեկտեմբերին, էջ՝ 150, https://armstat.am/file/article/sv_12_21a_421.pdf (վերջին մուտքը՝ 07.02.2022)

²⁰ ՀՀ-սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2022թ. հունվար-հունիսին, էջ՝ 143, https://www.armstat.am/file/article/sv_06_22a_421.pdf (վերջին մուտքը՝ 07.08.2022)

ների արտահանման ծավալը կազմել է 292,4 մլն դոլար, ինչը նախորդ տարվա համեմատ պակաս է 1242.5 մլն դոլարով, իսկ 2021 թ.՝ 739 մլն ԱՄՆ դոլար (նախորդ տարվա նույն ժամանակահատվածի համեմատ շուրջ 447 մլն ԱՄՆ դոլարով ավելի)²¹:



Գծապատկեր 1. ՀՀ ներգնա և արտագնա զբոսաշրջիկների թվաքանակը, 2010-2021թթ.²²

2019թ. ՀՀ ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակը կազմել է 1544600 մարդ՝ նախորդ տարվա համեմատ աճելով 41.4%-ով: 2020թ., համավարակով պայմանավորված, նվազել է նաև ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակը՝ նախորդ տարվա համեմատ մոտ 33%-ով՝ կազմելով 1045756 մարդ²³: Նրանց շուրջ 73%-ի նպատակը եղել է հանգիստն ու ժամանցը: 2021 թ. ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակը կազմել է 1595826 մարդ՝ 2020 թ. նույն ժամանակահատվածի համեմատ աճելով 52.6%-ով, 2019 թ. համեմատ՝ 3.3%-ով²⁴: Ներկայացվել է նաև հյուրանոցային տնտեսության, հանրային սննդի կազմակերպման օբյեկտների, զբոսաշրջային գործակալությունների և օպերատորների գործունեության որոշ ցուցանիշներ, ինչպես նաև վերլուծվել է ՀՀ զբոսաշրջության զարգացման հեռանկարները ԵԱՏՄ անդամակցության պայմաններում:

Երկրորդ գլխի երկրորդ՝ «Զբոսաշրջության կարգավորման օրենսդրաիրավական դաշտը և կառավարման համակարգը ՀՀ-ում» ենթագլխում վերլուծվել է ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի կառավարման համակարգը, առկա օրենսդրաիրավական դաշտը և սպասվող փոփոխությունները, կատարվել են առաջարկություններ՝ Զբոսաշրջության կոմիտեի կառուցվածքային ստորաբաժանումների ավելացման ուղղությամբ:

Երկրորդ գլխի երրորդ՝ «ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի տնտեսական ազդեցության հիմնական ցուցանիշների գնահատումը» ենթագլխում ռեգրեսիոն հավասարումների

²¹ ՀՀ վճարային հաշվեկշիռ, Արտաքին հատվածի վիճակագրություն, <https://www.cba.am/am/SitePages/statexternalsector.aspx> (վերջին մուտքը՝ 11.05.2022)

²² Աղբյուրը՝ ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի Վիճակագրական տվյալների բազաներ, Միջազգային զբոսաշրջություն, <https://www.armstat.am/am/?nid=14> (վերջին մուտքը՝ 07.02.2022)

²³ ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2021թ. հունվարին, էջ 115, https://www.armstat.am/file/article/sv_01_21a_422.pdf (վերջին մուտքը՝ 05.03.2021)

²⁴ ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2022թ. հունվարին, էջ 114, https://www.armstat.am/file/article/sv_01_22a_422.pdf (վերջին մուտքը՝ 10.05.2022)

օգնությամբ իրականացվել է զբոսաշրջության զարգացման հնարավորությունների վերլուծություն՝ գնահատելով զբոսաշրջային որոշ ցուցանիշների ազդեցությունը երկրի տնտեսության, զբաղվածության վրա: ՀՀ-ում զբոսաշրջության զարգացումը ՀՆԱ-ի և զբաղվածության մեջ գնահատելու նպատակով իրականացվել է վերլուծություն ռեգրեսիոն մոդելների օգնությամբ՝ հասկանալու համար, թե, օրինակ՝ ներքին և ներգնա զբոսաշրջիկների կատարած ծախսերը, զբոսաշրջության ոլորտում կատարված կապիտալ ներդրումները և ոլորտի պետական ծախսերն ինչպես են ազդում ՀՆԱ-ում և զբաղվածության մեջ զբոսաշրջության համախառն ներդրման վրա: Իրականացվել է նաև ռեգրեսիոն վերլուծություն ՀՀ ընդհանուր զբոսաշրջիկների (ներառում է ներգնա և ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի գումարը) և ՀՀ հանրային սննդի ու կացության օբյեկտների ծառայությունների ծավալի միջև, ինչպես նաև ՀՀ ընդհանուր զբոսաշրջիկների և ՀՆԱ-ում զբոսաշրջության համախառն ներդրման միջև: Բացի այդ զբոսաշրջության ազդեցությունը ՀՀ մարզերի և Երևանի սոցիալ-տնտեսական զարգացման վրա գնահատելու համար իրականացվել է զբոսաշրջային ծառայությունների ծավալի և ՀՆԱ-ի, մեկ շնչի հաշվով ՀՆԱ-ի, ինչպես նաև զբաղվածության ցուցանիշների միջև կոռելյացիոն գնահատումներ (աղյուսակ 1):

Աղյուսակ 1. Կոռելյացիոն վերլուծություն զբոսաշրջային ծառայությունների և ՀՆԱ-ի ու զբաղվածության ցուցանիշների միջև

Ցուցանիշ Վայր	Պիրսոնի կորելյացիայի R գործանիշ		
	Զբոսաշրջային ծառայությունների ծավալ-ՀՆԱ	Զբոսաշրջային ծառայությունների ծավալ-ՀՆԱ մեկ շնչի հաշվով	Զբոսաշրջային ծառայությունների ծավալ-զբաղվածների թվաքանակ
Երևան	0,88	0,86	0,61
Արագածոտն	0,70	0,71	0,15
Արարատ	0,46	0,92	0,38
Արմավիր	0,71	0,70	0,67
Գեղարքունիք	0,50	0,53	0,50
Լոռի	0,30	0,33	-0,11
Կոտայք	0,65	0,66	-0,15
Շիրակ	0,66	0,70	0,18
Սյունիք	0,44	0,45	0,17
Վայոց Ձոր	0,37	0,42	-0,26
Տավուշ	0,41	0,43	0,09
ԳՂ	0,88	0,88	0,42

Աղբյուրը՝ վերլուծությունը կատարվել է հեռինակի կողմից SPSS ծրագրային փաթեթի օգնությամբ:

Զբոսաշրջային ծառայությունների ծավալն ընդգրկում է կացության, հանրային սննդի կազմակերպման և զբոսաշրջային գործակալությունների գործունեության ծավալների հանրագումարը: Քանի որ մարզերի կտրվածքով առանձին չի հաշվառվում ներքին և ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակը, ապա վերոնշյալ ծառայությունների ծավալի ցուցանիշները զբոսաշրջությունը բնութագրող միակ տվյալը կարելի է համարել մարզերի կտրվածքով: Աղյուսակ 1-ից երևում է, որ, զբոսաշրջային ծառայությունների և ՀՆԱ-ի միջև կոռելյացիայի գործակիցը բարձր է Երևանում, այնուհետև՝ Արմավիրում, Արագածոտնում, Կոտայքում, Շիրակում, Գեղարքունիքում: Զբոսաշրջային ծառայությունների և մեկ շնչի հաշվով ՀՆԱ-ի միջև կոռելյացիայի գործակիցը բարձր է Արարատում, Երևանում, Արագածոտնում, Արմավիրում, Շիրակում, Կոտայքում: Զբոսաշրջային ծառայությունների ծավալի և զբաղվածների թվաքանակի միջև կոռելյացիայի գործակիցը բարձր է Արմավիրում, Երևանում, Գեղարքունիքում: Ուշագրավ է, որ որոշ մարզերում՝ Լոռի, Կոտայք, Վայոց Ձոր, այն բացասական արդյունք ունի, այսինքն՝ զբոսաշրջային ծառայությունների ծավալի փոփոխության և զբաղվածների թվաքանակի

փոփոխության միջև կոռելյացիոն կապ չկա: Վերոնշյալ մարզերում զբոսաշրջությունը, սակայն, զարգացած և զարգացող ոլորտ է, և հնարավոր է, որ գրանցված զբաղվածների ցուցանիշն է ցածր, ինչով էլ պայմանավորված է ստացված արդյունքը: Մյուս կողմից էլ, առանձնացված հաշվառում չկա ըստ տնտեսության ոլորտների թվաքանակի վերաբերյալ, և պարզ չէ, թե կոնկրետ զբոսաշրջության ոլորտում որքան են զբաղվածները:

Երկրորդ գլխի չորրորդ՝ «ՀՀ ներքին և ներգնա զբոսաշրջության մոդելավորումը և կանխատեսումը էկոնոմետրիկական մեթոդների օգնությամբ» ենթագլխում ստատիկ ռեգրեսիոն մոդելի կիրառմամբ գնահատվել է ներքին զբոսաշրջության վրա ազդող գործոնները, այնուհետև կիրառվել են դինամիկ մոդելներ՝ կանխատեսումների իրականացման համար: Ստացված ռեգրեսիոն վերլուծության արդյունքներից երևում է (աղյուսակ 2), որ R²-ն կազմել է 0.6912, այսինքն ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի փոփոխությունը շուրջ 69 տոկոսով է բացատրվում մոդելի փոփոխականներով: Այլ կերպ ասած, իրական ՀՆԱ-ի, գնաճի և արտաքին տուրերի գների փոփոխություններն ունեն որոշիչ դեր երկրում ներքին զբոսաշրջության աճի վրա: Այսպես, ՀՆԱ-ի 1% աճը, ըստ մոդելի, կբերի ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի շուրջ 0,22% աճի, գների 1% բարձրացումը կբերի ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի նվազեցմանը շուրջ 0,12%-ով, իսկ արտաքին տուրերի գների 1% աճի դեպքում ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակը կմեծանա շուրջ 0,14%-ով: Ինչպես երևում է աղյուսակից, նշանակալի է եղել նաև որպես կեղծ փոփոխական դիտարկված համաշխարհային ֆինանսական ճգնաժամի և համավարակի ազդեցությունը ներքին զբոսաշրջության վրա: Դա տրամաբանական է, քանի որ հատկապես համավարակի պայմաններում կային տեղաշարժի սահմանափակումներ, իսկ Արցախյան պատերազմի ազդեցությունը ներքին զբոսաշրջության վրա նշանակալի չէ, ինչը կարելի է բացատրել դրա կարճ տևողությամբ:

Աղյուսակ 2. Ներքին զբոսաշրջության վրա ազդող գործոնների մոդելը կշռված փոքրագույն քառակուսիների եղանակով

Source	SS	df	MS	Number of obs		
Model	3.44557764	6	.57426294	66	F (6, 59)	= 22.01
Residual	1.53923138	59	.026088667		Prob > F	= 0.0000
					R-squared	= 0.6912
					Adj R-squared	= 0.6598
Total	4.98480902	65	.07668937		Root MSE	= .16152

tourist	Coef.	Std. Err.	t	P > t	[95% Conf. Interval]	
gdp_gr	.2175678	.0333323	6.53	0.000	.1508701	.2842656
infl	-.1234192	.0391888	-3.15	0.003	-.2018358	-.0450026
int_price	.1358336	.027356	4.97	0.000	.0810944	.1905728
dummy1	1.028569	.2211544	4.65	0.000	.5860397	1.471097
dummy2	-4.136311	.5883373	-7.03	0.000	-5.313571	-2.959051
dummy3	-.114229	.4669542	-0.24	0.808	-1.048602	.8201442
_cons	.0870719	.0223673	3.89	0.000	.0423151	.1318287

Աղբյուրը՝ աղյուսակը ստացվել է հեղինակի կողմից STATA 14.2 ծրագրային փաթեթի օգնությամբ իրականացված վերլուծությունների արդյունքում:

Հայաստանում ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի աճի կանխատեսման համար աշխատանքում դիտարկվել են երեք այլընտրանքային մոտեցումներ: Նախ կանխատես-

վել է ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի աճը որպես միաչափ ժամանակային շարք՝ օգտագործելով ավանդական AR մոդելը, որից հետո կանխատեսվել է ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի աճը որպես փոքր մասշտաբի բազմաչափ VAR և BVAR մոդելներ՝ մոդելներում ներառելով նաև մակրոտնտեսական այլ կարևոր փոփոխականներ՝ իրական ՀՆԱ-ի աճը, գնաճը և վարկերի կարճաժամկետ անվանական տոկոսադրույքները: Այնուհետև, կանխատեսվել է ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի աճը՝ օգտագործելով մեծ մասշտաբի գործոններով ընդլայնված մոդելներ՝ այդ մոդելում հիմնական մակրոտնտեսական փոփոխականներից բացի ներառելով նաև ստացված գործոնների դինամիկաները: Այսպիսով, տվյալների շտեմարանն ընդգրկել է չորս հիմնական մակրոտնտեսական փոփոխականներ, որոնք օգտագործվել են փոքր մասշտաբի հենանիշային մոդելներում և 24 լոգոցիչ մակրոտնտեսական փոփոխականներ, որոնք օգտագործվել են անտեսանելի գործոնների դինամիկան ստանալու համար: Ելնելով ռեկուրսիվ և սահող կանխատեսման մոդելավորման արդյունքներից՝ հիմնավորվել է, որ փոքր մասշտաբի մոդելներով ստացված ընտրանքից դուրս կանխատեսումները գերազանցում են բազմաթիվ գործոններ ներառող լայնածավալ մոդելների կողմից ստացված կանխատեսման արդյունքները կանխատեսման բոլոր հորիզոններում: Ստուգելով տարբեր մոդելների արդյունքում ստացված կանխատեսումների տարբերությունների վիճակագրորեն նշանակալի լինելը Դիեբոլդ-Մարիանո թեստով՝ պարզ է դարձել, որ բավարար հիմքեր չկան մեծ մասշտաբի մոդելները փոքր մասշտաբի մոդելներից գերադասելու համար, այսինքն՝ ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի աճի համար ստացված կանխատեսման արդյունքները փոքր մասշտաբի մոդելների օգտագործմամբ վիճակագրորեն չեն տարբերվի մեծ մասշտաբի մոդելների օգտագործմամբ ստացված արդյունքներից²⁵:

«< ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակի կանխատեսումներ անելու համար կիրառվել է ARIMA մոդելավորման և կանխատեսման մոտեցումը: Ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակի համար ժամանակային շարքը ներառել է 2006-2021 թթ. եռամսյակային տվյալները: Ժամանակային շարքերը ստացիոնար դարձնելու համար իրականացվել են որոշ նախնական վերափոխումներ, մասնավորապես՝ լոգարիթմված մակարդակները ենթարկվել են սեզոնային հարթեցման, և, այնուհետև, կիրառվել է առաջին տարբերությունների հանման մեթոդը: Արդյունքում ստացվել են ստացիոնար շարքեր, ինչը ստուգվել է Dickey-Fuller թեստի օգնությամբ: Դրանից հետո օգտագործելով ստացիոնար շարքերը՝ պարզվել է ARMA գործընթացի կարգը: Դրա համար օգտագործվել են Acaike և Bayesian տեղեկատվական չափանիշները (AIC և BIC) (աղյուսակ 3):

Աղյուսակում ներկայացված են AR և MA գործընթացների բոլոր հնարավոր համադրությունները: Հաշվի են առնվել 8 հնարավոր դեպքեր, երբ համապատասխան գործընթացն ունի հետևյալ կարգը՝ 0, 1 և 2: Նշված կարգերը ARMA մոդելի համապատասխան լագերն են: Ինչպես երևում է աղյուսակից՝ AIC-ի և BIC-ի փոքրագույն արժեքները ստացվել են AR = 2 և MA = 2, նաև AR = 2 և MA = 1 դեպքերում: Երկու դեպքերն էլ կիրառվել են ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակի կանխատեսման համար: Անհայտ պարամետրերի գնահատման համար օգտագործվել է առավելագույն ճշմարտանմանութ-

²⁵ Թովմասյան Գ.Ռ., Զբոսաշրջությունը Հայաստանում. ներկա վիճակը և զարգացման հնարավորությունները (մենագրություն). – Եր.: Հեղ. իրատ., 2022, էջ՝ 56-107, ISBN 978-9939-0-3925-1:

յան գնահատման մոտեցումը, մասնավորապես՝ ոչ գծային օպտիմալացման այգորիթմը: Գնահատումից հետո ստուգվել է, թե արդյոք մոդելի սխալները սպիտակ աղմուկի գործընթաց են: Այս քայլերից հետո վերցվել են վերոնշյալ երկու մոդելների կողմից ստացված կանխատեսումների միջին արժեքները²⁶: Արդյունքում, 2022-2024 թթ. համար ստացվել են ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակի աճի կանխատեսումները, ըստ որի՝ 2022 թ. տարեկան աճը կկազմի 11,21%, 2023 թ.՝ 12,32%, 2024 թ.՝ 13,41%:

Աղյուսակ 3. Acaike և Bayesian տեղեկատվական չափանիշների արդյունքները

Չափանիշ	AR = 2, MA = 2	AR = 2, MA = 1	AR = 1, MA = 2	AR = 2, MA = 0	AR = 0, MA = 2	AR = 1, MA = 1	AR = 1, MA = 0	AR = 0, MA = 1
AIC	<u>569.8</u>	570.3	572.6	599.1	618.1	609.8	605.9	616.2
BIC	582.5	<u>580.9</u>	583.2	605.5	626.6	618.3	610.1	622.7

Աղբյուրը՝ աղյուսակը ստացվել է հեղինակի կողմից իրականացված վերլուծությունների արդյունքում:

Երկրորդ գլխի հինգերորդ՝ «Զբոսաշրջության մրցունակության բարձրացման հիմնախնդիրները ՀՀ-ում» ենթագլխում վերլուծվել է Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի կողմից իրապարակաձ 2021թ. զբոսաշրջության զարգացման գեկույցը, ըստ որի՝ Հայաստանը 117 երկրների շարքում եղել է 61-րդը՝ 4.0 գործակցով²⁷, կատարվել են առաջարկություններ ՀՀ զբոսաշրջության մրցունակության բարձրացման ուղղությամբ:

Արենախոսության երրորդ՝ «Զբոսաշրջության հիմնական տեսակների զարգացման նախադրյալներն ու հեռանկարները ՀՀ-ում» գլուխը բաղկացած է 6 ենթագլխից, որոնցում առանձնացվել են զբոսաշրջության տարբեր տեսակներ (կրոնական և պատմամշակութային, առողջարանային-վերականգնողական, գաստրոնոմիական և գինու, ագրո- և էկո-, սպորտային և արկածային, գիտական, կրթական, փառատոնային, գործարար, բժշկական, քաղաքային), վերլուծվել են դրանց ռեսուրսային ներուժը, զարգացվածության առկա վիճակը, կատարված քայլերը, զարգացման հիմնախնդիրները, մշակվել են միջոցառումներ՝ դրանց լուծման ուղղությամբ, որոնք կարող են կիրառվել զբոսաշրջության այդ տեսակների զարգացման ռազմավարական ծրագրերի, հայեցակարգերի մշակման ժամանակ: Բացի այդ, վերլուծվել են ՀՀ մարզերի զբոսաշրջային հիմնական վայրերը և առկա ռեսուրսների հիման վրա զբոսաշրջության տեսակները, առաջարկվել են ՀՀ մարզերի համար զբոսաշրջային երթուղիներ, վերլուծվել են մարզերում զբոսաշրջության զարգացման հիմնախնդիրները:

Արենախոսության չորրորդ՝ «Զբոսաշրջության զարգացման հիմնական ուղիները ՀՀ-ում» գլուխը բաղկացած է վեց ենթագլխից: Առաջին՝ «Զբոսաշրջության զարգացման SWOT վերլուծությունը ՀՀ-ում» ենթագլխում իրականացվել է SWOT վերլուծություն, որի արդյունքում կշռված բալային գնահատականների հիման վրա ձևավորվել է ռազմավարության ընտրության տարածական մատրիցան (strategy space matrix) և ներ-

²⁶ Tovmasyan G., Forecasting the Number of Incoming Tourists using ARIMA Model: Case Study from Armenia. Marketing and Management of Innovations, 2021, 3, 139-148. <http://doi.org/10.21272/mmi.2021.3-12> (indexed in Web of Science) (վերջին մուտքը՝ 17.01.2022 թ.):

²⁷ Travel & Tourism Development Index 2021. Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future, World Economic Forum, Geneva, pp. 4-35, https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf

քին ու արտաքին գործոնների մատրիցան (The Internal-External Matrix), որոնք թույլ են տվել որոշել ոլորտի զարգացման ռազմավարությունը: Ռազմավարության տարածական մատրիցայում ստացված ցուցանիշները ագրեսիվ ռազմավարության վանդակում են եղել, իսկ ներքին-արտաքին գործոնների մատրիցայով որոշվել են լավագույն ռազմավարական քայլերը՝ այն է՝ աճի և կառուցման, ինչը նշանակում է ինտենսիվ և ագրեսիվ մարտավարական քայլեր: Դա ներառում է կենտրոնացում շուկաներ ներխուժման, շուկաների և արտադրանքի զարգացման վրա: Սա ենթադրում է ընդլայնում ագրեսիվ կերպով՝ օգտագործելով ուժեղ կողմերը²⁸: Հեղինակի կողմից կազմվել է նաև SWOT մատրիցան, որը ցույց է տալիս որոշ ռազմավարական քայլեր՝ հաշվի առնելով առկա ուժեղ և թույլ կողմերը, հնարավորություններն ու սպառնալիքները:

Չորրորդ գլխի երկրորդ՝ «Զբոսաշրջության զարգացման մարքեթինգային հիմնահարցերը ՀՀ-ում» ենթագլխում դիտարկվել են վերջին տարիներին զբոսաշրջության զարգացման նպատակով իրականացված մարքեթինգային քայլերը, կատարվել են համապատասխան առաջարկություններ՝ այդ թվում թվային մարքեթինգի զարգացման ուղղությամբ: Հայաստանին պետք է զբոսաշրջային բրենդ, որը կներկայացնի երկրի դեմքը, պատմությունն ու մշակույթը, հիմնական գրավիչ կողմերը: Հաշվի առնելով վերը նշվածը՝ աշխատանքում հեղինակի կողմից վերլուծվել են այն հիմնական ասոցիացիաները, որոնք մարդիկ հիշում են, երբ լսում են Հայաստանի մասին: Արդյունքում, հեղինակի կողմից մշակվել են Հայաստանի զբոսաշրջային բրենդի տարբերակներ²⁹: Աշխատանքում ներկայացվել և վերլուծվել է նաև 2022թ. մայիսի 20-ին ՀՀ Զբոսաշրջության կոմիտեի կողմից ներկայացված Հայաստանի զբոսաշրջային նոր բրենդը՝ «Armenia, The Hidden Track» («Հայաստան. թաքնված ուղի») կարգախոսով:

Վերլուծվել են նաև զբոսաշրջության ոլորտում պետական ծախսերի (ինչը ներառում է նաև մարքեթինգին ուղղված ծախսերը) և ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակի ու ներգնա զբոսաշրջությունից ստացված եկամուտների միջև կոռելյացիոն կապերը 41 երկրների միջև: Արդյունքում ՀՀ-ի համար ստացվել է, որ դետերմինացիայի գործակցով միջազգային ժամանումների թվաքանակի փոփոխությունը 2%-ով կախված է պետական ծախսերի մեծությունից, իսկ միջազգային զբոսաշրջությունից ստացված եկամուտների փոփոխության կախվածությունը պետական ծախսերից 6% է:

Չորրորդ գլխի երրորդ՝ «Հյուրանոցային ծառայությունների որակի գնահատման հիմնախնդիրները ՀՀ-ում» ենթագլխում հեղինակի կողմից մշակվել է հարցաթերթիկ՝ բաղկացած 32 հարցից, որից 24 հարց վերաբերում է որակի պարամետրերին, որոնք մասնակիցները պետք է գնահատեն ըստ իրենց բավարարվածության աստիճանի, սպասումների և իրենց համար կարևորության աստիճանի (1-5 բալային համակարգով՝ ցածրից բարձր) (աղյուսակ 4): Այդ 24 հարցի հիման վրա ձևավորվել է որակի պարամետրերի գնահատման երեք մեծ խումբ՝ նյութական ռեսուրսներ և արտաքին տեսք, մատչելիություն և հարմարավետություն, աշխատակազմի կոմպետենցիա և օգնելու

²⁸ Tovmasyan G., Defining tourism development strategy in Armenia based on internal and external factor evaluation analysis (SWOT) of the sector, ՀՀ ՊԿԱ Հանրային կառավարում գիտական հանդես, 2019, N 1, pp. 116-125

²⁹ Tovmasyan G., Raising the Effectiveness of Tourism Marketing and Branding: Evidence from Armenia, Marketing and Management of Innovations, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymyskiy-Korsakov Street 2, 2020, Issue 1, pp. 167-181 (Web of Science)

պատրաստականություն (օգտակարություն): Հյուրանոցների որակի գնահատման մշակված գործիքը անվանվել է ARMQUAL (հայկական հյուրանոցների ծառայությունների որակի գնահատման գործիք)³⁰:

Աղյուսակ 4. ARMQUAL-ի հարցաթերթի՝ որակին վերաբերող հարցերը և դրանց գնահատականները

Հարց	Ձեր գոհմանության աստիճանը		Ձեր սպասելիքների աստիճանը		Տվյալ բաղադրիչի կարևորության աստիճանը Ձեր համար		(Գ - Ս)		Կշռված ինդեքս (ARMQUAL) (Գ - Ս) ² 4	
	X հյուր.	Y հյուր.	X հյուր.	Y հյուր.	X հյուր.	Y հյուր.	X հյուր.	Y հյուր.	X հյուր.	Y հյուր.
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտի ընդհանուր պայմանները	4.45	4.18	4.39	3.73	4.47	4.09	0.06	0.45	0.27	1.86
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտում մաքրության աստիճանը	4.29	4.09	4.37	4.27	4.61	4.55	-0.08	-0.18	-0.38	-0.83
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտում սպասարկման մակարդակը	4.51	4.64	4.35	4.09	4.55	4.18	0.16	0.55	0.74	2.26
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտի գների մակարդակը	4.08	4.36	4.12	4.00	4.33	4.27	-0.04	0.36	-0.18	1.55
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտի գին-ծառայության որակ հարաբերակցությունը	4.27	4.18	4.24	3.82	4.45	4.09	0.02	0.36	0.09	1.49
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտում սննդի որակը	4.29	3.64	4.27	4.00	4.47	4.00	0.02	-0.36	0.09	-1.45
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտում սննդի զեները	4.08	4.09	4.10	3.64	4.29	4.09	-0.02	0.45	-0.09	1.86
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտում ժամանցի պայմանների անկախությունը	3.98	3.09	4.08	3.73	4.22	3.73	-0.10	-0.64	-0.43	-2.37
WiFi-ի անկախությունը և կապի որակը հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտում	4.57	4.55	4.51	4.09	4.73	4.45	0.06	0.45	0.29	2.02
Հյուրանոցի սեյակում առաջին օգտագործման անհրաժեշտ իրերի անկախությունը	4.24	3.82	4.24	3.64	4.33	3.82	0.00	0.18	0.00	0.69
Հյուրանոցի սեյակում սարքավորումների սարքին լինելը	4.08	4.27	4.27	3.73	4.43	3.73	-0.18	0.55	-0.81	2.03
Ժամանակակից սարքավորումների անկախությունը հյուրանոցում	4.04	3.91	4.12	3.73	4.31	3.82	-0.08	0.18	-0.35	0.69
Լոգանքի հարմարավետության պայմանները հյուրանոցում	3.67	3.64	4.18	3.82	4.37	4.00	-0.51	-0.18	-2.23	-0.73
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտի անձնակազմի կոմպետենտության մակարդակը	4.55	4.64	4.31	4.18	4.43	4.09	0.24	0.45	1.08	1.86
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտի անձնակազմի՝ հաճախորդին օգնելու պատրաստակամության աստիճանը	4.63	4.64	4.27	4.09	4.47	4.36	0.37	0.55	1.64	2.38
Աշխատողների արագ արձագանքը Ձեր հարցերին	4.57	4.64	4.29	4.36	4.45	4.45	0.29	0.27	1.27	1.21
Հյուրանոցի աշխատակիցների բարեկիրթ և հոգատար վերաբերմունքը	4.69	4.64	4.33	4.27	4.51	4.55	0.37	0.36	1.66	1.65
Հյուրանոցի աշխատողների հանդեպ վստահության աստիճանը	4.67	4.45	4.37	4.36	4.45	4.00	0.31	0.09	1.36	0.36
Հյուրանոցի ինտերիերի գրավիչ լինելը	4.45	4.36	4.18	4.18	4.29	3.91	0.27	0.18	1.14	0.71
Հյուրանոցի արտաքին տեսքի գրավիչ լինելը	4.37	4.45	4.12	4.00	4.18	3.73	0.24	0.45	1.02	1.69
Հյուրանոցային համաքի օկյան ամբողջական հարավորությունը	4.31	4.55	4.31	3.91	4.41	4.18	0.00	0.64	0.00	2.66
Անձնական ապահովության և անվտանգության մակարդակը հյուրանոցում անդնադրած ժամանակ	4.67	4.55	4.33	3.91	4.53	4.18	0.35	0.64	1.57	2.66
Հյուրանոցի գտնվելու վայրը (տեղադիրքը)	4.67	4.45	4.41	4.00	4.47	4.09	0.27	0.45	1.21	1.86
Ձեր անցյալը ծածկող հյուրանոցում	4.43	4.27	4.37	4.09	4.39	4.09	0.06	0.18	0.27	0.74
Ընդամենը	4.36	4.25	4.27	3.98	4.43	4.10	0.09	0.27	0.38	1.10

Աղբյուրը՝ աղյուսակը կազմվել է հեղինակի կողմից կապարկած հարցման արդյունքների հիման վրա:

³⁰ Tovmasyan G., Evaluating the quality of hotel services based on tourists' perceptions and expectations: The case study of Armenia. Journal of International Studies, 2020. 13(1), pp. 93-107. doi:10.14254/2071-8330.2020/13-1/6 (Scopus) (վերջին մուտքը՝ 05.11.2020)

ARMQUAL-ը հեղինակի կողմից գործարկվել է ՀՀ հյուրանոցներում, կատարվել են հարցումներ և որակի ինդեքսի հիմնական արդյունքները վերլուծվել են Կարևորություն-Գործունեություն (Importance-Performance Analysis (IPA)) վերլուծության մատրիցայի միջոցով, ինչը թույլ է տալիս որոշել մատուցված ծառայության որակի և հաճախորդի համար դրա կարևորության աստիճանի միջև առկա բացը, ինչի հիման վրա հնարավոր է պարզել, թե որ գործոններն ունեն մրցակցային դիրք և հանգեցնում են հաճախորդի գոհունակությանը և համապատասխան քայլեր ձեռնարկել՝ գործունեության մակարդակը բարձրացնելու համար:

Չորրորդ գլխի չորրորդ՝ «Զբոսաշրջիկների գոհունակության գնահատումը ՀՀ-ում» ենթագլխում հեղինակի կողմից ՀՀ-ի համար մշակվել է զբոսաշրջիկների գոհունակության գնահատման ձևաչափ: Ըստ առաջարկված ձևաչափի՝ զբոսաշրջիկի գոհունակության վրա ազդում են՝ զբոսաշրջային վայրի տեսապատկերը, հյուրանոցները, հանրային սննդի օբյեկտները, գվարճանքի վայրերը, մանրաձախ առևտրի կետերը, տրանսպորտը, զբոսաշրջային վայրի մարքեթինգը, ինչպես նաև բնությունը, պատմամշակութային ռեսուրսները, անվտանգությունը և զբոսաշրջիկի գործողությունները հանգստի վայրում: Վերջին չորս գործոնները, ինչպես նաև զբոսաշրջիկի գոհունակությունն ու բողոքներն ազդում են նաև զբոսաշրջիկի հավատարմության վրա: Հեղինակի կողմից մշակվել է նաև զբոսաշրջիկների գոհունակության գնահատման հարցաշար՝ ընդգրկելով ձևաչափում նշված գործոնները գնահատող հիմնական հարցեր (ընդհանուր առմամբ 60 հարց): Մշակվել է նաև գնահատման մեթոդաբանություն հետևյալ սկզբունքով՝ զբոսաշրջիկը նշված 60 հարցից 39-ը, որոնք վերաբերում են որոշ ծառայությունների որակին, գնահատում է ըստ իր բավարարվածության, սպասելիքների և իր համար դրանց նշանակալիության աստիճանի (1-5 բալային սանդղակով՝ բավարարվածության, սպասելիքների և նշանակալիության ամենացածր աստիճանից մինչև ամենաբարձրը) (աղյուսակ 5): Ըստ աշխատանքում մշակված հարցաթերթիկի ամբողջ 2018թ. ընթացքում հեղինակի կողմից իրականացվել է սոցիոլոգիական հարցում 385 ներգնա զբոսաշրջիկի շրջանում, ՀՀ տարբեր զբոսաշրջային վայրերում, որոնց հիման վրա բացահայտված հիմնախնդիրների լուծման ուղղությամբ կատարվել են առաջարկներ³¹: Ծառայությունների որակի հիմնական արդյունքները վերլուծվել են Կարևորություն-Գործունեություն վերլուծության մատրիցայի միջոցով (գծապատկեր 2):

Հեղինակի կողմից հաշվարկվել է նաև *հաճախորդների գոհունակության գնահատականը (Customer Satisfaction Score (CSAT))*՝ զբոսաշրջիկներին խնդրելով գնահատել իրենց գոհունակության ընդհանուր աստիճանը Հայաստանում անցկացրած ժամանակից՝ 1-ից (շատ դժգոհ) մինչև 10 (շատ գոհ) բալային համակարգով: Ըստ հաշվարկների՝ **զբոսաշրջիկների 91%-ը գոհ են եղել իրենց ճանապարհորդությունից**: Հաշվարկվել է նաև *Ջուր խթանման գնահատականը (Net Promoter Score (NPS))*, ինչը հաճախորդների փորձառության գնահատման մեկ այլ գործիք է, հաճախ ընկալվում է որպես հավատարմության ցուցիչ: Հարցը հետևյալն է՝ «Որքանո՞վ է հավանական, որ դուք խորհուրդ կտաք ձեր ընկերներին՝ այցելելու Հայաստան»: Պատասխանների միջակայքն է՝ 1-10 (1-6-ը քննադատներն են, 7-8-ը՝ պասիվները, 9-10-ը՝ խթանողները): Ըստ հաշվարկների՝

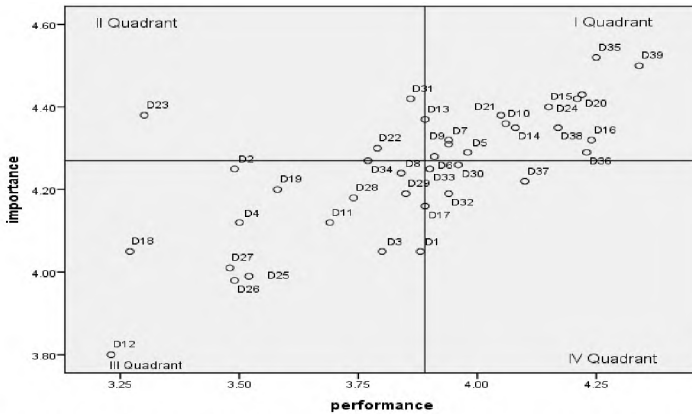
³¹ Tovmasyan G., Assessment of Tourist Satisfaction Index: Evidence from Armenia. Marketing and Management of Innovations, 2019, 3, pp. 22-32. <http://doi.org/10.21272/mmi.2019.3-02> (Web of Science) (վերջին մուտքը՝ 05.11.2020)

գրոսաշրջիկների 80%-ը խորհուրդ կրա իր ընկերներին՝ այցելելու Հայաստան³²:

Աղյուսակ 5. Զբոսաշրջիկների գոհունակության գնահատման հարցաթերթի՝ տարբեր ծառայությունների որակին վերաբերող հարցերը և դրանց գնահատականները

Քաղց	Զեր գոհունակության աստիճանը	Զեր սպասելիքների աստիճանը	Տվյալ բարդորիչի կարևորության աստիճանը Ձեր համար	(Գ - Ա)	Կշռված ինդեքս (Գ - Ա) ³⁴
Շրանակալայանի պայմանները, սպասարկումը	3.878	3.743	4.048	0.135	0.547
Ավիատոմսերի գները	3.486	3.842	4.247	-0.158	-0.682
Ցայքի ծառայությունների գները ԶԳ-ում	3.800	3.803	4.048	0.197	0.799
Տայքի ծառայությունների սպասարկման մակարդակը	3.504	3.810	4.125	-0.108	-0.439
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտի ընդհանուր պայմանները	3.977	3.886	4.294	0.109	0.468
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտում սպասարկման մակարդակը	3.914	3.891	4.283	0.023	0.100
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտի գին-որակ հարաբերակցությունը	3.938	3.898	4.322	0.049	0.213
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտի գների մակարդակը	3.838	3.808	4.242	0.030	0.129
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտի անձնակազմի կոմպետենտության մակարդակը	3.943	3.906	4.306	0.036	0.157
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտի անձնակազմի օգնելու պատրաստակամության աստիճանը	4.062	4.018	4.364	0.047	0.204
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտում սննդի պայմանները	3.881	3.852	4.122	-0.181	-0.664
Հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտում ժամանցի պայմանների առկայությունը	3.229	3.532	3.799	-0.304	-1.154
WiFi-ի առկայությունը և կապի որակը հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտում	3.886	3.866	4.389	0.018	0.079
Ռեստորաններում, սրճարաններում սպասարկման մակարդակը	4.075	4.008	4.353	0.068	0.294
Ռեստորաններում, սրճարաններում սննդի որակը	4.151	4.086	4.403	0.065	0.285
Ռեստորաններում, սրճարաններում գների մակարդակը	4.239	4.006	4.322	0.231	0.989
WiFi-ի առկայությունը և կապի որակը ռեստորաններում	3.891	3.868	4.181	0.023	0.098
Երթուղային տրանսպորտի ընդհանուր վիճակը	3.286	3.556	4.052	-0.290	-1.176
Ուղեղուցային ճանապարհային նշանների առկայությունը	3.584	3.727	4.200	-0.143	-0.800
Գնադասեի ընտրությունը	4.216	4.205	4.435	0.011	0.049
Զբոսաշրջային վայրերի ընդհանուր վիճակը, մաքրությունը	4.047	3.997	4.384	0.049	0.218
Զբոսաշրջային վայրերում զբոսաշրջային տեղեկատվության առկայությունը	3.792	3.898	4.304	-0.104	-0.447
Զբոսաշրջային վայրերում հասարակական օդաօդանների առկայությունը և պայմանները	3.301	3.738	4.377	-0.434	-1.898
Քայերի հյուրընկալության աստիճանը և ուշադրությունը զբոսաշրջիկների նկատմամբ	4.208	4.213	4.417	-0.005	-0.023
Զբոսաշրջային կազմակերպությունների կողմից կազմակերպվող զբոսաշրջային ծրագրերի առկայությունը	3.522	3.740	3.990	-0.218	-0.870
Զբոսաշրջային կազմակերպությունների կողմից կազմակերպվող զբոսաշրջային ծրագրերի մատչելիությունը	3.494	3.703	3.977	-0.210	-0.834
Զբոսաշրջային կազմակերպությունների կողմից կազմակերպվող զբոսաշրջային ծրագրերի արդյունավետությունը	3.475	3.880	4.008	-0.204	-0.819
Զբոսաշրջիկներին անհրաժեշտ տեղեկատվության հասանելիության ապահովումը երկրում	3.743	3.885	4.185	-0.143	-0.597
Բջջային հեռախոսակապի որակը ԶԳ-ում	3.855	3.901	4.192	-0.047	-0.196
Ինտերնետի արագության աստիճանը ԶԳ-ում	3.956	3.891	4.258	0.065	0.276
Շրքակա միջավայրի մաքրության աստիճանը ԶԳ-ում	3.860	3.958	4.417	-0.099	-0.438
Վարանքների գների մակարդակը խանութներում	3.935	3.898	4.192	0.039	0.164
Նկարների որակը խանութներում	3.896	3.888	4.247	0.008	0.034
Քանկալին, ֆինանսական ծառայությունների հասանելիությունը զբոսաշրջիկների համար	3.771	3.808	4.288	-0.036	-0.155
Անձնական ազատության և անվտանգության մակարդակը Զայաստանում անցկացրած ժամանակ	4.247	4.167	4.526	0.090	0.408
Վակական ազգային խոհանոցի առանձնահատկությունները	4.229	4.145	4.288	0.083	0.358
Վակական ազգային խոհանոցի գները	4.104	4.018	4.263	0.086	0.362
Չվախճալի, ուրախ ժամանակ անցկացնելու հնարավորությունները ԶԳ-ում	4.166	3.998	4.353	0.171	0.748
Զեր անցկացրած ժամանակը Զայաստանում	4.335	4.174	4.496	0.181	0.724
ՇՆՈՒՍՆԵՆ	3.859	3.881	4.246	-0.022	-0.084

Աղբյուրը՝ աղյուսակը կազմվել է հեղինակի կողմից կատարված հարցման արդյունքների հիման վրա:



Գծապատկեր 2. Զբոսաշրջիկների գոհունակության գնահատման հարցաթերթի որակի 39 տարրերի IPA մատրիցան (մշակվել է հեղինակի կողմից SPSS ծրագրի օգնությամբ)

Զբոսաշրջության զարգացման կարևորագույն նախադրյալներից մեկը արդյունավետ և բարձրորակ կրթության կազմակերպումն է, որը պետք է համապատասխանի աշխատաշուկայի պահանջներին: Հաշվի առնելով վերոնշյալ՝ չորրորդ գլխի հինգերորդ՝ «Զբոսաշրջության կրթության բարելավման և աշխատաշուկայի հետ կապի ապահովման հիմնախնդիրները ՀՀ-ում» ենթագլխում իրականացվել է հետազոտություն, որի նպատակն էր պարզել ոլորտի մասնագետների մասնագիտական հմտությունների և աշխատաշուկայում նրանցից ակնկալվող հմտությունների, կարողությունների շրջանակը, դրանց միջև առկա անհամապատասխանությունները, խնդիրները: Հետազոտությունն իրականացվել է հետևյալ ուղղություններով՝ ուսումնասիրվել է աշխատաշուկան (15000 հայտարարություններից առանձնացվել է զբոսաշրջությանն առնչվող 390 հայտարարություն)՝ վերլուծելով ոլորտի կազմակերպություններում առկա թափուր աշխատատեղերին ներկայացվող պահանջները, ուսումնասիրվել են ՀՀ-ում զբոսաշրջության ոլորտի մասնագետներ պատրաստող բարձրագույն և միջին մասնագիտական ուսումնական հաստատությունների համապատասխան մասնագիտությունների առարկայական ծրագրերը, դրանց ներկայացվող վերջնարդյունքները, ուսումնասիրվել են ՀՀ-ում տարբեր մասնավոր ուսումնական կազմակերպությունների կողմից կազմակերպվող կարճաժամկետ դասընթացներն ու դրանց պայմանները, իրականացվել է հարցում զբոսաշրջության մասնագիտության ուսանողների, շրջանավարտների և ոլորտի աշխատողների շրջանում (արդյունքում բացահայտվել են նրանց բողոքները և առաջարկությունները կրթության կազմակերպման հետ կապված), իրականացվել է հարցում զբոսաշրջության ոլորտի հասարակական և առևտրային կազմակերպությունների շրջանում՝ զբոսաշրջության կազմակերպման գործընթացին նրանց ունեցած մասնակցության բացահայտման և նրանց առաջարկությունների վերլուծության նպատակով: Հետազոտության արդյունքում մշակվել է միջոցառումների փաթեթ՝ ուղղված զբոսաշրջության կրթության բարելավմանը, կրթություն-աշխատաշուկա կապի զարգացմանը (աղյուսակ 6):

Զբոսաշրջության կրթության բարելավման համար անհրաժեշտ քայլերը

Անհրաժեշտ քայլերը	Միջոցառումները
<p>Համագործակցության ընդլայնում՝ կրթության կազմակերպման բարելավման նպատակով և աշխատաշուկայի հետ կապերի զարգացում</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ընդլայնել ուսումնական հաստատությունների ներքին և միջազգային համագործակցությունը ոլորտի համապատասխան կազմակերպությունների, մասնագետների հետ ✓ միջազգային գործընկեր ուսումնական հաստատություններում կազմակերպել ուսանողների և դասախոսների համար փորձի փոխանակման ծրագրեր ✓ կրթական ծրագրերի կազմման և դասավանդման գործընթացում ընդգրկել ոլորտի գործատուներին, փորձագետներին, մասնագետներին ✓ ուսումնասիրել միջազգային գործընկերների փորձը՝ կրթական ծրագրեր արդիականացման նպատակով ✓ Հայաստանյան և միջազգային գործընկերների հետ համատեղ կազմակերպել տարբեր գիտակրթական միջոցառումներ ✓ իրականացնել աշխատաշուկայի պահանջների պարբերաբար վերլուծություններ՝ կրթական ծրագրերի արդիականացման և բարելավման նպատակով ✓ համագործակցության պայմանագրեր կնքել ոլորտի կազմակերպությունների հետ՝ ուսանողներին փորձառության ուղարկելու, ուսանողներին և շրջանավարտներին աշխատանքի տեղավորելու նպատակով ✓ ոլորտի կազմակերպություններում կազմակերպվող փորձառությունները դարձնել ավելի հասցեական ու արդյունավետ
<p>Գործնական ուսուցում ուղղված կիրառական հմտություններով և կարողություններով օժտված մասնագետների պատրաստմանը</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ կրթությունը կազմակերպել հիմնականում գործնական, ինտերակտիվ մեթոդներով ✓ ավելացնել մասնագիտական առարկաների ուսուցումը ✓ ապահովել գործնական հմտությունների և կիրառական կարողությունների ստացումը, օտար լեզուների և համակարգչային ծրագրերի իմացությունը ✓ տեսական կուրսը համատեղել գործնականի հետ՝ մեծացնելով ինքնուրույն և խմբային հետազոտական-վերլուծական աշխատանքների մասնաբաժինը ✓ յարաճանաչ պարապմունքներին զուգահեռ ավելացնել նաև մասնագիտական էքսկուրսիաները դեպի զբոսաշրջային մեծներում ունեցող վայրեր
<p>Նյութատեխնիկական բազայի ընդլայնում</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ մասնագիտական գրականության համալրում տարբեր լեզուներով յարաճանաչի ապահովում համապատասխան համակարգչային, տեղեկատվական տեխնոլոգիաներով
<p>Որակի ապահովում և վերահսկողություն</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ պարբերաբար իրականացնել վերահսկողություն դասավանդման գործընթացի կազմակերպման նկատմամբ ✓ իրականացնել դասախոսական անձնակազմի վերապատրաստումներ ✓ պարբերաբար իրականացնել հարցումներ ուսանողների շրջանում՝ ուսումնական գործընթացի, դասընթացների, դասախոսների և այլնի հետ կապված նրանց կարծիքն ու բողոքները պարզելու և համապատասխան քայլեր ձեռնարկելու նպատակով

Աղյուսակը՝ կազմվել է հեղինակի կողմից կայարարված վերլուծությունների հիման վրա:

Չորրորդ գլխի վեցերորդ՝ «Զբոսաշրջության կայուն զարգացման անհրաժեշտությունը և հիմնական քայլերը ՀՀ-ում» ենթագլխում իրականացվել է վերլուծություն՝ Հայաստանում կայուն զբոսաշրջությունը գնահատելու համար, ըստ հետևյալ գործոնների՝ զբոսաշրջային ակտիվներ, զբոսաշրջային գործունեություն, զբոսաշրջությանն առնչվող կապեր, զբոսաշրջությանն առնչվող բացեր, բնապահպանական և սոցիալական կայունություն, ընդհանուր ենթակառուցվածքներ, գրավչություն: Գնահատականները տատանվում են 1-100 սահմաններում, հիմնված են զեկույցների, վիճակագրական հաշվառման վերլուծության, ինչպես նաև հեղինակի կողմից իրականացված հետազոտությունների և ոլորտի տարբեր փորձագետների շրջանում անցկացված հարցումների վրա³³: Իրականացվել է նաև կայուն զբոսաշրջության զարգացման SWOT վերլուծություն, ինչի արդյունքում նշվել են զբոսաշրջության կայուն զարգացման համար անհրաժեշտ հիմնական քայլերը:

Արենախոսության «Եզրակացություն և առաջարկություններ» բաժնում ամփոփվել են հետազոտության հիմնական արդյունքները և առանձնացվել են մի շարք եզրահան-

³³ Tovmasyan G., Assessing some indicators of tourism sustainability: case study from Armenia. SocioEconomic Challenges, 2019, 3(1), pp.127-136, [https://doi.org/10.21272/sec.3\(1\).127-136.2019](https://doi.org/10.21272/sec.3(1).127-136.2019). (վերջին մուտքը՝ 05.11.2020)

գումներ և առաջարկություններ.

❖ Մասնագիտական գրականության վերլուծությունը ցույց է տվել, որ առկա են բազմաբնույթ սահմանումներ, որոնք տարբեր տեսանկյուններից են ներկայացնում զբոսաշրջության էությունը: Ի լրումն դրանց՝ աշխատանքում հեղինակի կողմից տրվել է հետևյալ բնորոշումը՝ «Զբոսաշրջությունը ծառայությունների ոլորտ է, ինչը տրամադրվում է զբոսաշրջային կազմակերպությունների կողմից՝ մարդկանց զբոսաշրջային պահանջ-մունքները բավարարելու համար, որոնք առաջանում են զբոսաշրջիկների՝ հանգստի և ճանաչողական, առողջարանային-վերականգնողական, գործնական և այլ նպատակներով մշտական բնակության վայրի ժամանակավոր փոփոխության արդյունքում»: Այս դեպքում հաշվի է առնվում զբոսաշրջությունը և՛ որպես գործունեության տեսակ, և՛ որպես ծառայության տեսակ՝ կապված զբոսաշրջիկների՝ ճամփորդության ընթացքում առաջացած պահանջմունքների բավարարման հետ:

❖ Զբոսաշրջության կառավարման և զարգացման միջազգային փորձի վերլուծությունից պարզ է դարձել, որ տարբեր երկրներում ոլորտի պետական կառավարման մարմինների կողմից իրականացվում են մի շարք քայլեր ըստ հետևյալ ուղղությունների՝ օրենսդրական, մարքեթինգային, միջազգային համագործակցության, ներդրումային, վիճակագրական, ենթակառուցվածքների զարգացման, ծառայությունների որակի բարձրացման, գիտակրթական, կադրային, թվայնացման, նորամուծությունների կիրառման, մրցունակության բարձրացման, կայուն զարգացման սկզբունքների կիրառման և այլն, որոնց կիրառումը ՀՀ-ում ևս կնպաստի ՀՀ զբոսաշրջության մրցունակության բարձրացմանը, միջազգային զբոսաշրջային շուկայում ՀՀ զբոսաշրջային արդյունքի ճանաչելիության բարձրացմանը, ոլորտի կայուն զարգացմանը:

❖ Վերջին տարիներին միջազգային զբոսաշրջության զարգացման միտումները թույլ էին տալիս ասել, որ ապագա տարիներին ևս այն պետք է գրանցեր աճի տեմպեր, ինչը խթանվեց կորոնավիրուսի համավարակի պատճառով, ինչի հետևանքով 2020 թ. միջազգային զբոսաշրջիկների թվաքանակը կրճատվեց 74%-ով: Աշխարհի մի շարք երկրներ համավարակի հենց սկզբից միջոցառումներ են նախաձեռնել COVID-19-ի հետևանքով առաջացած տնտեսական ճգնաժամը հաղթահարելու նպատակով հետևյալ ուղղություններով՝ հարկաբյուջետային և դրամավարկային քաղաքականություն, աշխատատեղերի պահպանման և վերապատրաստումների իրականացման քաղաքականություն, պետություն-մասնավոր համագործակցության, շուկայի հետազոտման, զբոսաշրջության վերսկսման, ներքին զբոսաշրջության խթանման միջոցառումներ: Համավարակի պայմաններում 2021 թ. զբոսաշրջության ոլորտը նախորդ տարվա համեմատ աշխուժացավ: COVID-19 պատվաստանյութի տարածման արդյունքում 2022 թ. կեսերին համավարակի տեմպերը նվազեցին, արդյունքում շատ երկրներ չեղարկել են ճանապարհորդության սահմանափակումները, ուստի, առաջիկայում կարելի է ակնկալել զբոսաշրջության ոլորտի վերականգնում:

❖ COVID-19-ի համավարակի հետևանքով փոխվեցին նաև զբոսաշրջային ճանապարհորդությունների միտումները: Ըստ կատարված վերլուծությունների՝ 2021 թ. ճանապարհորդության միտումներն էին՝ COVID-19 կանաչ անձնագրերի կարևորության մեծացում զբոսաշրջային կազմակերպությունների կողմից ամբողջ աշխարհում, չպատվաստված զբոսաշրջիկների համար սահմանափակումների աճ, առավել զգուշավոր զբոսաշրջիկներ, միջազգային զբոսաշրջային ճանապարհորդությունների կրճատում և

դրանց իրականացում առավելապես խիստ անհրաժեշտության դեպքերում, զբոսաշրջային ապահովության և անվտանգության կարևորության մեծացում և այցեր առավել անվտանգ երկրներ, որտեղ վարակվելու վտանգը քիչ է, այցեր ոչ զանգվածային զբոսաշրջային վայրեր, ներքին զբոսաշրջության աճ, բժշկական ծառայությունների նկատմամբ պահանջարկի աճ զբոսաշրջիկների կողմից, զբոսաշրջային այցեր դեպի առավել զարգացած առողջապահական համակարգ ունեցող երկրներ, գործարար զբոսաշրջություն, հետաքրքրության մեծացում էկո- և ագրո- զբոսաշրջության նկատմամբ, վիրտուալ տուրերի իրականացում և այլն: Համավարակի նահանջից հետո սրանք կփոխվեն և մինչ համավարակը եղած միտումները կդառնան առավել արդիական:

❖ ՀՀ-ում ևս զբոսաշրջությունը վերջին տարիներին գրանցում էր աճի տեմպեր, սակայն 2020 թ. համավարակի հետևանքով ոլորտն էականորեն տուժեց: Զբոսաշրջության տնտեսական ազդեցությունը գնահատելու համար վիճակագրական մեթոդներով իրականացվել է զբոսաշրջության զարգացման հնարավորությունների վերլուծություն՝ տարբեր ցուցանիշների օգնությամբ՝ գնահատելով զբոսաշրջային որոշ ցուցանիշների ազդեցությունը երկրի տնտեսության, զբաղվածության վրա: Ըստ այդմ, կարելի է ասել, որ զբոսաշրջության ոլորտի ընդհանուր ծախսերի (ոլորտի կապիտալ ներդրումների, ներքին և ներգնա զբոսաշրջիկների ծախսերի և պետական ծախսերի գումարը) 1% փոփոխությունը միջին արժեքի նկատմամբ կհանգեցնի ՀՆԱ-ում զբոսաշրջության համախառն ներդրման 0,99% փոփոխության, զբոսաշրջության ոլորտի ընդհանուր ծախսերի 1% փոփոխությունը միջին արժեքի նկատմամբ կհանգեցնի զբոսաշրջության ոլորտում զբաղվածության 0,4% փոփոխության, զբոսաշրջության ոլորտի ընդհանուր ծախսերի 1% փոփոխությունը միջին արժեքի նկատմամբ կհանգեցնի երկրի ՀՆԱ-ի 0,61% փոփոխության, միջազգային զբոսաշրջային ժամանումներից ստացված եկամուտների 1% փոփոխությունը միջին արժեքի նկատմամբ կհանգեցնի երկրի ՀՆԱ-ի 0,31% փոփոխության, միջազգային զբոսաշրջային ժամանումներից ստացված եկամուտների 1% փոփոխությունը միջին արժեքի նկատմամբ կհանգեցնի կացության և հանրային սննդի կազմակերպման ծառայությունների ծավալի 0,11% փոփոխության, ընդհանուր զբոսաշրջիկների թվաքանակի 1% փոփոխությունը միջին արժեքի նկատմամբ կհանգեցնի երկրի ՀՆԱ-ում զբոսաշրջության համախառն ներդրման 1,1% փոփոխության միջինի նկատմամբ:

❖ Զբոսաշրջության ազդեցությունը ՀՀ մարզերի և Երևանի սոցիալ-տնտեսական զարգացման վրա գնահատելու համար իրականացվել է զբոսաշրջային ծառայությունների ծավալի և ՀՆԱ-ի, մեկ շնչի հաշվով ՀՆԱ-ի, ինչպես նաև զբաղվածության ցուցանիշների միջև կոռելյացիոն գնահատումներ: Կատարված վերլուծությունը ցույց է տվել, որ զբոսաշրջություն ունի էական նշանակություն մարզերի և մայրաքաղաքի սոցիալ-տնտեսական զարգացման վրա: Մարզերում զբոսաշրջության զարգացման նպատակով հարկ է մշակել զբոսաշրջության կայուն զարգացման ծրագրեր, որի միջոցով հնարավոր կլինի մեծացնել զբոսաշրջության ներդրումը զբաղվածության, ՀՆԱ-ի մեջ:

❖ ՀՀ ներքին զբոսաշրջության զարգացման վրա ազդող գործոնների գնահատման, ինչպես նաև ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի կանխատեսման նպատակով նախ ստատիկ ռեգրեսիոն մոդելի կիրառմամբ գնահատվել են ներքին զբոսաշրջության վրա

ազդող գործոնները, այնուհետև կիրառվել են դինամիկ մոդելներ՝ կանխատեսումների իրականացման համար: Կոշված փոքրագույն քառակուսիների եղանակի օգնությամբ կատարված ռեգրեսիայի արդյունքներից պարզ է դարձել, որ ՀՆԱ-ի 1% աճը կբերի ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի շուրջ 0,22% աճի, գների 1% բարձրացումը կբերի ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի նվազեցմանը շուրջ 0,12%-ով, իսկ արտաքին տուրիստների գների 1% աճի դեպքում ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակը կմեծանա շուրջ 0,14%-ով: Մոդելում նշանակալի են եղել որպես կեղծ փոփոխականներ դիտարկված համաշխարհային ֆինանսական ճգնաժամի և համավարակի ազդեցությունը ներքին զբոսաշրջության վրա:

❖ Ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի կանխատեսման համար կիրառվել են հիմնական կանխատեսման մոդելները, ինչպիսիք են՝ AR-ը (ավտոռեգրեսիան), VAR-ը (վեկտորային ավտոռեգրեսիան) և BVAR-ը (Բայեսյան վեկտորային ավտոռեգրեսիան) և դրանց համապատասխան գործոններով ընդլայնված մոդելները՝ FAAR (factor augmented autoregression-գործոններով ընդլայնված ավտոռեգրեսիա), FAVAR (factor augmented vector autoregression-գործոններով ընդլայնված վեկտորային ավտոռեգրեսիա) և BFAVAR (Bayesian factor augmented vector autoregression-գործոններով ընդլայնված Բայեսյան վեկտորային ավտոռեգրեսիա): Ռեկուրսիվ և սահող կանխատեսման մոդելավորման արդյունքներից ելնելով՝ հիմնավորվել է, որ փոքր մասշտաբի մոդելներով ստացված ընտրանքից դուրս կանխատեսումները գերազանցում են լայնածավալ մոդելների կողմից ստացված կանխատեսումները կանխատեսման բոլոր հորիզոններում: Արդյունքում, կատարվել են 2022-2024 թթ. համար ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակի աճի կանխատեսումներ, ըստ որի, 2022 թ. տարեկան աճը կկազմի 7,5%, 2023 թ.՝ 4,1%, 2024 թ.՝ 4,4%:

❖ ՀՀ ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակի կանխատեսումներ անելու համար կիրառվել է ARIMA մոդելավորման և կանխատեսման մոտեցումը, որի արդյունքում 2022-2024 թթ. համար ստացվել են ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակի աճի կանխատեսումներ, ըստ որի՝ 2022 թ. տարեկան աճը կկազմի 11,21%, 2023 թ.՝ 12,32%, 2024 թ.՝ 13,41%:

❖ Զբոսաշրջության զարգացման համար մեծ նշանակություն ունի ոլորտի բարձր մրցունակության ապահովումը: Ըստ Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի կողմից հրապարակած՝ 2021 թ. զբոսաշրջության զարգացման զեկույցի՝ Հայաստանը 117 երկրների շարքում եղել է 61-րդը՝ 4.0 գործակցով: Աշխատանքում իրականացվել է ՀՀ զբոսաշրջության մրցունակության բարձրացման հիմնախնդիրների վերլուծություն, որի արդյունքում կատարվել են առաջարկություններ զբոսաշրջային ծառայությունների և տրանսպորտային ենթակառուցվածքների բարելավման, շրջակա միջավայրի կայունության և բնական ռեսուրսների պահպանության մակարդակի բարձրացման, ոլորտի աշխատուժի որակավորման բարձրացման, զբոսաշրջային մարքեթինգի և բրենդինգի արդյունավետության բարձրացման ուղղությամբ:

❖ Զբոսաշրջության զարգացման կարևորագույն պայմաններից է արդյունավետ օրենսդրական դաշտի առկայությունը: 2003 թ. ընդունված «Զբոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» ՀՀ օրենքն ունի որոշ բացեր: Չնայած մշակվել է Զբոսաշրջության մասին նոր օրենքի նախագիծ, սակայն դրանից դուրս է մնացել զբոսաշրջային կազմակերպությունների լիցենզավորման պահանջը, ինչը կարևոր պայման

է ծառայությունների բարձր որակի ապահովման համար: Նոր օրենքի ընդունումից բացի, խիստ կարևոր է զբոսաշրջության զարգացման ռազմավարության ընդունումը, ինչպես նաև զբոսաշրջության առանձին տեսակների գծով ռազմավարական ծրագրերի մշակումը, ինչն այս պահին բացակայում է: Նման ծրագրերի մշակումը թույլ կտա մանրամասն վերլուծել զբոսաշրջության այդ տեսակների զարգացման ռեսուրսային ներուժը, առկա վիճակն ու հիմնախնդիրները և մշակել կոնկրետ քայլեր ու միջոցառումներ:

❖ Զբոսաշրջության ոլորտի պետական կառավարման համակարգի վերլուծության արդյունքում առաջարկվել է Հայաստանի Հանրապետության Էկոնոմիկայի նախարարության զբոսաշրջության կոմիտեի ստորաբաժանումներն ավելացնել՝ ներառելով զբոսաշրջության քաղաքականության մշակման, մարքեթինգի, համագործակցության ապահովման, զբոսաշրջության ենթակառուցվածքների զարգացման, ներքին և ներգնա զբոսաշրջության զարգացման, զբոսաշրջության ոլորտում ներդրումային քաղաքականության մշակման, նորանուծությունների և կայուն զարգացման վարչությունները, որակավորման և լիցենզավորման բաժինը, մշակվել են դրանց հիմնական գործառույթները:

❖ ՀՀ-ն ունի կրոնական զբոսաշրջության զարգացման մեծ հնարավորություններ: ՀՀ կրոնական կառույցների ընդհանուր թիվը կազմում է 2444 միավոր: ՀՀ-ում կրոնական զբոսաշրջության զարգացման նպատակով անհրաժեշտ է մշակել կրոնական կամ ուխտագնացության զբոսաշրջության զարգացման ռազմավարություն, հաշվի առնելով ՀՀ կրոնական կառույցների առկայությունը, դրանց յուրաքանչյուրի հետ կապվող պատմական փաստերն ու պատմությունները՝ մշակել ուխտագնացության երթուղիներ, ուժեղացնել մարքեթինգային գործունեությունը՝ հատկապես թվային մարքեթինգի գործիքակազմը և այլն:

❖ Հայաստանն ունի հին պատմություն և հարուստ մշակութային ժառանգություն, ինչը գրավում է շատ զբոսաշրջիկների: ՀՀ-ում կա 24225 պատմամշակութային հուշարձան: ՀՀ-ում պատմամշակութային զբոսաշրջության զարգացման համար անհրաժեշտ է բարձրացնել մարքեթինգային գործունեության արդյունավետությունը, պահպանել պատմամշակութային հուշարձանները, ընդլայնել առկա երթուղիները և մշակել նոր երթուղիներ՝ ներառելով ավելի շատ պատմամշակութային հուշարձաններ, ՀՀ կառավարության կողմից սահմանված մշակութային արժեքներն ու տարածքները ներառել երթուղիներում՝ ձևավորել նոր զբոսաշրջային արդյունք, կազմակերպել թեմատիկ փառատոններ, մշակել էթնոմշակութային զբոսաշրջության զարգացման ռազմավարական ծրագիր և այլն:

❖ Առողջարանային-վերականգնողական զբոսաշրջության զարգացման համար ՀՀ-ն ունի մեծ ռեսուրսային ներուժ: ՀՀ-ում կան 10 կուրորտային գոտիներ, որոնք ունեն առողջարանային-վերականգնողական զբոսաշրջության զարգացման համար անհրաժեշտ բոլոր բնական բուժիչ ռեսուրսները՝ հանքային ջրեր, բուժիչ ցեխեր և տորֆեր, կլիմայաբուժության կազմակերպման համար բարենպաստ կլիմայական պայմաններ: Հաշվի առնելով վերոնշյալը՝ աշխատանքում մշակվել է առողջարանային զբոսաշրջության զարգացման հայեցակարգային հիմնական քայլերը՝ ուղղված ՀՀ առողջարանային-վերականգնողական զբոսաշրջության օրենսդրական դաշտի և վիճակագրական հաշվառման գործընթացի բարելավմանը, ՀՀ առողջարանային-վերականգնողական զբոսաշրջության մարքեթինգային գործունեության բարելավմանը, առողջարանային հանգստի ծառայությունների մրցունակության և դրանց նկատմամբ պահանջարկի բարձրացման

նը, առողջարանային զբոսաշրջության գործարար և ներդրումային միջավայրի բարելավմանը, առողջարանային բուժման կազմակերպման և զբոսաշրջության զարգացման գիտական ապահովմանը, մշակվել են հիմնական միջոցառումները՝ ըստ վերոնշյալ ուղղությունների, դրանց իրականացնող մարմինները և ակնկալվող արդյունքը:

❖ Գաստրոզբոսաշրջությունը համարվում է զբոսաշրջության արագ զարգացող տեսակներից մեկը: Հաշվի առնելով ՀՀ ազգային խոհանոցի հարուստ ավանդույթները և գաստրոզբոսաշրջության զարգացման հնարավորությունները՝ աշխատանքում մշակվել են գաստրոզբոսաշրջության զարգացման հայեցակարգային քայլերը՝ ազգային խոհանոցի պահպանում, վերազնահատում, արժևորում, օրենսդրության և վիճակագրության բարելավում, ներդրումների իրականացում, մարքեթինգային գործունեություն, գաստրոզբոսաշրջային արդյունքի մշակում, ոլորտի գիտական ապահովում, մշակվել են հիմնական միջոցառումները՝ ըստ վերոնշյալ ուղղությունների, դրանց իրականացնող մարմինները և ակնկալվող արդյունքը: Բացի այդ, ուսումնասիրվել է ՀՀ յուրաքանչյուր մարզի և Արցախի ազգային ավանդական կերակրատեսակները, և մշակվել է Հայաստանի և Արցախի գաստրոքարտեզը, ինչը կարող է օգտագործվել որպես զբոսաշրջային մարքեթինգի բաղադրիչ, դրա հիման վրա հարկ է մշակել գաստրոզբոսաշրջային երթուղիներ:

❖ Հայաստանում գինեգործությունը մոտ 6000 տարվա պատմություն ունի: Հաշվի առնելով Հայաստանի՝ խաղողագործության և գինեգործության հայրենիք լինելու հանգամանքը, հայկական գինեգործության հին ավանդույթները, հայկական խաղողի և գինու տարատեսակները, կարելի է ասել, որ Հայաստանն ունի գինու զբոսաշրջության զարգացման մեծ նախադրյալներ: Գինու զբոսաշրջության զարգացման համար մշակվել և առաջարկվել են քայլեր հետևյալ ուղղություններով՝ գինու զբոսաշրջության խթանմանն ուղղված մարքեթինգային աշխատանքներ, գինու զբոսաշրջության պահանջարկի խթանում, ոլորտի զարգացման գիտական ապահովում, ենթակառուցվածքների բարելավում, զարգացման ծրագրի մշակում, մշակվել են հիմնական միջոցառումները՝ ըստ վերոնշյալ ուղղությունների, դրանց իրականացնող մարմինները և ակնկալվող արդյունքը:

❖ Հայաստանում էական նշանակություն ունի ագրոզբոսաշրջության զարգացումը, քանի որ այն կնպաստի գյուղական բնակավայրերի զարգացմանը, գյուղերում եկամտի ավելացմանը, աղքատության և գործազրկության նվազմանը, ենթակառուցվածքների զարգացմանը: Վերջին տարիներին միջազգային կազմակերպությունների միջոցով ՀՀ գյուղական վայրերում իրականացվել են զբոսաշրջության զարգացմանը նպաստող տարբեր միջոցառումներ: Չնայած դրան՝ առկա են բազում խնդիրներ՝ կապված գյուղական համայնքներում ճանապարհների ոչ բարվոք վիճակի, գյուղացիների շրջանում տեղեկատվական և վերապատրաստման դասընթացների անցկացման անհրաժեշտության, զբոսաշրջային գործակալությունների հետ համագործակցության պակասի, մարքեթինգային գործունեության, օրենսդրական բացերի, զարգացման ծրագրի, ընդգծված ագրոզբոսաշրջային երթուղիների բացակայության հետ: Ուստի, ագրոզբոսաշրջության զարգացման համար անհրաժեշտ է վերոնշյալ ուղղություններով միջոցառումների իրականացում:

❖ Հայաստանն ունի հիասքանչ բնություն, բացառիկ էկոհամակարգեր, հարուստ կենսաբազմազանություն, բնական և մշակութային ժառանգություն: Հայաստանում բնության հատուկ պահպանվող տարածքները կազմում են երկրի ամբողջ տարածքի

մոտ 13%-ը: Էկոզբոսաշրջության զարգացման համար անհրաժեշտ է իրականացնել հետևյալ քայլերը՝ նոր ԲՀՊՏ-ների ստեղծում, Էկոզբոսաշրջային նոր երթուղիների մշակում, Էկոտուրերի ընդգրկում զբոսաշրջային փաթեթներում, Էկոզբոսաշրջային վայրերում հյուրատների կառուցում, Էկոզբոսաշրջային տեղեկատվական վահանակների վիճակի բարելավում, բնության աղտոտման խնդիրների լուծում, բնակչության Էկոկրթության և գիտակցության բարձրացում, Էկովարքագծի ձևավորման նպատակով դպրոցներում համապատասխան դասընթացների անցկացում, Էկոզբոսաշրջության խթանման մարքեթինգային գործողությունների իրականացում և այլն:

❖ Զբոսաշրջությունը և սպորտը փոխկապակցված են և փոխլրացնող: Հայաստանի աշխարհագրական դիրքը և բնական պայմանները հնարավորություններ են ստեղծում արկածային և սպորտային զբոսաշրջության զարգացման համար: Սպորտային զբոսաշրջության զարգացման համար անհրաժեշտ է աշխատանքներ տարբեր ուղղություններով՝ մարքեթինգային գործունեություն, վիճակագրության բարելավում, կադրերի պատրաստում, զարգացման ծրագրի մշակում և այլն:

❖ Հայաստանի գիտական պատմությունն ու ներուժը նախադրյալներ են ստեղծում երկրում գիտական և կրթական զբոսաշրջության զարգացման համար: Գիտական զբոսաշրջության զարգացման նպատակով անհրաժեշտ է մշակել գիտական զբոսաշրջության զարգացման ռազմավարական ծրագիր, համապատասխան զբոսաշրջային փաթեթներ, ակտիվ մարքեթինգային գործունեություն ծավալել, զբոսաշրջության ոլորտի մասնագետներ պատրաստող բուհերի համապատասխան մասնագիտությունների ուսումնական ծրագրերում ներառել «Գիտական զբոսաշրջություն» դասընթացը, բարելավել վիճակագրական հաշվառումը, կազմակերպել միջազգային գիտական միջոցառումներ, ակտիվացնել հայաստանյան գիտահետազոտական կենտրոնների գործունեությունը՝ միջազգային գիտահետազոտական ծրագրեր կազմակերպելու ուղղությամբ և այլն: Կրթական զբոսաշրջության զարգացման նպատակով անհրաժեշտ է ընդլայնել բուհերի միջազգային համագործակցությունը, ավելացնել միջազգային ծրագրերը, կրթական հաստատությունների կողմից կազմակերպել կարճաժամկետ և երկարաժամկետ կրթական տարբեր ծրագրեր, միջոցառումներ, սեմինարներ, դասընթացներ, ամառային և ձմեռային դպրոցներ՝ միջազգային մասնակիցների ներգրավմամբ և այլն:

❖ Հայաստանում զարգացման հնարավորություններ ունի նաև գործարար զբոսաշրջությունը: Հայաստանում գործարար զբոսաշրջության զարգացման նպատակով անհրաժեշտ է մշակել գործարար զբոսաշրջության զարգացման հայեցակարգային ծրագիր, կազմակերպել միջազգային մասշտաբի տարբեր միջոցառումներ, ցուցահանդեսներ, փառատոններ, արտագնա գիտաժողովներ մարզերում և այլն:

❖ ՀՀ-ում վերջին տարիներին մի շարք փառատոններ են կազմակերպվում, որոնք ևս մեկ քայլ են՝ հայերի և հյուրերի ուշադրությունը սևեռելու հայկական մշակույթի, պատմության, արվեստի, խոհանոցի արժեքներին: Փառատոնային զբոսաշրջության զարգացման նպատակով անհրաժեշտ է փառատոնները միջազգայնացնել՝ պատշաճ գովազդելով թիրախային շուկաներում և զբոսաշրջիկներ ներգրավելով, ՀՀ զբոսաշրջային պաշտոնական կայքէջում առանձին բաժնով ներկայացնել երկրում անցկացվող փառատոնները, ընդլայնել փառատոնների աշխարհագրական ընդգրկումը, կազմակերպել նոր փառատոններ, որոնք կընդգրկեն հայկական խոհանոցի, սպորտի, մշակույթի տարբեր տեսակների՝ երգի, պարի, բանահյուսության, արվեստի և այլ ոլորտներ:

❖ Հայաստանում բժշկական զբոսաշրջության ամենապահանջված ուղղություններն են պլաստիկ վիրաբուժությունը (հատկապես քթի), ստոմատոլոգիական, գինեկոլոգիական, վնասվածքաբանական ծառայությունները: Բժշկական զբոսաշրջության զարգացման նպատակով անհրաժեշտ է բժշկական զբոսաշրջության զարգացման ռազմավարական ծրագրի մշակում, ՀՀ զբոսաշրջային պաշտոնական կայքէջում բժշկական զբոսաշրջության վերաբերյալ առանձին բաժնի ավելացում՝ համակարգված տեսքով ըստ մատուցվող ծառայությունների ու բուժիաստատությունների ներկայացմամբ՝ դրանց առաջնորդման նպատակով, մարքեթինգային միջոցառումների իրականացում նաև սոցիալական ցանցերի միջոցով, ոլորտի վիճակագրական հաշվառման բարելավում և այլն:

❖ Երևանում էական նշանակություն ունի քաղաքային կայուն զբոսաշրջության զարգացումը՝ խելացի լուծումների կիրառմամբ: Չնայած վերջին տարիներին կատարված աշխատանքներին, այնուամենայնիվ, առկա են մի շարք խնդիրներ: Երևանը չունի նաև զբոսաշրջային բրենդ, ինչը կներկայացնի քաղաքի պատմամշակութային, կրոնական, գաստրոնոմիական, ժամանցային, գործարար զբոսաշրջային հնարավորությունները: Հաշվի առնելով վերոնշյալը՝ աշխատանքում Երևանի համար մշակվել է զբոսաշրջային բրենդ, ինչպես նաև կատարվել են առաջարկություններ կայուն քաղաքային զբոսաշրջության զարգացման համար՝ խելացի լուծումների կիրառմամբ՝ ուղղված խելացի տրանսպորտային համակարգի ներդրմանը, էներգաարդյունավետության և կայուն շինարարության ապահովմանը, խելացի քաղաքային գյուղատնտեսության ապահովմանը, կանաչ տարածքների ավելացմանը, կայուն սպառման և կայուն զարգացման մասին բնակչության և զբոսաշրջիկների տեղեկացվածության մակարդակի բարձրացմանը, ՀՀ քաղաքների համար զբոսաշրջային կայքէջերի և բջջային հավելվածների ստեղծմանը և այլն:

❖ Ուսումնասիրվել են ՀՀ մարզերում զբոսաշրջության հիմնական տեսակների զարգացման հնարավորությունները՝ առկա ռեսուրսային ներուժի հիման վրա, մշակվել են համապատասխան զբոսաշրջային երթուղիներ ըստ 10 մարզերի, ինչպես նաև վերլուծվել են մարզերում երթուղիների կազմակերպման և զբոսաշրջության զարգացման խոչընդոտները և հիմնական քայլերը՝ կապված ճանապարհների վիճակի, ենթակառուցվածքների թերզարգացվածության, տեղեկատվական ցուցանակների և զբոսաշրջային տեղեկատվական գրասենյակների բացակայության, մարքեթինգի պակասի, վիճակագրական հաշվառման և այլնի հետ:

❖ ՀՀ-ում զբոսաշրջության զարգացման հիմնախնդիրների համալիր վերլուծության նպատակով իրականացվել է SWOT վերլուծություն, որի գնահատումների արդյունքում ռազմավարության ընտրության տարածական (strategy space matrix) և ներքին ու արտաքին գործոնների մատրիցաների (The Internal-External Matrix) կիրառմամբ առաջարկվել է կիրառել զբոսաշրջության զարգացման ազդեցիվ ռազմավարություն՝ զարգացնելով զբոսաշրջային լավ արդյունքներ և ներխուժելով նոր շուկաներ: Կատարվել են առաջարկներ SWOT վերլուծության արդյունքում բացահայտված հիմնախնդիրների լուծման ուղղությամբ՝ կապված մարքեթինգի, նոր պրոդուկտների մշակման, ծառայությունների որակի բարելավման, օրենսդրական դաշտի, վիճակագրության, զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների, մարդկային կապիտալի զարգացման հետ:

❖ Ամբողջ աշխարհում զբոսաշրջության զարգացման վրա էական նշանակություն ունի պետության կողմից կատարված ծախսերի մեծությունը զբոսաշրջության ոլորտում:

Այդ նպատակով համեմատական կերպով վերլուծվել են զբոսաշրջության ոլորտում պետական ծախսերի (ինչը ներառում է նաև մարքեթինգին ուղղված ծախսերը) և ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակի ու ներգնա զբոսաշրջությունից ստացված եկամուտների միջև կոռելյացիոն կապերը 41 երկրների միջև: Հայաստանի պարագայում Պիրսոնի կոռելյացիայի գործակիցը միջինից ցածր է պետական ծախսերի և ներգնա զբոսաշրջային ժամանումների (0,13) ու ներգնա զբոսաշրջությունից ստացված եկամուտների (0,24) միջև: Այսինքն, կարելի է ասել, որ դետերմինացիայի գործակցով ներգնա զբոսաշրջային ժամանումների թվաքանակի փոփոխությունը 2%-ով կախված է պետական ծախսերի մեծությունից, իսկ ներգնա զբոսաշրջությունից ստացված եկամուտների փոփոխության կախվածությունը պետական ծախսերից 6% է: Ուստի, անհրաժեշտ է մեծացնել Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտում պետական ծախսերի չափը, ինչը կարող է հանգեցնել ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակի ավելացմանը (հատկապես մարքեթինգի վրա կատարված ծախսերի դեպքում) և, իհարկե, ներգնա զբոսաշրջությունից ստացված եկամուտների ավելացմանը:

❖ Վերլուծվել են ՀՀ-ում իրականացվող զբոսաշրջային մարքեթինգային գործողությունները և կատարվել համապատասխան առաջարկություններ նաև թվային մարքեթինգի կատարելագործման նպատակով՝ հատկապես զբոսաշրջային պաշտոնական կայքէջում անհրաժեշտ տեղեկատվության ավելացման, սոցիալական կայքերում «տեղեկատվական-հոգեբանական պատերազմի» իրականացման, Buzz Marketing և Word of mouth, ինչպես նաև Influencers մարքեթինգային ռազմավարությունների կիրառման ուղղությամբ, բացի այդ ներկայացվել են հեղինակի կողմից մշակված Հայաստանի զբոսաշրջային բրենդի տարբերակները:

❖ Զբոսաշրջության մեջ էական տեղ ունի ծառայությունների որակի գնահատումը: Հաշվի առնելով հյուրանոցային ծառայությունների որակի բարելավման հիմնահարցերը՝ աշխատանքում վերլուծվել են հյուրանոցային ծառայությունների որակի գնահատման միջազգային մոդելները, ՀՀ-ի համար մշակվել է հատուկ գործիք՝ ARMQUAL՝ հյուրանոցային ծառայությունների որակի գնահատման նպատակով, որի 32 հարցից բաղկացած հարցաթերթի օգնությամբ ՀՏՕ-ներում իրականացվել է հարցում, այնուհետև հաշվարկների արդյունքում գնահատվել է ինդեքսը և առանձնացվել են որակի գնահատման հիմնական պարամետրերը, կատարվել են հիմնական ցուցանիշների միջև վիճակագրական նշանակալիության կապերի գնահատումներ, ստացված արդյունքները վերլուծվել են Կարևորություն-Գործունեություն (Importance-Performance Analysis) վերլուծության մատրիցայի միջոցով, ինչը թույլ է տալիս որոշել այն թերությունները, որոնց ուղղությամբ հյուրանոցը պետք է աշխատանքներ իրականացնի՝ ծառայության որակը բարձրացնելու նպատակով:

❖ Զբոսաշրջիկների գոհունակության աստիճանի գնահատումը խիստ կարևոր է, քանի որ գոհ զբոսաշրջիկը կարող է կրկին այցելել, կամ խորհուրդ տալ ուրիշներին, և հակառակը: Ուստի, վերլուծվել են զբոսաշրջիկների գոհունակության գնահատման միջազգային մոդելները, ՀՀ-ի համար մշակվել է զբոսաշրջիկների գոհունակության գնահատման ձևաչափ, 60 հարցից բաղկացած հարցաթերթ, որի օգնությամբ ներգնա զբոսաշրջիկների շրջանում իրականացված հարցումների արդյունքում հաշվարկվել է զբոսաշրջիկների գոհունակության գնահատման ինդեքսը, արդյունքները վերլուծվել են Կարևորություն-Գործունեություն վերլուծության միջոցով: Վերլուծության ընթացքում բա-

ցահայտվել են նաև զբոսաշրջիկների բողոքներն ու կարծիքները, դժգոհությունները, ինչի հետ կապված կատարվել են մի շարք առաջարկություններ՝ զբոսաշրջային տեղեկատվական կենտրոնների ավելացման, զբոսաշրջային տեղեկատվության հասանելիության մեծացման, հյուրանոցային ծառայությունների որակի բարձրացման, տրանսպորտային ենթակառուցվածքի բարելավման և այլ ուղղություններով:

❖ Զբոսաշրջության զարգացման գործում էական նշանակություն ունի զբոսաշրջության բարձրորակ կրթության կազմակերպումը և զբոսաշրջության կրթական համակարգի ու աշխատաշուկայի միջև արդյունավետ կապերի ապահովումը: Ուստի, զբոսաշրջության կրթության կազմակերպման հիմնախնդիրների բացահայտման նպատակով իրականացվել է լայնածավալ հետազոտություն ուսումնական հաստատությունների և մասնավոր ուսումնական կենտրոնների կրթական ծրագրերի կտրվածքով, ինչպես նաև հարցումներ ուսանողների, շրջանավարտների, կրթական գործընթացներում ընդգրկված ոլորտի հասարակական և մասնավոր կազմակերպությունների շրջանում, բացի այդ իրականացվել է զբոսաշրջության աշխատաշուկայի լայնածավալ հետազոտություն: Հետազոտության արդյունքում բացահայտված հիմնախնդիրների լուծման նպատակով մշակվել է միջոցառումների փաթեթը ըստ հետևյալ ուղղությունների՝ ուսումնական հաստատությունների ներքին և միջազգային համագործակցության ընդլայնում, գործնական ուսուցման ապահովում, նյութատեխնիկական բազայի ընդլայնում, որակի ապահովում և վերահսկողություն:

❖ Աշխատանքում վերլուծվել է կայուն զբոսաշրջության էությունը, նպատակները, իրականացվել է ՀՀ-ում կայուն զբոսաշրջության վերլուծություն ըստ հետևյալ գործոնների՝ զբոսաշրջային ակտիվներ, զբոսաշրջային գործունեություն, զբոսաշրջությանն առնչվող կապեր, զբոսաշրջությանն առնչվող բացեր, բնապահպանական և սոցիալական կայունություն, ընդհանուր ենթակառուցվածքներ, գրավչություն: Իրականացվել է SWOT վերլուծություն՝ կայուն զբոսաշրջության առկա խնդիրների և սպառնալիքների բացահայտման նպատակով, ինչի արդյունքում մշակվել են առաջարկություններ՝ ուղղված զբոսաշրջության կայուն զարգացմանը՝ զբոսաշրջության կայուն զարգացման ծրագրերի մշակման, էկոհյուրանոցների կառուցման, էկոպիտակների կիրառման, բնական ռեսուրսների ռացիոնալ օգտագործման, կայուն շինարարության ապահովման, կայուն սպառման և արտադրության և այլ միջոցառումների օգնությամբ:

Զբոսաշրջությունը ՀՀ-ի համար ունի էական նշանակություն և, հաշվի առնելով առկա ռեսուրսային հնարավորությունները, հարկ է ոլորտի կայուն զարգացման համար իրականացնել համակողմանի քայլեր վերոնշյալ ուղղություններով, ինչն իր հերթին կնպաստի տնտեսության այլ ոլորտների զարգացմանը:

Առենախոսության հիմնական դրույթներն արտացոլվել են հեղինակի հետևյալ գիտական հրապարակումներում.

1. Թովմասյան Գ., ՀՀ առողջարանային-վերականգնողական գոտիները և առողջարանները, «Ազրոգիտություն» ամսագիր, 2012թ., 3-4, էջեր՝ 260-265:
2. Թովմասյան Գ., Առողջարանային-վերականգնողական զբոսաշրջության կառավարման համակարգը և զարգացման հայեցակարգային հիմքերը ՀՀ-ում, Բանբեր Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի, 2013թ., N 3, էջեր՝ 86-97:
3. Tovmasyan G., Religious tourism development bases and perspectives in the Republic of Armenia, Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук, Москва, 2016, N 1-

3, pp. 7-10.

4. Товмасын Г., Предпосылки и перспективы развития рекреационного туризма в РА, Научно-практический журнал “Проблемы экономики и менеджмента” г. Ижевск, 2016, N 1 (53), с. 106-109.

5. Tovmasyan G., Tourism competitiveness in the Republic of Armenia, Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук, Москва, 2016, N3-2, pp. 16-19.

6. Tovmasyan G., Armenian gastronomy and tourism, Сборник научных статей конференции “Актуальные научные проблемы. Рассмотрение, решение, Практика” Гданьск, 30.03.2016 - 31.03.2016, pp. 84-88.

7. Tovmasyan G., Tourism assets and the main steps for increasing tourism competitiveness in the RA, Բանբեր Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի, 2016թ., N 2, pp. 121-128.

8. Tovmasyan G., Spa and wellness tourism advancement in the Republic of Armenia, Сборник научных статей XIV международной научной конференции «Актуальные научные исследования в современном мире» Переяслав-Хмельницкий, Украина, 26-27 июня 2016, Выпуск 6(14), Часть 2, pp. 34-39.

9. Tovmasyan G., Tourism Development Trends in the World, European Journal of Economic Studies, Academic Publishing House Researcher, Russian Federation, 2016, Vol. 17, Is. 3, pp. 429-434.

10. Tovmasyan G., Cultural tourism development in the Republic of Armenia, Сборник научных статей конференции “Современные проблемы и перспективы развития/Współczesne problemy i perspektywy rozwoju”, 30.01.2017 - 31.01.2017, Варшава/Warszawa, 2017, pp. 79-83.

11. Թովմասյան Գ., Հյուրանոցային ծառայությունների որակի գնահատման մեթոդաբանության կիրառումը ՀՀ-ում, ՀՀ ՊԿԱ Հանրային կառավարում գիտական հանդես, 2017, N 1, էջեր՝ 55-66:

12. Tovmasyan G., Perspectives of Urban tourism development in Yerevan, Բանբեր Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի, 2017, N 2, pp. 56-62

13. Tovmasyan G., The motivation of tourism behavior and its impact on decision-making process, Сборник научных статей конференции XVII Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы современной науки» (Санкт-Петербург – Астана – Киев – Вена), 2017, pp. 108-112.

14. Թովմասյան Գ., ՀՀ հյուրանոցային տնտեսությունը որպես զբոսաշրջային ենթակառուցվածքի մաս, ՀՊՏՀ 26-րդ գիտաժողով «Գործարար միջավայրի բարելավման և միջազգային տնտեսական համագործակցության ընդլայնման արդի հիմնախնդիրները ՀՀ-ում» խորագրով, Տնտեսագետ հրատ., ՀՊՏՀ, 2017, էջեր՝ 281-288:

15. Tovmasyan G., Evaluating tourism impact on the economy of the RA, Tourism Education Studies and Practice, Academic Publishing House Researcher s.r.o. Slovak Republic, Bratislava, 2017, 4 (1), pp. 41-48.

16. Tovmasyan G., Tovmasyan R., Travel and tourism development trends and future types of tourists, Интернаука: научный журнал, Москва, Изд. “Интернаука”, № 8(12). Часть 3. 2017, pp. 29-31.

17. Tovmasyan G., Tovmasyan R., Wine tourism development opportunities in Armenia,

- Հայաստանի ազգային ագրարային համալսարանի տեղեկագիր (Известия национального аграрного университета Армении) 2018, N1, pp. 138-142.
18. Tovmasyan G., Johann M., Armenia as a tourism destination for Polish tourists, Բանբեր Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի, 2018, N 2, էջեր՝ 111-121:
19. Թովմասյան Գ., Զբոսաշրջիկների զոհունակության գնահատման միջազգային մոդելները և դրա կիրառումը ՀՀ-ում, ՀՀ ՊԿԱ Հանրային կառավարում գիտական հանդես, 2018, N 1, էջեր՝ 87-95:
20. Tovmasyan G., Tovmasyan R., Scientific tourism development bases in Armenia, SocioEconomic Challenges, 2018, Volume 2, Issue 1, pp. 85-90, ARMG Publishing Rymyskogo-Korsakova st., 2 Sumy, Ukraine.
21. Tovmasyan G., New and innovative solutions for improving tourism education and raising satisfaction of students in Armenia, Marketing and Management of Innovations, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymyskiy-Korsakov Street 2, 2018, Issue 3, pp. 119-132, (Web of Science).
22. Թովմասյան Գ., Նորամուծությունների կիրառումը ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտում, Ինտելեկտուալ հնարավորությունները և մարտահրավերները ժամանակակից աշխարհում. Գիտական հոդվածների ժողովածու- Եր.: Նաիրի, 2018, էջեր՝ 455-464:
23. Tovmasyan G., Armenia as an attractive touristic destination for Chinese tourists, ՀՀ ՊԿԱ Հանրային կառավարում գիտական հանդես, 2018, N 5, pp. 45-53.
24. Թովմասյան Գ., Թովմասյան Ռ., Զբոսաշրջության պետական կառավարման միջազգային փորձը, Նորարարական կրթական տեխնոլոգիաները և տարածքային զարգացումը ՀՀ-ում: Գիտաժողովի նյութեր,-Եղեգնաձոր: ՀՊՏՀ Եղեգնաձորի մասնաճյուղ, 2018թ., էջեր՝ 45-50:
25. Tovmasyan G., Exploring the Requirements of Tourism Labour Market in Armenia. Marketing and Management of Innovations, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymyskiy-Korsakov Street 2, 2019, 1, pp. 96-104 (Web of Science).
26. Tovmasyan G., Assessing some indicators of tourism sustainability: Case study from Armenia. SocioEconomic Challenges, ARMG Publishing, Rymyskogo-Korsakova st., 2, Sumy, Ukraine, 2019, 3(1), pp. 127-136.
27. Tovmasyan G., Tovmasyan R., Ecotourism development issues in the Republic of Armenia, Science, Research, Development #15, Scientific conference in Rotterdam (The Netherlands) 30.03.2019 - 31.03.2019, published in Warszawa, 2019, pp. 71-75.
28. Թովմասյան Գ., Թովմասյան Ռ., Զբոսաշրջության զարգացման հեռանկարներն ու ուղենիշերը ՀՀ-ում, Տնտեսական հեղափոխության հիմնարար ուղենիշերը Հայաստանի Հանրապետությունում: Գիտաժողովի նյութեր/ՀՀ ԳԱԱ Մ. Քոթանյանի անվան տնտեսագիտության ինստիտուտ: Երևան, ՀՀ ԳԱԱ, Գիտություն հրատ., 2019թ., էջեր՝ 247-265:
29. Tovmasyan G., Defining tourism development strategy in Armenia based on internal and external factor evaluation analysis (SWOT) of the sector, ՀՀ ՊԿԱ Հանրային կառավարում գիտական հանդես, 2019, N 1, pp. 116-125.
30. Tovmasyan G., Assessment of tourist satisfaction index: Evidence from Armenia, Marketing and Management of Innovations, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymyskiy-Korsakov Street 2, Issue 3, 2019, pp. 22-32, (Web of Science).

31. Թովմասյան Գ., Գաստրոզբոսաշրջության զարգացման հեռանկարները ՀՀ-ում, Բանբեր Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի, 2019, N 3, էջեր՝ 148-158:
32. Tovmasyan G., The opportunities of agritourism development in the Republic of Armenia, *Annals of Agrarian Science* Volume 17, Number 3, 2019, Tbilisi, Georgia, pp. 298-303.
33. Թովմասյան Գ., Խելացի լուծումների կիրառումը քաղաքային կայուն զբոսաշրջության զարգացման համատեքստում, ՀՀ ՊԿԱ Հանրային կառավարում գիտական հանդես, 2019, N 2, էջեր՝ 51-62:
34. Թովմասյան Գ., Կայուն զբոսաշրջության զարգացման ուղիները ՀՀ-ում, ԲԱՆԲԵՐ Եվրասիա միջազգային համալսարանի, No 2, 2019, էջեր՝ 124-139:
35. Tovmasyan G., Evaluating the quality of hotel services based on tourists' perceptions and expectations: The case study of Armenia, *Journal of International Studies*, 13(1), 2020, Centre of Sociological Research, pp. 93-107, (Scopus).
36. Tovmasyan G., Raising the Effectiveness of Tourism Marketing and Branding: Evidence from Armenia, *Marketing and Management of Innovations*, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymskiy-Korsakov Street 2, 2020, Issue 1, pp. 167-181 (Web of Science).
37. Товмасын Г., Образование в сфере туризма в Республике Армения: Проблемы и пути решения, Традиции и новации в профессиональной подготовке и деятельности педагога: сб. науч. тр. междунар. науч.-практ. конф. 26– 28 марта 2020 г. / под редакцией И.Д. Лельчицкого. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2020. – Вып. 18. с. 151-154. (Russian Science Citation Index (RSCI))
38. Tovmasyan G., Tovmasyan R., Tourism safety and security in the Republic of Armenia, *SocioEconomic Challenges*, ARMG Publishing Rymskogo-Korsakova st., 2, Sumy, Ukraine, 2020, Volume 4, Issue 2, pp. 14-22.
39. Թովմասյան Գ., Թովմասյան Ռ., Զբոսաշրջության և հյուրընկալության արդյունաբերության զարգացման ապագայի միտումները (Աշխարհ և Հայաստան), Պատմություն և մշակույթ հանդես, ԵՊՀ, 2020, N 1, էջեր՝ 140- 149:
40. Թովմասյան Գ., «COVID-19»-ի բացասական ազդեցությունը ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի վրա, ԲԱՆԲԵՐ Եվրասիա միջազգային համալսարանի, No 1, 2020, էջեր՝ 153-171:
41. Ավետիսյան Ս., Գրիգորյան Վ., Թովմասյան Գ., Շիրակի մարզում սահմանամերձ զբոսաշրջության զարգացման հիմնախնդիրները, «Աղետի գոտուց զարգացման գոտի...անցյալի դասերը և ժամանակի մարտահրավերները»: Միջազգային գիտաժողովի նյութերի ժողովածու.- Գյումրի: Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի Գյումրու մասնաճյուղ, 2020, էջեր՝ 37-42:
42. Թովմասյան Գ.Ռ., Զբոսաշրջության զարգացման հիմնախնդիրները Հայաստանի Հանրապետությունում (մենագրություն). -Երևան: Մեկնարկ ՍՊԸ, 2020, 622 էջ, ISBN 978-9939-0-3445-4
43. Ավետիսյան Ս., Թովմասյան Գ., Միրիջանյան Լ., Թաթոսյան Բ., Գալուստյան Ի., Ռուշանյան Ա., ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերի զբոսաշրջային ռեսուրսների վերլուծությունը, Բանբեր Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի, 2020, N 3, էջեր՝ 83-104:
44. Ավետիսյան Ս., Թովմասյան Գ., Միրիջանյան Լ., Թաթոսյան Բ., Գալուստյան Ի., Ռու-

- շանյան Ա., Ագրոգրոսաշրջության զարգացման միջազգային փորձի վերլուծությունը, Եվրասիա միջազգային համալսարանի Բանբեր, 2020, N 2, էջեր՝ 120-133:
45. Tovmasyan G., Avetisyan S., Galustyan I., Tatosyan K., Mirijanyan L., Rushanyan A., Agritourism development issues in rural places: evidence from Armenia, SocioEconomic Challenges, ARMG Publishing Rymaskogo-Korsakova st., 2, Sumy, Ukraine, 2020, Volume 4 Issue 4, pp. 29-38.
46. Tovmasyan G., Avetisyan S., Galustyan I., Tatosyan K., Mirijanyan L., Rushanyan A., Analyzing the demand of agritourism for international tourists in Armenia, Marketing and Management of Innovations 2020, N4, pp. 90-101 (Web of Science).
47. Tovmasyan G., Capital investments, tourist tax and tourism development: The case study of Armenia, Economics and Sociology, Centre of Sociological Research, 2021, 14(1), pp. 199-213. (Scopus, Web of Science).
48. Ավետիսյան Ա., Գրիգորյան Վ., Թովմասյան Գ., Հայաստանի Հանրապետության մարզերի գրոսաշրջային երթուղիները (Կոլեկտիվ մենագրություն), Երևան: Հեղ. հրատ., 2021. 305 էջ, ISBN 978-9939-0-3577-2
49. Ավետիսյան Ա., Թովմասյան Գ., Միրիջանյան Լ., Թաթոսյան Բ., Գալուստյան Ի., Ռուշանյան Ա., Ագրոգրոսաշրջության զարգացման հնարավորությունների գնահատումը ՀՀ մարզերում (ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերի օրինակով), (Կոլեկտիվ մենագրություն), Եր.: Տնտեսագետ, 2021, («Ամբերդ» մատենաշար), 142 էջ, ISBN 978-9939-61-219-5
50. Poghosyan K., Tovmasyan G., Modelling and Forecasting Domestic Tourism. Case Study from Armenia, SocioEconomic Challenges, 2021, 5(2), pp. 96-110, ARMG Publishing Rymaskogo-Korsakova st., 2, Sumy, Ukraine.
51. Մկրտչյան Ա., Թովմասյան Գ., Ներքին գրոսաշրջության զարգացման հեռանկարները ՀՀ-ում, Եվրասիա միջազգային համալսարանի Բանբեր, 2021, N1, էջեր՝ 59-72:
52. Գևորգյան Մ., Թովմասյան Գ., ՀՀ Արագածոտնի մարզի պատմամշակութային հուշարձանների ներգրավումը գրոսաշրջության ոլորտ և մարզում գրոսաշրջության զարգացման հնարավորությունների վերլուծությունը, ԵՊՀ, Պատմություն և մշակույթ, 2021, N1, էջեր՝ 188-198:
53. Tovmasyan G., Forecasting the Number of Incoming Tourists using ARIMA Model: Case Study from Armenia. Marketing and Management of Innovations, 2021, N3, pp. 139-148, Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymskiy-Korsakov Street 2, (Web of Science).
54. Tovmasyan G., Healthcare tourism in Armenia: opportunities and perspectives of development, Messenger of ASUE, N 5, 2021, pp. 107-126.
55. Թովմասյան Գ.Ռ., Զրոսաշրջությունը Հայաստանում. ներկա վիճակը և զարգացման հնարավորությունները (մենագրություն). – Եր.: Հեղ. հրատ., 2022.- 177 էջ, ISBN 978-9939-0-3925-1:
56. Tovmasyan G., Promoting Female Entrepreneurship in Tourism for Sustainable Development. Marketing and Management of Innovations, 2022, N 1, pp. 18-36. Sumy State University, Ukraine, 40007, Sumy, Rymskiy-Korsakov Street 2, (Web of Science).
57. Tovmasyan G., Gevorgyan M., The History, Culture and Architecture as a Potential of Urban Tourism Development: Evidence from Armenia. SocioEconomic Challenges, 2022, 6(2), pp. 42-49, ARMG Publishing Rymaskogo-Korsakova st., 2, Sumy, Ukraine.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ

Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.02 — "Экономика и управление народным хозяйством и его отраслями".

Защита диссертации состоится 9-ого декабря 2022 года, в 13:30, на заседании Специализированного совета по экономике 015 ВАК РА, при Ереванском государственном университете по адресу: 0009, г. Ереван, ул. Х. Абовяна 52.

Р Е З Ю М Е

Туризм объявлен приоритетным сектором экономики Армении. В Армении, учитывая существующий ресурсный потенциал, перспективы развития имеют основные виды туризма: религиозный, историко-культурный, санаторный, спортивно-приключенческий, лечебный, гастрономический, агро-, эко-, городской и др.. Армения еще не является известным туристическим направлением в мире. Основными препятствиями для развития туризма являются неполная законодательная база сектора, отсутствие программ развития для различных видов туризма, процесс статистического учета, маркетинговая деятельность, состояние инфраструктуры, пробелы в образовании и рынок труда и т.д. Необходимо изучить теоретические, методологические вопросы развития сферы, международный опыт управления и развития туризма, проанализировать текущее состояние и тенденции развития сферы, ресурсный потенциал основных видов туризма в Армении, что станет существенной основой для выявления проблем развития туризма и для разработки путей их решения.

Целью исследования является разработка теоретических, практических и концептуальных основ развития туризма в РА.

Научная новизна основных результатов заключается в следующем:

1. Было оценено влияние количества прибывающих и внутренних туристов, их расходов, а также влияние государственных расходов и капитальных вложений в сфере туризма на ВВП, занятость населения, на объем услуг по размещению и питанию с использованием статистических методов, также была оценена корреляция между туристическими услугами, ВВП и занятостью в Ереване и регионах РА.

2. Сделаны прогнозы количества въездных туристов в Армению по методу ARIMA, а также прогнозы количества внутренних туристов с помощью эконометрических статико-динамических моделей, в результате чего выявлены факторы, влияющие на внутренний туризм и оценено их влияние, и по результатам скользящей и рекурсивной моделей доказано, что результаты прогноза роста числа туристов, полученные по маломасштабным моделям (AR, VAR и BVAR), статистически не отличаются от результатов прогноза, полученных с помощью сложных крупномасштабных моделей (FAAR, FAVAR и BFVAR), включающих множество факторов.

3. В результате анализа возможностей и препятствий для развития наиболее перспективных видов туризма в Республике Армения разработан ряд практико-концептуальных мероприятий, направленных на разработку стратегических программ их продвижения, реализации маркетинговых мероприятий, организации новых маршрутов и др.

4. Проведен сравнительный корреляционный анализ между государственными расходами на маркетинг и развитие туризма и количеством въездных туристов и доходами от

въездного туризма для Армении и 40 стран, а также проанализированы маркетинговые мероприятия в области туризма, проводимые в Республике Армения, и были сделаны соответствующие рекомендации для улучшения туристического маркетинга и брендинга.

5. Для оценки качества гостиничных услуг был разработан специальный инструмент - ARMQUAL, с помощью которого оценивалось качество предоставляемых услуг в гостиницах путем указания основных параметров качества услуг, результаты анализировались с использованием матрицы анализа важности-эффективности, проведены оценки взаимосвязей статистической значимости между основными показателями.

6. Для оценки удовлетворенности туристов была разработана модель и анкета, которые использовались для расчета индекса удовлетворенности туристов в результате опросов, проведенных среди прибывающих туристов, результаты были проанализированы с помощью матрицы анализа важности-эффективности, и были представлены обоснованные подходы по решению выявленных проблем.

7. Изучая образовательные программы учреждений и образовательных центров, оказывающих туристические образовательные услуги, и сравнивая их с требованиями рабочих мест в сфере туризма на рынке труда, а также на основании опросов, проводимых среди студентов, выпускников, государственных и частных организаций в области туризма разработан комплекс мер по совершенствованию образовательных программ образовательных учреждений и подготовке специалистов, обладающих практическими навыками и умениями для данной сферы, расширению внутреннего и международного сотрудничества образовательных учреждений и расширению их материально-технической базы, а также обеспечение качества и контроль образовательных услуг.

TOURISM DEVELOPMENT ISSUES IN THE REPUBLIC OF ARMENIA

The abstract of the thesis for receiving the degree of Doctor of Economics (specialty 08.00.02 — “Economy, the economics of its spheres and control”).

The defense of the thesis will take place at 13:30, on December 9, 2022, at the session of the 015 Specialized Council of Economics of the SCC of RA functioning at Yerevan State University: Yerevan, 0009, Abovyan 52.

A B S T R A C T

Tourism is declared as a priority sector of the economy in Armenia. In Armenia, taking into account the existing resource potential, the following main types of tourism have great development prospects: religious, historical-cultural, spa-resort, sports-adventure, medical, gastronomic, agro-, eco-, urban, etc.. Armenia is not yet a popular tourist destination in the world. The main obstacles of tourism development are: incomplete legislation, the lack of development programs for different types of tourism, statistics, marketing activities, the state of infrastructures, gaps in the education and labor market, etc. It is necessary to study the theoretical, methodological issues of the sphere development, the international experience, to analyze the current state of tourism and its development tendencies, the resource potential of the main types of tourism in Armenia, which will become an essential basis for revealing the main problems for development and find solutions for them.

The aim of the research is to elaborate theoretical, practical and conceptual bases for tourism development in the RA.

The scientific novelty of the thesis is as follows:

1. The impact of the number of incoming and domestic tourists, their expenditures, as well as the impact of state expenditures and capital investments in tourism sphere on GDP, employment, on the volume of accommodation and catering services was assessed by using statistical methods, correlation between tourism services, GDP and employment in Yerevan and regions of the RA was assessed.

2. Predictions of the number of incoming tourists to Armenia were made by ARIMA method, as well as forecasts of the number of domestic tourists with the help of econometric static-dynamic models, as a result of which the factors influencing domestic tourism were identified and their impact was assessed, and based on the results of rolling and recursive models, it was proved that the forecast results of the growth of the number of tourists obtained by small-scale models (AR, VAR and BVAR) are not statistically different from the forecast results obtained by complex large-scale models (FAAR, FAVAR and BFAVAR) including many factors.

3. As a result of the analysis of the opportunities and obstacles for the development of the most promising types of tourism in the Republic of Armenia, a number of practical-conceptual measures have been elaborated, aimed at the development of strategic programs for their advancement, implementation of marketing measures, organization of new routes, etc.

4. A comparative correlation analysis was carried out between the state expenditures for tourism marketing and development and number of inbound tourists and receipts from inbound tourism for Armenia and 40 countries, also tourism marketing activities carried out in the Republic

of Armenia were analyzed and appropriate recommendations were made for the improvement of tourism marketing and branding.

5. In order to assess the quality of hotel services, a special tool was developed - ARMQUAL, with the help of which the quality of services provided in hotels was assessed by specifying the main parameters of services' quality, the results were analyzed using the Importance-Performance analysis matrix, assessment of the statistical significance relationships between the main indicators was performed.

6. A tourist satisfaction assessment model and questionnaire was developed, which was used to calculate the tourist satisfaction index as a result of surveys conducted among incoming tourists, the results were analyzed through the Importance-Performance analysis matrix, and reasonable approaches were presented to solve the identified problems.

7. By studying the educational programs of institutions and education centers providing tourism educational services and comparing them with the requirements of the tourism jobs in labor market, as well as based on the surveys conducted among students, graduates, public and private organizations in the field of tourism, a package of measures has been elaborated towards improving educational programs of educational institutions and preparing specialists with practical skills and abilities for the field, enlargement of internal and international cooperation of educational institutions and expansion of their material and technical base, as well as quality assurance and control of educational services.

