



PROMOTING HERITAGE - AND CULTURE - BASED EXPERIENTIAL TOURISM IN THE BLACK SEA BASIN

Project No BSB-1145



Տարածաշրջանային կարիքների գնահատման հաշվետվություններ
PRO EXTOUR ծրագրի երկրներում և ՍԱԵ-ում փորձառական զբոսաշրջության զարգացման
համար

COMMON BORDERS. COMMON SOLUTIONS.



Տարածաշրջանային կարիքների գնահատման հաշվետվություններ

PRO EXTOUR ծրագրի երկրներում և ՍԱԵ-ում փորձառական զբոսաշրջության զարգացման համար

Հունվար 2021 թ.



Հեղինակներ և երախտիքներ

Վառնայի մենեջմենթի համալսարանին (ՎՄՀ)

ՏԿԳՀ՝ ՍԱԵ Տարածաշրջանի համար

Արիստոտելի Սալոնիկի համալսարանին (ԱՄՀ)

ՏԿԳՀ՝ Հունաստանի համար

City_Space_Flux հետազոտական խումբ

Աթինա Յաննակու, ԱՄՀ պրոֆեսոր

Անգելինա Ապոստոլու, ԱՄՀ գիտաշխատող

Վասիլիկի Բիրու-Աթանասիու, ԱՄՀ գիտաշխատող

ԱՄՀ PRO-EXTOUR ծրագրի համակարգող՝

Ապոստոլու Պապագիաննակիս, ԱՄՀ դոցենտ, PRO-EXTOUR ծրագրի համակարգող

Հաշվետվության պատրաստման աջակցել են՝

ԱՄՀ ասիստենտ Աթինա Վիտոպուլուն աջակցել է քննարկումներին:

ԱՄՀ գիտաշխատող Կոնստանտինա Դիմիտրա Սալատան և ՄՀ ասպիրանտ Դիմիտրիոս Անգելիսն աջակցել են վիճակագրական տվյալների վերլուծությանը:

Վրաստանի արվեստի և մշակույթի կենտրոնին (ՎԱՄԿ)

ՏԿԳՀ՝ Վրաստանի համար

Լելա Խարտիշվիլի, ՎԱՄԿ PRO-EXTOUR ծրագրի զբոսաշրջության փորձագետ/գիտաշխատող

Մարիամ Դվալիշվիլի, ՎԱՄԿ PRO-EXTOUR ծրագրի ղեկավար

Նաթիա Տրապաիձե, ՎԱՄԿ PRO-EXTOUR ծրագրի համակարգող

Մարիամ Կախնիաշվիլի, ՎԱՄԿ PRO-EXTOUR ծրագրի օգնական

Երևանի պետական համալսարանին (ԵՊՀ)

ՏԿԳՀ՝ Հայաստանի համար

Գոռ Ալեքսանյան, ԵՊՀ դոցենտ, հետազոտող

Սեյրան Սուվարյան, ԵՊՀ դոցենտ, հետազոտող

Ալեքսանդր Մարկարով, ԵՊՀ պրոֆեսոր, PRO-EXTOUR ծրագրի համակարգող

Խոհարարական արվեստի և հյուրընկալության

ասոցիացիային (ԽԱՀԱ)

ՏԿԳՀ՝ Բուլղարիայի համար

Հեղինակային իրավունք © 2020 PRO EXTOUR PROJECT

Բոլոր իրավունքները պաշտպանված են: Ամբողջ հրատարակության կամ դրա մասի վերարտադրումը և տարածումը թույլատրվում է, բացառությամբ առևտրային նպատակների համար, պայմանով, որ հղումներում որպես սկզբնաղբյուր նշվի ծրագրի գործընկերությունը:

Սույն հրապարակումը պատրաստվել է Եվրամիության ֆինանսական օժանդակությամբ: Այս հրապարակման բովանդակության համար պատասխանատվություն են կրում բացառապես հեղինակները, և այստեղ որևէ կերպ չեն արտացոլված Եվրամիության տեսակետները:

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ՀԱՊԱԿՈՒՄՆԵՐ

ՆԱԽԱԲԱՆ

ՏԱՐԱԾԱՇՐՋԱՆԱՅԻՆ ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆ՝ ՀԱՅԱՍՏԱՆ

1. Ընդհանուր ակնարկ Հայստանի Հանրապետության (ՀՀ) մասին
2. ՀՀ տնտեսական պրոֆիլը
3. ՀՀ զբոսաշրջության ընդհանուր բնութագիրը
4. Մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջությունը (ՄԺՀՓՉ) ՀՀ-ում
5. Կայունությունը և նորարարությունը ՀՀ ՄԺՀՓՉ մեջ
6. Հիմնական եզրակացությունները

ՏԱՐԱԾԱՇՐՋԱՆԱՅԻՆ ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆ՝ ԲՈՒԼԴԱՐԻԱ

1. Երկրի պրոֆիլը. Բուլղարիան և ՍԱԵ տարածաշրջանը
2. Երկրի և ՍԱԾՈՎյան տարածաշրջանի զբոսաշրջության համակարգը
3. Չբոսաշրջության կառավարումը Բուլղարիայում
4. Բուլղարիայում և իրավասու շրջաններում ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման ռեսուրսները
5. Բուլղարիայում և իրավասու տարածաշրջանում մշակույթի և ժառանգականության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման վերաբերյալ շահագրգիռ կողմերի վերաբերմունքի և ընկալումների ուսումնասիրություն
6. Եզրակացություններ

ՏԱՐԱԾԱՇՐՋԱՆԱՅԻՆ ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆ` ՎՐԱՍՏԱՆ

1. Ընդհանուր ակնարկ երկրի մասին
2. Չբուսաշրջության համակարգը Վրաստանում
3. Մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառության զբոսաշրջությունը (ՄԺՅՓՁ) Վրաստանում
4. ՄԺՅՓՁ-ի զարգացման կարիքներն ըստ հետազոտության արդյունքների
5. Արդյունքների վերլուծություն և ամփոփում

ՏԱՐԱԾԱՇՐՋԱՆԱՅԻՆ ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆ` ՀՈՒՆԱՍՏԱՆ

1. ՍԱԵ-Հ տարածաշրջանային տնտեսական պրոֆիլը, զբոսաշրջության ոլորտի մասնաբաժինը և մշակութային ոլորտների զարգացումը
2. Ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջությունը ՍԱԵ-Հ տարածաշրջանում. առանձնահատկությունները, հիմնական խնդիրները և կարիքները
3. Եզրակացություն` հնարավորություններ և գործողությունների հետ կապված հետևություններ

ՏԱՐԱԾԱՇՐՋԱՆԱՅԻՆ ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆ` ՌՈՒՄԻՆԻԱ, ՄՈՆԴՈՎԱ, ՈՒԿՐԱԻՆԱ ԵՎ ԹՈՒՐԹԻԱՅԻ ՍԵՎԾՈՎՅԱՆ ԱՎԱՉԱՆ

1. Ռումինիայի, Մոլդովայի, Ուկրաինայի և Թուրքիայի զբոսաշրջության համակարգերը և փորձառական առաջարկների հնարավորությունները
2. Ռումինիայում, Մոլդովայում, Ուկրաինայում և Թուրքիայի Սևծովյան ավազանում մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման վերաբերյալ շահագրգիռ կողմերի վերաբերմունքի և ընկալումների ուսումնասիրություն
3. Եզրակացություններ և գործողությունների հետ կապված հետևություններ

ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԱՂԲՅՈՒՐՆԵՐ

ՀԱՊԱՎՈՒՄՆԵՐ

ԱՅ	Ասոցիացիայի համաձայնագիր
ՍԱԵ	Սև ծովյան ավազանի երկրներ
ՍՀ	Սև ծովյան հանձնաժողով/ Սև ծովն աղտոտումից պաշտպանելու հանձնաժողով
ՍՏՀ	Սև ծովյան տնտեսական համագործակցություն
ԴԿԿ	Դեստինացիաների կառավարման կազմակերպություն
ԵՀԳԳԶԾ	Եվրոպական հարևանության գյուղատնտեսության և գյուղի զարգացման ծրագիր
ՓԶ	Փորձառական զբոսաշրջություն
ԵՄ	Եվրոպական Միություն
ՕՈԻԼ	Օտարերկրյա ուղղակի ներդրումներ
ՀՆԱ	Համախառն ներքին արդյունք
ՎԶԱՎ	Վրաստանի զբոսաշրջության Ազգային Վարչություն
ՄԺՀՓԶ	Մշակույթի և Ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջություն
ԲԳԼ	Վրաստանի բնապահպանության և գյուղատնտեսության նախարարություն
ԿԳՀ	Կարիքների գնահատման հաշվետվություն
ՀԿ	Հասարակական կազմակերպություն
ՊՄՀՀ	Պետություն-մասնավոր հատված համագործակցություն
ՀՀ	Հայաստանի Հանրապետություն
ԳՄԾ	Գործողությունների մարզային ծրագիր
ՓՄԶ	Փոքր կամ միջին ձեռնարկություն
ԶՓԶ	Զբոսաշրջության փոքր ձեռնարկություն
ԶԳ	Զբոսաշրջային գործակալություն
ՏՕ	Տուրօպերատորներ
ՅՈՒՆԵՍԿՕ	ՄԱԿ-ի կրթական, գիտական և մշակութային կազմակերպություն
ՃԶՀԽ	Ճանապարհորդության և զբոսաշրջության համաշխարհային խորհուրդ

ՆԱԽԱԲԱՆ

Սույն փաստաթղթում համախմբված են կարիքների գնահատման 5 տարածաշրջանային հաշվետվություններ (ՏԿԳՅներ), որտեղ սահմանվում են ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված զբոսաշրջության զարգացման հնարավորությունները Հայաստանում, Բուլղարիայում, Վրաստանում և Հունաստանում, որոնք ներկայացված են PRO EXTOUT ծրագրում և ամբողջ ՍԱԾՈՎյան ավազանի երկրներում: Փաստաթուղթը պրոֆիլավորում է փորձառական զբոսաշրջության թիրախները և ուշադրություն է հրավիրում փորձառական տնտեսության հեռանկարային օգուտների վրա՝ զբոսաշրջությունը և հյուրընկալությունը COVID-19-ի համավարակին և հետհամավարակին հարմարեցնելու իրավիճակից վերականգնվելու համար:

ՏԿԳՅները բացահայտում են երկրների՝ ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված իրական փորձառություն առաջարկելու ներուժը, նախանշում են փորձառական գործողությունների զարգացման միջավայրն ու ռեսուրսները, ուսումնասիրում են զբոսաշրջության ոլորտի առանձնահատկությունները, այցելուների պրոֆիլը, զբոսաշրջության առաջարկները և ձեռնարկությունները, ժառանգության և մշակույթի օգտագործումը՝ զբոսաշրջային գրավչություններ ստեղծելու համար, առկա ռազմավարությունները և քաղաքականությանները, ինչպես նաև գնահատում են հիմնախնդիրների հիմնական ուղղությունները և զարգացման մարտահրավերները՝ քաղաքականության ձևավորման և բիզնեսի մակարդակի վրա հիմնված վերականգնողական գործողությունները նախանշելու համար:

Կարիքների գնահատումը կատարվել է առաջնային և երկրորդային հետազոտությունների արդյունքում՝ ընդհանուր մեթոդաբանության կիրառմամբ, որոնցում ընդգրկվել են ՍԱԾ տարածաշրջանին պատկանող բոլոր երկրները: PRO EXTOUT ծրագրի գործընկեր հաստատությունները ներկայացնող փորձագետների համատեղ հետազոտական խումբը միասին քննարկել է ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության սահմանումն ու հայեցակարգը, աշխատանքի հիմնական սկզբունքները, ուղղորդող սկզբունքներն ու շրջանակը, որոնց պետք է հետևել համեմատելի և օգտակար փաստաթղթեր ստանալու համար, որոնք հարմարեցված են առանձին երկրների և ամբողջ տարածաշրջանի կարիքներին:

Կարիքների գնահատման մանրամասն վերլուծությունները և հետազոտության մշակված արդյունքները կիրառարկվեն անգլերեն լեզվով PRO EXTOUT ծրագրի ինտերնետային կայքում, որին հետագայում կարելի է հղում կատարել: Սույն փաստաթղթում ներկայացված են միայն գործողությունների հիմնական բացահայտումներն ու արդյունքները, և այն հասանելի է անգլերեն, հայերեն, բուլղարերեն, վրացերեն և հունարեն լեզուներով:

Ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության սահմանումը

Ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջությունը (ՄԺՅՓԶ) ճանապարհորդության սոցիալական և էկոլոգիական գործողությունների ու ծառայությունների փաթեթ է, որն առաջարկում է ժառանգության և մշակույթի հիշարժան փորձառություն և մեկնաբանություն, որոնք ճանապարհորդներին հանգեցնում են ինքնաբացահայտման, նոր ներդրումնման և ոգեշնչման:

Common borders. Common solutions.

ՄԺՀՓԶ-ի շնորհիվ ճանապարհորդներն ընկալում են տեղանքի պատմությունը, մարդկանց և մշակույթը, իսկ տեղի բնակիչները գնահատում են իրենց մշակութային արժեքները: Հետևաբար, այն նպաստում է ժառանգության և կենդանի մշակույթի պահպանմանը, ռեսուրսների կայուն օգտագործմանը, ունի տարածաշրջանային հավելյալ արժեք և օգուտ է բերում հյուրընկալող համայնքին:

Հայեցակարգը

Ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջությունը (ՄԺՀՓԶ) զբոսաշրջային գործողությունների համատեղ ստեղծման և կազմակերպման հայեցակարգ է, որը հիմնված է կայուն զբոսաշրջության հիմնական սկզբունքներից մեկի վրա՝ «հարգել ընդունող համայնքների սոցիալ-մշակութային իսկությունը, պահպանել նրանց կառուցած և կենդանի մշակութային ժառանգությունն ու ավանդական արժեքները և նպաստել միջմշակութային ընկալմանն ու հանդուրժողականությանը»:

Փորձառական զբոսաշրջությունը մոտեցում է, որը հիմնված է այցելուների և իրենց այցելած վայրի միջև հուզական, ֆիզիկական, հոգևոր կամ մտավոր կապ հաստատելու վրա: Այն ներգրավում է զբոսաշրջիկներին անհատական, զգայական, իմաստալից և փոխակերպվող մի շարք հիշարժան ճանապարհորդական գործողությունների մեջ:

ՏԱՐԱԾԱՇՐՋԱՆԱՅԻՆ ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆ՝ ՀԱՅԱՍՏԱՆ

Ամբողջ աշխարհում, այդ թվում և Հայաստանում, վերջին 20 տարիներն աչքի են ընկել զբոսաշրջության առաջանցիկ զարգացմամբ: Նմանատիպ զարգացումը չէր կարող չազդել միջմշակութային հաղորդակցության մակարդակի բարձրացման և զբոսաշրջիկների՝ այլ երկրների մշակութային ժառանգությանն առավել մոտիկից ծանոթանալու կամ մասնակիցը դառնալու ցանկության առաջացման վրա: Վերջինս արտահայտվեց, այսպես կոչված, փորձառական զբոսաշրջության առաջացման տեսքով՝ որպես զբոսաշրջության կազմակերպման, իրականացման, զարգացման նոր մոտեցում, որը վերջին տարիներին սկսեց զարգանալ նաև Հայաստանում՝ դառնալով դեպի մեր երկիր զբոսաշրջային հոսքերի ավելացման և կայուն զբոսաշրջության զարգացման կարևոր գործոն: Այն կայուն տեմպերով սկսեց զարգանալ մեր երկրում՝ պայմանավորված Հայաստանի հարուստ պատմության և նյութական ու ոչ նյութական մշակութային հարուստ ժառանգությամբ, այնպիսի ժառանգության, որն ունի ինչպես տեղական, տարածաշրջանային, այնպես էլ՝ համաշխարհային նշանակություն: Չարգացմանը նպաստեցին նաև մի շարք միջազգային կազմակերպությունների իրականացրած ծրագրերը, տեղական գիտական և կրթական ռեսուրսները, հայ ազգի հյուրընկալ լինելու հանգամանքը: Այդ իսկ պատճառով էլ, ՀՀ-ում առաջացավ փորձառական զբոսաշրջության համակարգային կիրառման և զարգացման անհարժեշտություն՝ հիմնված կարիքների վերլուծության և կոնկրետ գործողությունների պլանի տեսքով:

1. Ընդհանուր ակնարկ Հայաստանի Հանրապետության (ՀՀ) մասին

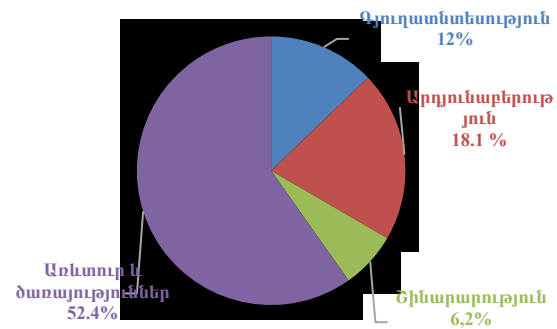
Այսօրվա Հայաստանի Հանրապետությունը զբաղեցնում է Հայկական լեռնաշխարհի հյուսիս-արևելյան մասը (վերջինս գտնվում է Փոթրասիական և Իրանական բարձրավանդակների հարևանությամբ) [2]: Հայաստանը, լինելով աշխարհի հնագույն երկրներից, իսկ հայ

Ժողովուրդը՝ աշխարհի հնագույն ժողովուրդներից մեկը (Ք.Ա. 3-2-րդ հազարամյակ), իր ներկայիս տարածքում անկախություն է ձեռք բերել 1991թ. սեպտեմբերի 21-ին՝ մինչ այդ, պատմական տարբեր ժամանակաշրջաններում ձեռք բերելով և կորցնելով այն [1]: ՀՀ 2015 թ. սահմանադրական փոփոխությունների արդյունքում ըստ պետական կառավարման ձևի դարձել է խորհրդարանական հանրապետություն, որի ղեկավարը համարվում է խորհրդարանի կողմից ընտրված վարչապետը: Ներկայիս ՀՀ տարածքը կազմում է 29 743 քկմ: ՀՀ հյուսիսում սահմանակից է Վրաստանին, հարավում՝ Իրանի Իսլամական Հանրապետությանը, արևմուտքում՝ Թուրքիային, արևելքում և հարավ-արևմուտքում՝ Ադրբեջանին, արևելքում սահմանակցում է նաև դե յուրե դեռևս միջազգայնորեն չճանաչված Արցախի Հանրապետությանը: ՀՀ ունիտար երկիր է, որի տարածքը վարչականորեն բաժանված է 10 մարզերի և համայնքի կարգավիճակ ունեցող Երևան քաղաքի [2]: ՀՀ բնակչությունը 2020 թ. տվյալներով կազմում է 2 959 700 մարդ, որոնցից 63,9 %-ը քաղաքային (որոնք բնակվում է 49 քաղաքներում) [15]: ՀՀ մայրաքաղաքն է Երևանը՝ 1 084 000 բնակչությամբ: ՀՀ համարվում է միազգ երկիր, որի բնակչության 98,1%-ը հայեր են, ապրում են նաև ռուսներ, եզդիներ, ասորիներ, ուկրաինացիներ, վրացիներ, հույներ և այլն, իսկ բնակչությունը 99%-ը դավանում է քրիստոնեություն [15]:

2. ՀՀ տնտեսական պրոֆիլը

Սոցիալ-տնտեսական հիմնական մակրոցուցանիշներով արտահայտված մարդկային զարգացման ինդեքսով ՀՀ 2019 թ. գտնվում էր 81-րդ տեղում 189 երկրների շարքում՝ 0.776 ցուցանիշով [6], որը համարվում է բարձր ցուցանիշ: 2019 թ. տվյալներով ՀՀ ՀՆԱ-ն կազմել է մոտ 13 մլրդ ԱՄՆ դոլար, որը մեկ շնչի հաշվով կազմում է մոտ 4 400 ԱՄՆ դոլար: 2019 թ. տվյալներով աղքատության մակարդակը կազմում է 26,4%, տնտեսապես ակտիվ բնակչությունը կազմում է ընդհանուր բնակչության 41,7%-ը, որից զբաղվածների քանակը կազմում է 48,3%: Գործազրկության մակարդակը երկրում կազմում է մոտ 18%: Ներկայումս միջին ամսական անվանական աշխատավարձը կազմում է 182 673 դրամ (մոտ 350 \$ ԱՄՆ), իսկ նվազագույն աշխատավարձը՝ 68 000 դրամ (մոտ 120 \$ ԱՄՆ) [15]: ՀՀ տնտեսությունն, ըստ տնտեսական գործունեության առանցքային տեսակների¹,

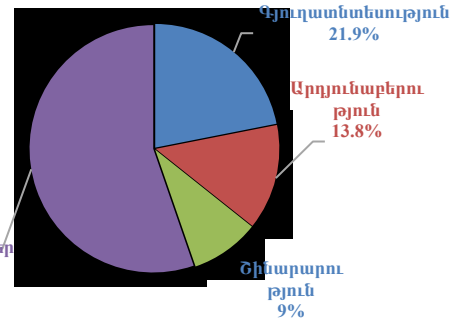
Գծապատկեր 1. Տնտեսական գործունեության հիմնական տեսակների մասնաբաժինը ՀՀ ՀՆԱ-ում (2019թ.) [15]



¹Տնտեսական գործունեությունը բաժանվում է երեք հիմնական սեկտորների՝ առաջնային (Գյուղատնտեսություն, անտառային տնտեսություն և ձկնորսություն, Հանքագործական արդյունաբերություն և բացահանքերի շահագործում), երկրորդային (Մշակող արդյունաբերություն, Էլեկտրականության, գազի, գոլորշու և լավորակ օդի մատակարարում, Ջրամատակարարում, կոյուղի, թափոնների կառավարում և վերամշակում, շինարարություն), երրորդային (Մեծածախ և մանրածախ առևտուր, ավտոմեքենաների և մոտոցիկլների նորոգում, Փոխադրումներ և պահեստային տնտեսություն, Կացության և հանրային սննդի կազմակերպում, Տեղեկատվություն և կապ, Ֆինանսական և ապահովագրական գործունեություն, Անշարժ գույքի հետ կապված գործունեություն, Մասնագիտական, գիտական և տեխնիկական գործունեություն, Վարչարարական և օժանդակ գործունեություն, Պետական կառավարում և պաշտպանություն, պարտադիր սոցիալական

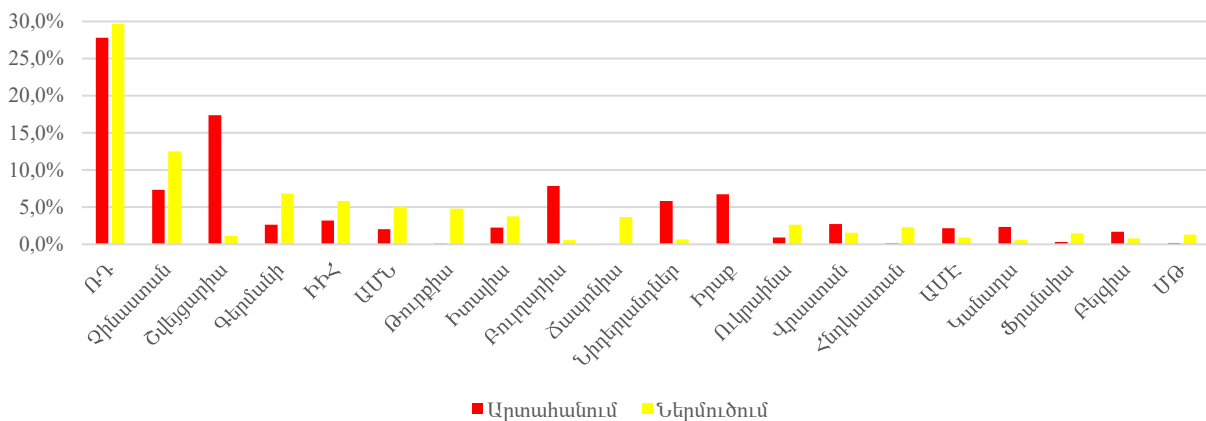
բաժանավում է հետևյալ խմբերի՝ գյուղատնտեսություն, արդյունաբերություն, շինարարություն, առևտուր և ծառայություններ: [15]. Ինչպես ցույց են տալիս գծապատկերներ 1-ը և 2-ը, ՀՀ տնտեսության մեջ թե՛ ՀՆԱ-ում ունեցած մասնաբաժնով, թե՛ բնակչության զբաղվածության քանակով առաջատարը ծառայությունների ոլորտն է, որը վկայում է վերջինիս՝ տնտեսության համար ունեցած կարևորության մասին, բայց, անհրաժեշտ է նշել, որ նման կառուցվածքը պայմանավորված է, ոչ այնքան ծառայությունների ոլորտի բարձր զարգացվածությամբ, որքան մյուս ոլորտների համեմատաբար ցածր զարգացվածությամբ:

Գծապատկեր 2. ՀՀ բնակչության զբաղվածությունը ըստ տնտեսական գործունեության հիմնական տեսակների (2019թ.) [15]



ՀՀ տնտեսության մեջ առևտրաշրջանառությունը 2019 թ.-ին կազմել է՝ արտահանումը՝ 2 636 616 000 ԱՄՆ դոլար, ներմուծումը՝ 5 553 269 000 ԱՄՆ դոլար, այսինքն՝ այն ունի բացասական հաշվեկշիռ՝ ներմուծումը գերազանցում է արտահանմանը:

Գծապատկեր 3. ՀՀ արտաքին և փոխադարձ առևտրի առավել բարձր ցուցանիշով գործընկերները (2019թ.) [16]



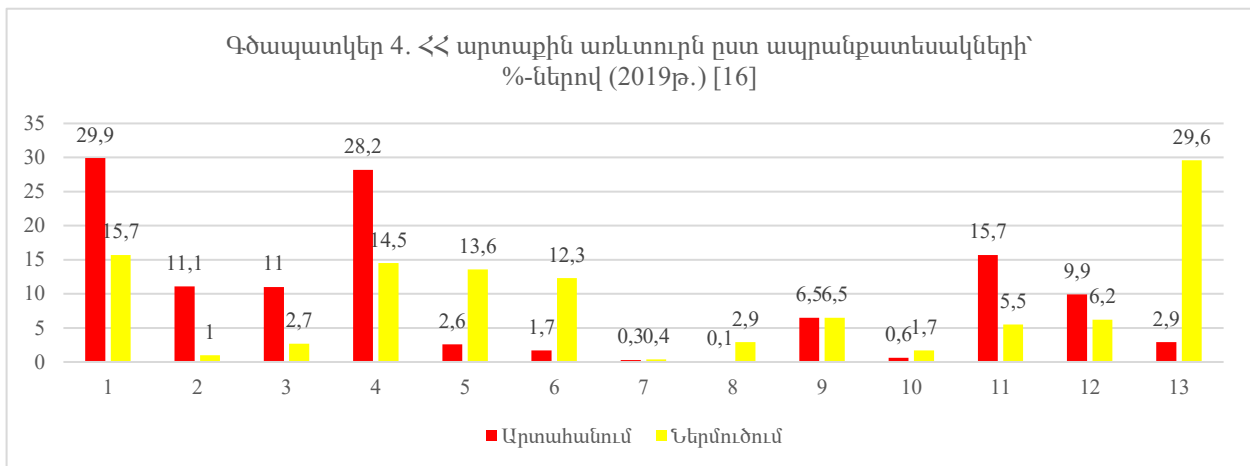
Ինչպես ցույց է տալիս գծապատկեր 3-ը, ՀՀ ամենամեծ առևտրաշրջանառությունն ունի ՌԴ-ի հետ, որին հաջորդում են Չինաստանը և Շվեյցարիան (2019թ): ՀՀ հետ ամենամեծ առևտրաշրջանառություն ունեցող երկրների ցանկից Սևծովյան տնտեսական

ապահովագրություն, Կրթություն, Առողջապահություն և բնակչության սոցիալական սպասարկում, Մշակույթ, զվարճություններ և հանգիստ, Մպասարկման այլ ծառայություններ, Տնային տնտեսությունների գործունեություն որպես գործատու, տնային տնտեսություններում չտարբերակված ապրանքների և ծառայությունների արտադրություն սեփական սպառման համար): Թվարկված տեսակները խմբավորված են ըստ տնտեսության հիմնական ճյուղերի՝ գյուղատնտեսություն, արդյունաբերություն, շինարարություն, առևտուր և ծառայություններ:

Common borders. Common solutions.

համագործակցության կազմակերպության (ՄՏՀԿ) մեջ են մտնում՝ ՌԴ, Թուրքիան, Բուլղարիան, Ուկրաինան, Վրաստանը: ՄՏՀԿ կազմի մեջ մտնող մյուս երկրների հետ նույնպես ՀՀ ունի առևտրաշրջանառություն (բացառությամբ Ադրբեյջանի), բայց պակաս ծավալներով:

Ինչպես ցույց է տալիս գծապատկեր 4-ը², ՀՀ հիմնականում արտահանում է սննդեղեն, գյուղատնտեսական հումք, հանքանյութեր և թանկարժեք քարեր ու մետաղներ, իսկ ներմուծում է մեքենաներ, սարքավորումներ և փոխադրամիջոցներ, սննդեղեն, գյուղատնտեսական հումք, հանքանյութեր, վառելիքաէներգետիկ ապրանքներ, քիմիական արտադրանք և կաուչուկ: Այսինքն՝ ՀՀ տնտեսությունը բավականին հումքատար տնտեսություն է՝ հիմնված գլխավորապես արդյունահանող, այլ ոչ թե մշակող և պատրաստի արտադրանք թողարկող տնտեսության ճյուղերի վրա:



Վերջին տասնամյակում տնտեսության զարգացման գերակա ուղղություն է հայտարարվել նաև զբոսաշրջությունը, որն արտաքին առևտրաշրջանառության մեջ իր ուրույն տեղն ունի և առավել մանրամասն կներկայացվի հաջորդ բաժնում: Վերջին տարիներին մեծ ծավալներով սկսել էր աճել զբոսաշրջության ունեցած մասնաբաժինը ՀՀ ՀՆԱ-ում: Ըստ ՃՀԻՄ-ի տվյալների 2019 թ. ՀՆԱ-ում մասնաբաժինը հասել էր 11,8%-ի, որի շնորհիվ ստեղծվել էր 124,600 աշխատատեղ (ընդհանուր զբաղվածների 12,5%-ը) և ապահովվել էր ընդհանուր արտահանման ծավալների 23,9 %-ը կամ 1, 253.7 մլն ԱՄՆ դոլար, որի 85%-ը ծախսվել է հանգստի ոլորտում, 15%-ը՝ բիզնես [5]: Իսկ ծառայությունների ոլորտում զբոսաշրջության հետ անմիջական առնչվող և նրա կառուցվածքների մաս կազմող տարրերը՝ կեցության և հանրային սննդի կազմակերպման ծառայությունները կազմում են ՀՆԱ 2,2%-ը, իսկ մշակույթի, գվարճությունների և հանգստի ծառայությունները՝ 6%-ը: Դրանցում համապատասխանաբար զբաղված են աշխատող բնակչության 3,1 %-ը և 1,8 %-ը [15]: ՃՀԻՄ մրցունակության ինդեքսով (2019թ.) ՀՀ 110 երկրների ցանկում զբաղեցնում էր 79-րդ տեղը 3,7 ցուցանիշով:

² 1- Սննդեղեն, գյուղական հումք, 2 - Ալկոհոլային, ոչ ալկոհոլային խմիչքներ, 3- Օխախտտ և հումք, 4- Հանքանյութեր, 5- Վառելիքա-էներգետիկ ապրանքներ, 6- Քիմիական արտադրանք, կաուչուկ, 7- Մորթի, կաշվե արտադրանք, 8- Փայտեղեն և թղթե արտադրանք, 9- Տեքստիլ, կոշիկեղեն, 10- Քարե, գիպսե արտադրանք, կերամիկա, ապակի, 11- Թանկարժեք քարեր, մետաղներ, 12- Մետաղներ և արտադրանք, 13-Մեքենաներ, սարքավորումներ, փոխադրամիջոցներ:

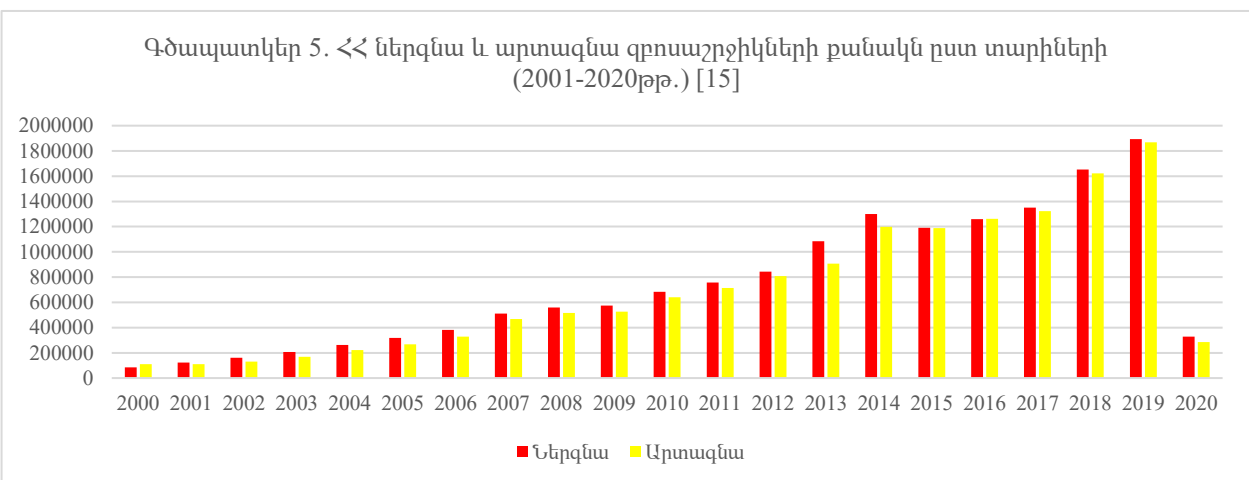
3. ՀՀ զբոսաշրջության ընդհանուր բնութագիրը

Ամբողջ աշխարհում, այդ թվում և Հայաստանում, վերջին 20 տարիներն աչքի են ընկել զբոսաշրջության առաջանցիկ զարգացմամբ: Դրա մասին են վկայում ինչպես միջազգային, այնպես էլ ներքին զբոսաշրջային հոսքերի աճը, զբոսաշրջության ոլորտում զբաղվածների թվաքանակի և ՀՆԱ-ում զբոսաշրջության մասնաբաժնի ավելացումը: Նմանատիպ աճը պայմանավորված էր մի շարք գործոններով, որոնցից կարևոր նշանակություն ունեցան՝ մարդկանց ազատ ժամանակի ավելացումը, վճարունակության բարձրացումը, միջպետական կայուն հարաբերությունների հաստատումը, երկրների միջև վիզային ռեժիմների չեղարկումը կամ դյուրացումը, նորագույն տեղեկատվական և հաղորդակցության միջոցների ու տեխնոլոգիաների զարգացումը և այլն:

Միջազգային զբոսաշրջությունը ՀՀ-ում

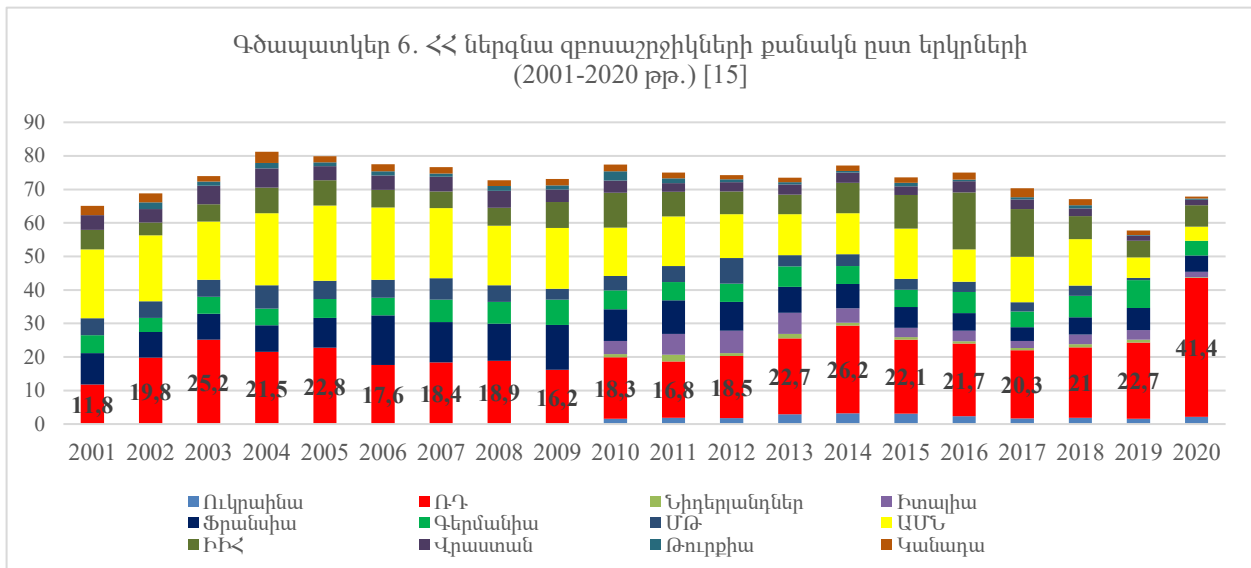
Միջազգային զբոսաշրջային հոսքերը (ներգնա և արտագնա) ՀՀ-ում վերջին երկու տասնամյակում կայուն աճել են, որով և պայմանավորված բարձրացել է զբոսաշրջության նշանակությունը տնտեսության մեջ և երկրի զարգացման ու միջազգային իմիջի բարձրացման համար³: Հաշվի առնելով նախորդ տարիների աճի տեմպերը՝ կանխատեսվում էր, որ 2020 թ. ներգնա զբոսաշրջիկների քանակը կգերազանցեր 2 մլն-ը, սակայն, COVID-19-ով պայմանավորված իրավիճակի հետևանքով, ինչպես ցույց է տալիս գծապատկեր 5-ը, ներգնա և արտագնա զբոսաշրջիկների քանակը կտրուկ նվազեց 2020 թ.-ին: Ընդ որում, 2020թ. գրանցված ցուցանիշի 70% այցելությունները եղել են մինչև մարտ ամիս՝ մինչև արտակարգ դրություն հայտարարելը և երկրի սահմանները փակելը: Նույն պատկերն է նաև արտագնա զբոսաշրջության պարագայում: Գծապատկեր 5-ը ցույց է տալիս, որ 2000 թ. համեմատությամբ 2019 թ. ներգնա զբոսաշրջային հոսքերն ավելացել են ավելի քան 22 անգամ՝ 84 461-ից հասնելով 1 894 377 զբոսաշրջիկի: Նմանատիպ պատկեր է նաև արտագնա զբոսաշրջության համար, որը նույն ժամանակահատվածում աճել է 17 անգամ՝ 111 250-ից հասնելով 1 867 888 զբոսաշրջիկի: Ընդ որում, ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների մեջ ավելանում է առանց տուրքայերատրոնների/գործակալությունների միջոցով այցելությունների քանակը, մասնավորապես՝ 2019 թ. այդ ընկերությունների ծառայություններից օգտվել են

Գծապատկեր 5. ՀՀ ներգնա և արտագնա զբոսաշրջիկների քանակն ըստ տարիների (2001-2020թթ.) [15]



³ 2020 թ.-ի տվյալները տրված են ըստ առաջին երեք եռամսյակների:

ներգա զբոսաշրջիկների ընդամենը 18%-ը, իսկ արտագնայինի դեպքում այդ ցուցանիշը չի գերազանցել 1%-ը [15]:

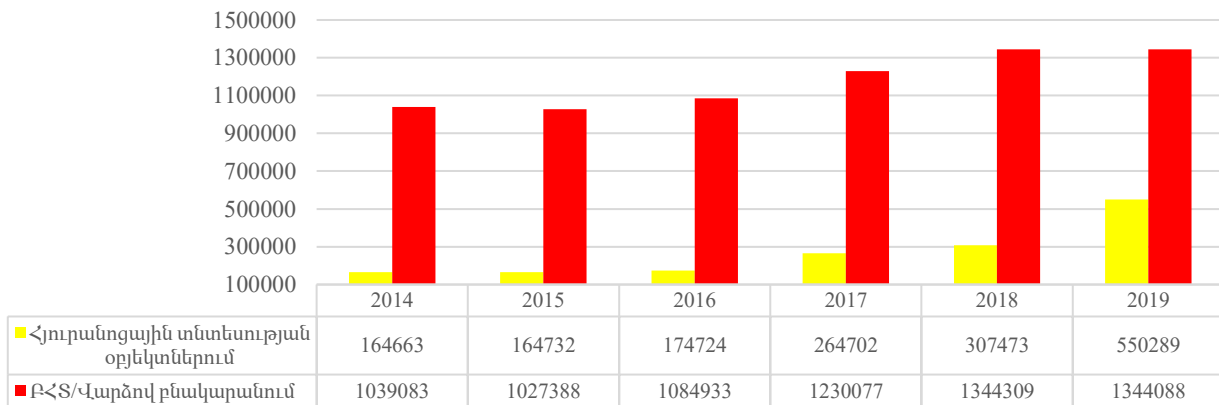


Ինչպես ցույց է տալիս գծապատկեր 6-ը, ՀՀ ունի, այսպես ասած, արդեն իսկ ձևավորված ներգնա զբոսաշրջության երկրներ, որոնցից այցելությունների քանակով 2000թ.-ից առաջատար է ՌԴ: Մյուս առաջատար երկիրը եղել է ԱՄՆ, սակայն ԱՄՆ-ից այցելությունների քանակի տեսակարար կշիռը ժամանակի ընթացքում նվազել է: Համեմատաբար կայուն են մնացել Ֆրանսիայից և Գերմանիայից այցելությունները, իսկ 2010 թ. ՀՀ համար զարգացող շուկաներ են դարձել Ուկրաինան, Նիդերլանդները և Իտալիան: Ընդ որում, ըստ այցելությունների առաջատար երեք հիմնական երկրները՝ ՌԴ, ԱՄՆ, Ֆրանսիա, համընկնում են նաև Հայկական Սփյուռքի հայերով ամենաշատ բնակեցված երեք առաջատար երկրների հետ (նույն հերթականությամբ): Անհարժեշտ է նշել, որ վերջին մի քանի տարիների ընթացքում այցելությունների դինամիկ աճ էր նկատվում նաև Մերձավոր Արևելքի երկրներից, Հարավային և Հարավ-արևելյան Ասիայի երկրներից, սակայն բաժարցակ թվով այդ երկրներից այցելությունների քանակը զգալիորեն գիջում էին նշված առաջատար երկրների ցուցանիշները [15]: Այս միտումները, եղած դինամիկան և առկա վիճակը հուշում են, թե որ երկրները պետք է դիտարկել որպես ՀՀ ներգնա զբոսաշրջության զարգացման առկա և հեռանկարային շուկաներ: Ինչպես տեսնում ենք, ներգնա զբոսաշրջային հոսքերի երկրներից ՄԱԿ երկրների անդամ են համարվում՝ ՌԴ, Ուկրաինան, Վրաստանը, Թուրքիան: Ներգնա այցելությունների մեջ՝ ըստ գիշերակացի օբյեկտներում գիշերելու ցուցանիշի, գերակշռում են բարեկամների, հարազատների տներում (ԲՀՏ) կամ վարձով բնակարաններում գիշերողները՝ հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում (հյուրանոցները, հյուրանոցատիպ հանգրվանները, առողջարանները, հանգստյան տները և այլն) գիշերողների համեմատությամբ:

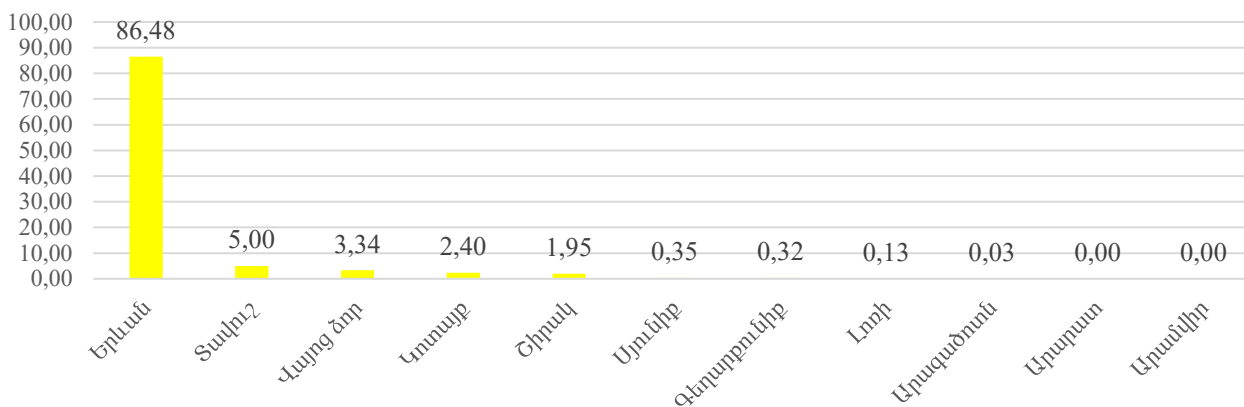
Սակայն հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում գիշերողների քանակը վերջին տարիների ընթացքում կայուն աճել է՝ 2019 թ. կազմելով մոտ 41%-ը (գծ. 7):

Չգալի տարբերություն է նկատվում նաև ներգնա զբոսաշրջիկների գիշերակացի աշխարհագրությունում: Նրանց մոտ 87%-ը գիշերում է երևան քաղաքում (գծ. 8):

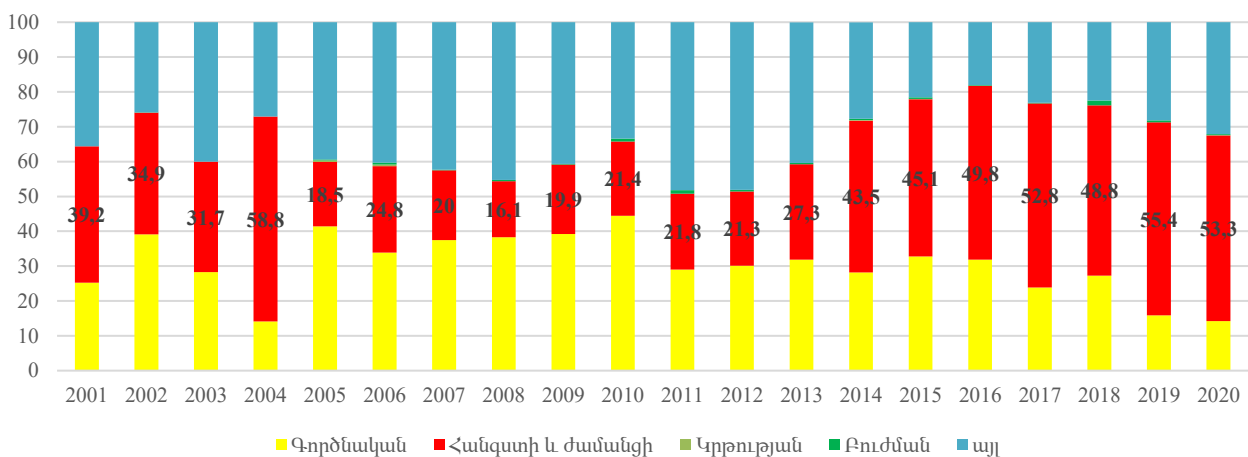
Գծապատկեր 7. Ներգնա զբոսաշրջիկների քանակն ըստ գիշերակացի օրյեկտների
(2014-2019 թթ.) [15]



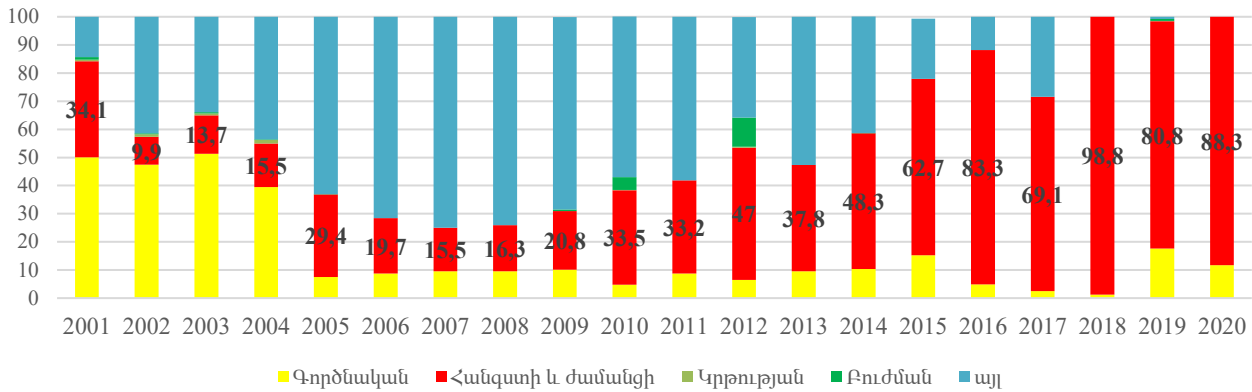
Գծապատկեր 8. ՀՀ հյուրանոցային տնտեսության օրյեկտներում հանգրվանած ներգնա զբոսաշրջիկների տեսակարար կշիռներն ըստ Երևան քաղաքի և մարզերի (2019 թ.) [15]



Գծապատկեր 9. ՀՀ ներգնա զբոսաշրջիկների տեսակար կշիռն ըստ այցելության նպատակի (2001-2020 թթ.) [15]



Գծապատկեր 10. ՀՀ արտագնա զբոսաշրջիկների տեսակար կշիռն ըստ այցելության նպատակի (2001-2020 թթ.) [15]

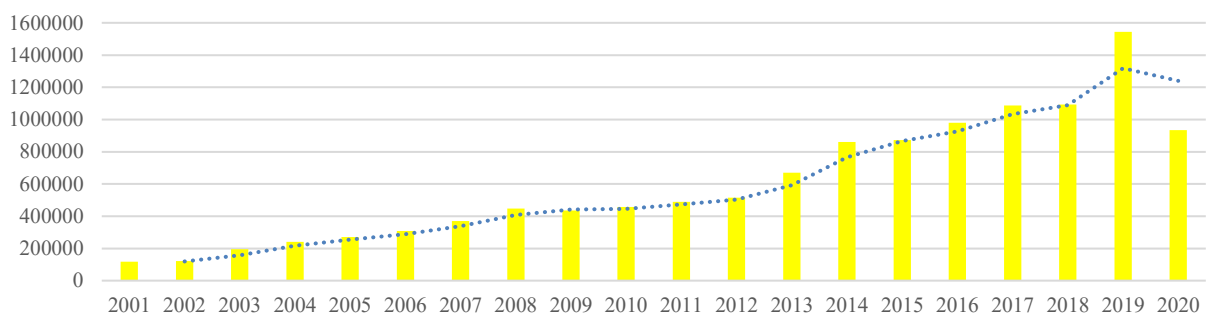


Գծապատկերներ 9-ից և 10-ից երևում է, որ թե՛ ներգնա, թե՛ արտագնա զբոսաշրջային հոսքերում, ըստ նպատակների, առաջատար են եղել հանգստի և ժամանցի ու գործնական այցելությունները: Տարիների ընթացքում այդ նպատակների՝ մեկը մյուսի հանդեպ, տեսակարար կշիռները փոփոխվել են, սակայն, սկսած 2014թ.-ից, մասնավորապես ներգնա զբոսաշրջային այցելություններում, գերակշռում են հանգստի և ժամանցի նպատակով այցելությունները, որոնք հիմնականում՝ ըստ առաջնահերթության, մոտիվացված են եղել հայկական մշակութային ժառանգությամբ, սննդով, հյուրընկալությամբ, բնությամբ, ծառայությունների որակով:

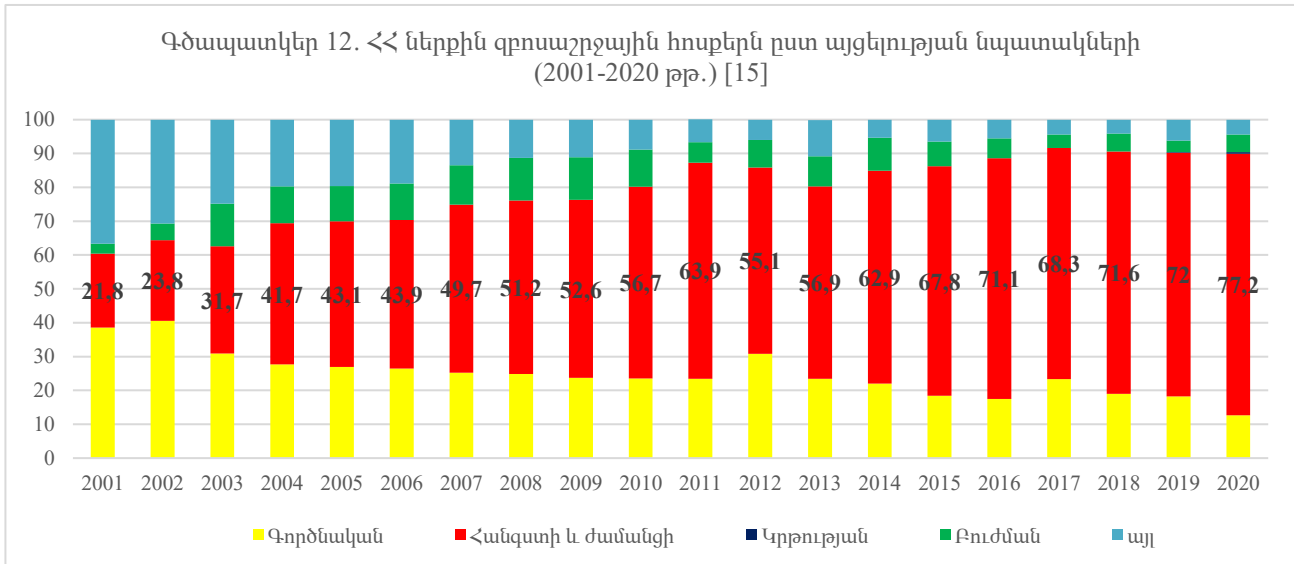
Ներքին զբոսաշրջությունը ՀՀ-ում

Ներքին զբոսաշրջությունը ՀՀ-ում՝ արտահայտված ներքին զբոսաշրջային հոսքերի տեսքով, նույնպես զարգացել է վերջին երկու տասնամյակների ընթացքում (գծ. 11): Այսինքն՝ Հայաստանում, 2019 թ.-ին յուրաքանչյուր երկրորդ քաղաքացին ճանապարհորդել է երկրի ներսում: Սակայն պետք է նաև ընդգծել, որ այդ ճանապարհորդությունների միայն մոտ 50%-ն է կազմակերպվել զբոսաշրջային ընկերությունների կողմից (որը գնալով նվազում է) և միայն մոտ 20%-ն է եղել գիշերակացով:

Գծապատկեր 11. ՀՀ ներքին զբոսաշրջիկների քանակն ըստ տարիների (2001-2020 թթ.) [15]



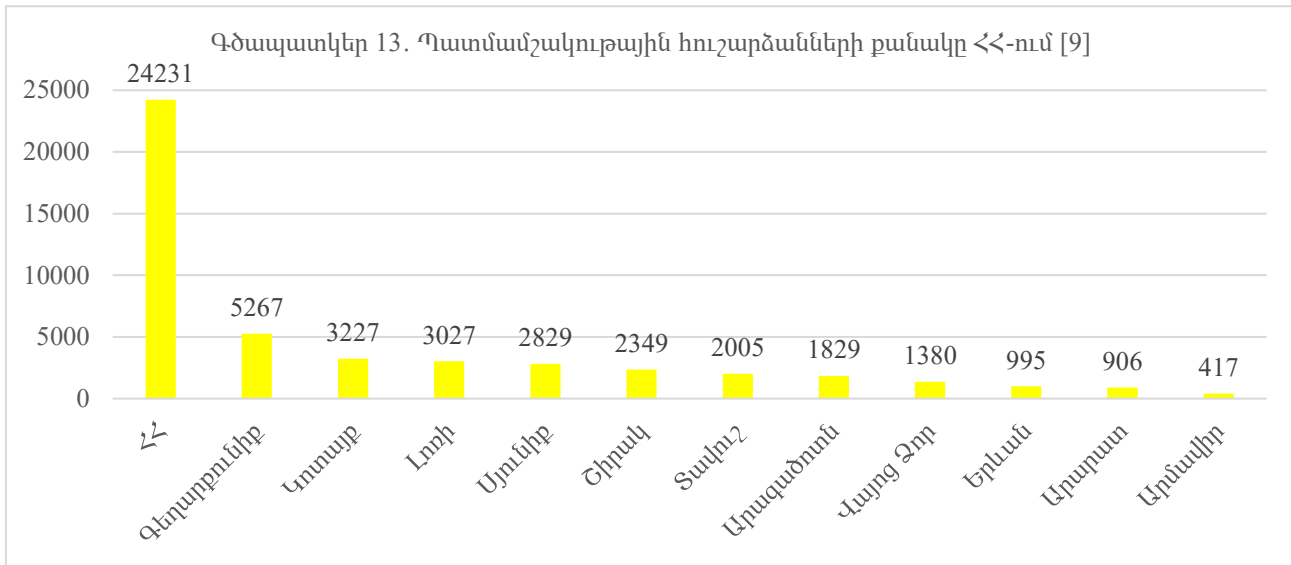
Գծապատկեր 12-ը ցույց է տալիս, որ ՀՀ ներքին զբոսաշրջային հոսքերում նույնպես գերակշռում են հանգստի և ժամանցի այցելությունները, բայց ի տարբերություն ներգնայի, այստեղ ըստ առաջնահերթության, որպես այցելությունների մոտիվացիա են համարվում բնությունը, որից հետո նոր մշակութային ժառանգությունը:



ՀՀ առանցքային զբոսաշրջային ռեսուրսները, արտադրանքները, մրցակցային առավելությունները

ՀՀ իր յուրահատուկ աշխարհագրական դիրքի, բնակլիմայական բազմազան պայմանների և հազարամյակների պատմության ու մշակույթի շնորհիվ աչքի է ընկնում բարձր զբոսաշրջային գրավչությամբ:

Ինչպես հայտնի է, Հայաստանը համարվում է աշխարհի հնագույն մշակույթ և պատմություն ունեցող երկրներից մեկը: Մասնավորապես՝ համաշխարհային նշանակություն է ստանում այն փաստը, որ Հայաստանն աշխարհի առաջին երկիրն է, որը պետական մակարդակով ընդունել է քրիստոնեությունը որպես պետական կրոն (301 թ.), որից հետո երկրի մշակույթն ուրույն կերպով հարստացել է քրիստոնեական ժառանգությամբ և արժեքներով՝ դառնալով նաև կրոնական ուղղվածության զբոսաշրջության զարգացման նախադրյալ: Ներկայումս ՀՀ-ում հաշվվում է շուրջ 24,231 պատմամշակութային հուշարձան (մեծ մասը խաչքարեր, եկեղեցիներ և վանքեր, ամրոցներ և բերդեր), որոնց լրացնում են նաև ազգային ավանդույթները, սովորույթները, ծեսերը, երաժշտությունը, պարերը, գիրն ու գրականությունը, խոհանոցը, հայկական հյուրընկալությունը/հյուրասիրությունը, հայկական ընտանիքը և ընտանեկան հարաբերությունները (գծ. 13) [9]:



Մշակութային նշված արժեքների և ժառանգության պահպանությունը և զբոսաշրջային նշանակությունը բարձրացնում է նաև ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի կողմից դրանց նկատմամբ հատուկ վերաբերմունքը (Աղյուսակ 1):

Աղյուսակ 1. ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի համաշխարհային ժառանգության ցանկում ներառված ՀՀ մշակութային ժառանգությունը [11,13]

No	Նյութական ժառանգության արժեքներ	Ոչ նյութական ժառանգության արժեքներ
1.	Էջմիածնի մայր տաճարն իր եկեղեցիներով և Չվարթնոց տաճարի հնագիտական հատվածը	Դուրդուկը և դուրդուկի երաժշտությունը
2.	Հաղպատ և Սանահին եկեղեցիները	Խաչքարերի մշակման արվեստը և սիմվոլիկան
3.	Գեղարդի վանական համալիրը և Ազատ գետի վերին հոսանքը	Հայոց դյուցազնավեպը՝ Սասունցի Դավիթը
4.	-	Լավաշը՝ պատրաստումը, նշանակությունը, դրսևորվումը որպես ազգային հաց
5.	-	Քոչարին՝ ազգային խմբային պարը
6.	-	Հայկական տառերը և դրանց մշակութային արտահայտությունը
7.	-	Ուխտագնացությունը դեպի Սուրբ Թադեոս առաքյալի վանք

Միաժամանակ կան նաև այլ մշակութային արժեքներ, որոնք հատուկ ուշադրության են արժանանում ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի կողմից, չնայած որ Աղյուսակում 1-ում թվարկվածների նման հատուկ կարգավիճակ չունեն, (օրինակ՝ Գառնիի հեթանոսական տաճարը, Տաթևի վանական համալիրը և Տաթևի Անապատը, Նորավանքը, Արենիի քարանձավում հայտնաբերված ավելի քան 5500 տարեկան կոշիկը և ավելի քան 6100 տարի վաղեմության գինեգործական համալիրը): Նշված մշակութային արժեքները բարձրացնում են ՀՀ-ն որպես մշակութային ժառանգության վրա հիմնված զբոսաշրջային դեստինացիա դառնալու ներուժը: ՀՀ-ում զբոսաշրջության զարգացումը սկսվեց հենց այս մշակութային արժեքների զբոսաշրջային փաթեթավորման հիման վրա, որը տեղի ունեցավ հատկապես 2000-ականներից սկսած: Սկզբնական շրջաններում գլխավոր զբոսաշրջային մշակութային արտադրանքներ համարվում էին մշակութային նյութական ժառանգության արժեքները (եկեղեցիները և վանքերը՝ ի թիվս վերոթվարկվածների նաև՝ Սևանավանքը, Հաղարծինը, Գոշավանքը, Մակարավանքը, բերդերը և ամրոցները՝ Էրեբունի, Ամբերդ, թանգարանները՝ Մատենադարան, Հայաստանի պատմության թանգարան, Սարդարապատի Պետական ազգագրական թանգարանը և այլն): Հետագայում՝ հատկապես վերջին տաս տարիներին, դրանց ավելացան (որպես առաջնային, այլ ոչ թե ուղեկցող զբոսաշրջային արտադրանք) նաև ոչ նյութական ժառանգության արժեքները, որոնց շնորհիվ երկրում ձևավորվեցին նոր զբոսաշրջային առաջարկներ՝ արտահայտված փառատոների (Արենիի գինում փառատոն, Տոլմայի փառատոն, Ջրի փառատոն (Վարդավառի տոն) և այլն), գաստրոզբոսաշրջության (գաստրոբակեր, ազգային-տեղական ռեստորաններ և այլն) և այլն, տեսքով:

Վերջին տասնամյակներում, հենց թվարկված մշակութային արժեքների (որպես զբոսաշրջային ռեսուրսներ) հիման վրա միջազգային զբոսաշրջային շուկայում դիրքավորվելու սկզբնական փուլերում (2000-ականների սկիզբ) ՀՀ-ն սկսեց դառնալ զբոսաշրջային դեստինացիա: Այդ ժամանակներից ի վեր, ՀՀ միջազգային զբոսաշրջային շուկայում գլխավորապես ներկայացել է որպես հիմնականում «մշակութային զբոսաշրջային արտադրանքներ» արտահանող երկիր: Այս իմաստով՝ մեր երկրում պատմամշակութային արժեքների վրա հիմնված զբոսաշրջության առանցքային տեսակներ են համարվում՝ կրոնական (պատմամշակութային) զբոսաշրջությունը, գինու զբոսաշրջությունը, խոհանոցային զբոսաշրջությունը:

ՀՀ աչքի է ընկնում նաև իր բազմազան բնակլիմայական առանձնահատկություններով: Այն գտնվում է Ալպ-Հիմալայան գեոսինկլինալային գոտում, ունի վառ արտահայտված լեռնային ռելիեֆ, որի և մերձաօդարձային կլիմայական գոտում գտնվելու շնորհիվ աչքի է ընկնում բնական պայմանների և լանդշաֆտների (անապատա-կիսանապատային, տափաստանային, անտառային, մարգագետնատափաստանային, ալպյան, մերձալպյան, ձնամերձ) բազմազանությամբ [2]: ՀՀ նման լեռնային բնույթը, ծովային ավազաններից հեռու լինելը և մերձարևադարձային անցումային կլիմայական գոտում գտնվելն իր ազդեցությունն է թողել երկրի կլիմայի առանձնահատկությունների վրա, որը նույնպես աչքի է ընկնում բազմազանությամբ (չոր մերձարևադարձայինից մինչև ձյունամերձ) և վառ արտահայտված տարվա 4 եղանակներով: ՀՀ ունի ցամաքային կլիմա, որը բնութագրվում է ամառվա և ձմեռվա ջերմաստիճանների մեծ տատանումներով՝ շոգ ամառներով և ցուրտ ձմեռներով:

ՀՀ աչքի է ընկնում նաև իր յուրահատուկ ջրային ռեսուրսներով՝ լեռնային շուրջ 9479 գետերով (Դեբեդ, Աղստև, Հրազդան, Քասաղ, Արփա, Որոտան և այլն), համեմատաբար

Common borders. Common solutions.

խոշոր շուրջ երկու տասնյակ լեռնային լճերով (Սևանա լիճ, Քարի լիճ, Պարզ լիճ, Գոշ և այլն), ջրվեժներով (Շաքիի, Ջերմուկի, Թռչկանի, Գեղարոտի և այլն), տարբեր քիմիական կազմ (թորիդ-հիդրոկարբոնատային, նատրիումկալցիումային, կալցիում-մագնեզիումային և այլն) ունեցող հանքային ջրերով (Ջերմուկի, Հանքավանի, Արզնիի, Դիլիջանի և այլն) [2]:

Այն տիպիկ լեռնային երկիր է, որի միջին բարձրությունը ծովի մակարդակից 1830 մ-ից ավելի է, իսկ առավելագույն բարձրության հասնում է Արագած լեռնագագաթում՝ 4090 մ: ՀՀ ռելիեֆն աչքի է ընկնում խիստ կտրտվածությամբ ու միաժամանակ և՛ դժվարամատչելիությամբ, և՛ դյուրամատչելիությամբ: Այն ըստ ծագման բաժանվում է ծալքաբեկորավոր և հրաբխային տեսակների, որի շնորհիվ առաջացել են ռելիեֆի բազմազան ձևեր՝ լեռնավահաններ, լեռնաշղթաներ, խնձափոխոններ (Որոտանի, Հրազդանի, Դեբեդի և այլն), քանարձավներ (Արջերի, Մոզրովի, Թռչնի, Մագիլի, Լաստիվերի և այլն) և այլն [2]:

Վերոնշյալ գործոններով և տարբեր ֆլորիստական և ֆաունիստական (Կովկասյան և Արևելամիջերկրածովյան) մարզերի խաչմերուկում գտնվելու շնորհիվ՝ ՀՀ աչքի է ընկնում նաև բազմազան բուսականության և աշխարհով: ՀՀ-ում հանդիպում են 3200 բարձրակարգ բուսատեսակ, որոնցից 120-ը էնդեմիկ են (պատատուկ հայկական, կաղնի արաքսյան, տորոն), իսկ կենդանատեսակներից ՀՀ-ում հանդիպում են 12000 տեսակ, որոնցից կաթնասուններ են 75-ը, թռչուններ՝ 302, սողուններ՝ 43, և ավելի քան 11000 անողնաշարավորներ: Այս կենդանատեսակներից որոշները հատուկ են միայն Հայկական լեռնաշխարհին և հարակից տարածքներին՝ հայկական վայրի ոչխար (մուֆլոն), բեզդարյան այծ, կովկասյան փասիան և այլն [3]:

Նման բազմազան բնական տարրերի և պայմանների պահպանությունը մարդու գործունեությունից պաշտպանելու համար առաջանում է դրանց պահպանության կարիք, որի արդյունքում ՀՀ-ում ստեղծվել են բնության հատուկ պահպանվող տարածքներ՝ 4 ազգային պարկեր (Սևան, Դիլիջան, Արևիկ, Արփի լիճ), երեք արգելոցներ (Էրեբունի, Շիկահող, Խոսրովի անտառ) և շուրջ 27 արգելավայրեր (Որդան կարմիր, Սոսու պուրակ և այլն), բնական հուշարձաններ (Սատանի կամուրջ, Արայի լեռ, Աժդահակ հրաբուխ, Ջերմուկի աղբյուրներ, Քասախի կիրճ, Հին Գորիս հրաբխային ապարներ և այլն) [2]:

Ներկայացված բնակլիմայական պայմանների հիման վրա ՀՀ-ում ձևավորվել է միջազգային և տեղական նշանակություն ունեցող բնահենք զբոսաշրջային արտադրանքներ՝ արտահայտված զբոսաշրջության հետևյալ տեսակներով՝ Էկոլոգիական, ռաֆտինգ, բուժական և առողջարանային, ձմեռային (լեռնադահուկային), արկածային, երկրաբանական (ճանաչողական, գիտական և քարանձավային), թռչնադիտումային, քայլարշավային, լեռնագնացության: Բնական պայմանների նման բազմազանությունն իր ազդեցությունն է թողել զբոսաշրջության սեզոնայնության վրա: Մասնավորապես՝ ՀՀ բարձր զբոսաշրջային սեզոն է համարվում ապրիլից-սեպտեմբեր ընկած հատվածը, որի ընթացքում ժամանում են ներգնա զբոսաշրջիկների շուրջ 60%-ը: ՀՀ բնակլիմայական պայմանների բազմազանությունն իր ազդեցությունն է թողել նաև ՀՀ ոչ նյութական մշակութային արժեքների ներքին տարածական առանձնահատկությունների առաջացման տեսքով՝ արտահայտված ինչպես բնական բարիքների հիման վրա ձևավորված խոհանոցի, այնպես էլ՝ մարդկանց մտածողության և կենցաղի վրա:

ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի կառավարումը

Զբոսաշրջության ոլորտի պետական կառավարումը ՀՀ-ում իրականացվում ոլորտի կառավարման երրորդ մոդելով, որի դեպքում զբոսաշրջության պետական կարգավորման գործառույթն իրականացվում է բազմաֆունկցիոնալ գերատեսչությունների կողմից: ՀՀ-ում այս մոդելի համաձայն Էկոնոմիկայի նախարարության կազմում գործում է Զբոսաշրջության կոմիտեն, որի նպատակն է զբոսաշրջության ոլորտի պետական քաղաքականության մշակումն ու իրականացման ապահովումը: Զբոսաշրջության ոլորտի պետական կառավարման տարր են համարվում մարզպետարաններում զբոսաշրջության զարգացման պատասխանատուները (մարզպետարանների զարգացման ծրագրերի, զբոսաշրջության և վերլուծության բաժնի շրջանակներում): Պետական կառավարման համար առանցքային գործիք է համարվում «Զբոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» ՀՀ օրենքը: Ներկայումս զբոսաշրջության ոլորտի պետական կառավարումն արդյունավետ դարձնելու համար մշակվել է ոլորտի զարգացման ռազմավարությունը 2020-2030 թթ. համար, որը դեռևս նախագծային փուլում է և չի հաստատվել կառավարության կողմից: Ընդհանուր առմամբ, ոլորտի առանցքային մաս կամող բաղադրիչները՝ ձեռնարկությունները, իրենց գործունեությունը կառավարում են ՀՀ համապատասխան օրենքներով, որոնցից ոլորտի համար առաջնային նշանակություն ունեն «Առևտրի և ծառայությունների մասին» ՀՀ օրենք, ՀՀ «Հարկային օրենսգիրքը», ՀՀ «Քաղաքացիական օրենսգիրքը», «Սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքը, «Օտարերկրացիների մասին» մասին ՀՀ օրենքը, «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքը, «Սննդամթերքի անվտանգության մասին» ՀՀ օրենքը:

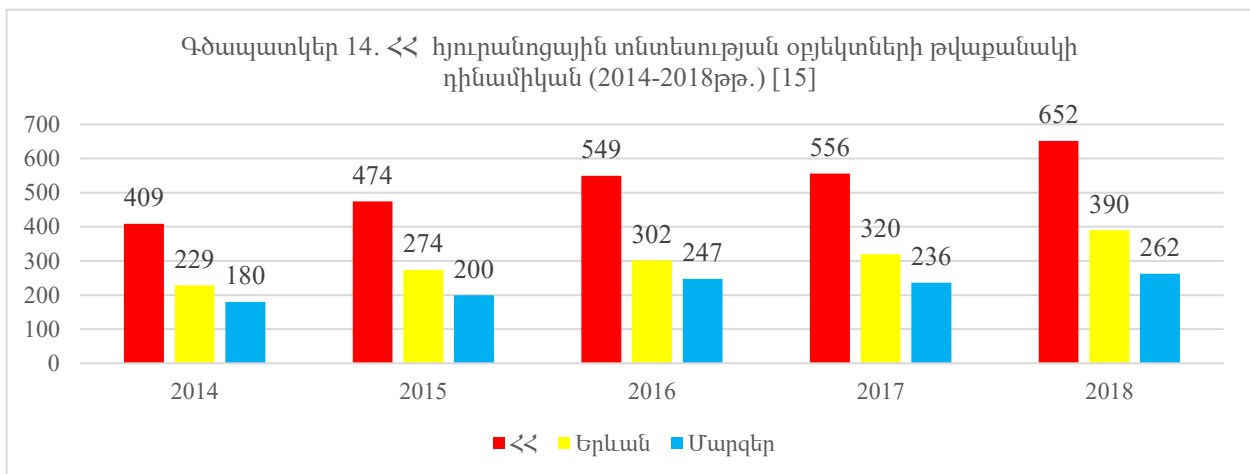
ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտում կառավարման կարևոր դերակատարում ունեն հանրային բնույթի կամակերպությունները, որոնց թվի են դասվում «Տուրիզմի հայկական ֆեդերացիան», «Հայ զբոսավարների գիլդիան», «Հյուրատների զարգացման հայկական ասոցիացիան», «Ֆեստիվար հայկական փառատոնների ասոցիացիան», «Տավուշի տուրիզմի զարգացման գործակալությունը», «Խոհարարների հայկական ասոցիացիան» և այլն: Այս կազմակերպություններն իրենց գործունեության ոլորտում զբաղվում են համապատասխան զբոսաշրջային բաղադրիչների զարգացմամբ և խնդիրների ու հնարավորությունների բացահայտմամբ: Հանրային բնույթի կազմակերպությունն են համարվում նաև մի շարք միջազգային կազմակերպություններ, որոնք նույնպես մաս են կազմում ոլորտի կառավարմանն այն իմաստով, որ ՀՀ մասշտաբով զբաղվում են նաև ոլորտի պլանավորմամբ և զարգացման ծրագրերի իրականացմամբ: Այդպիսի գործառույթներ կատարել կամ կատարում են ՄԱԶԾ-ը, ԱՄՆ ՄԶԳ-ը, GIZ-ը, ՉԱՀՖ-ը:

ՀՀ զբոսաշրջային ինդուստրիան

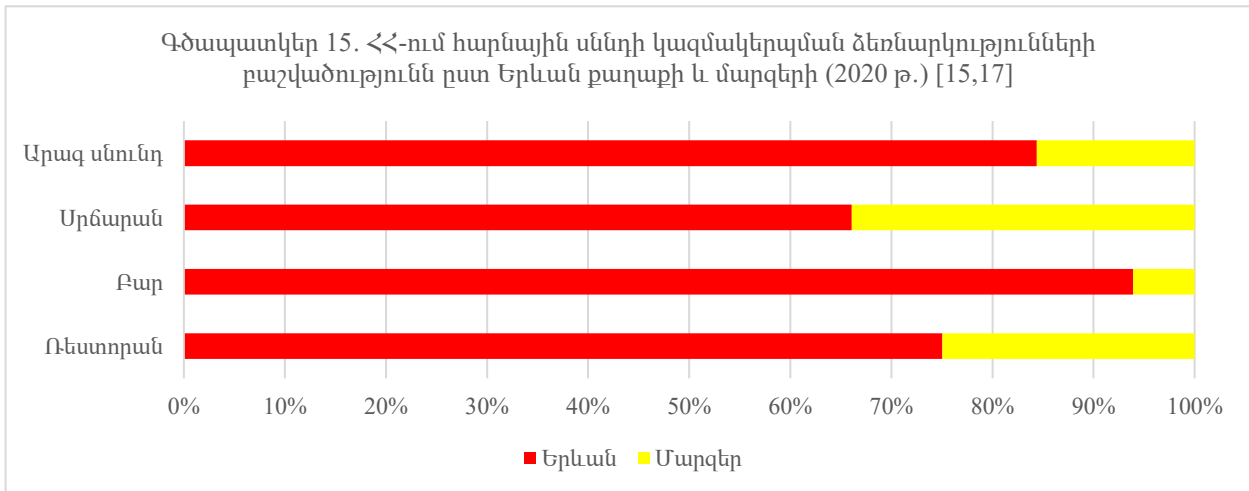
Վերջին տարիներին նկատվել է ՀՀ զբոսաշրջային ինդուստրիայի քանակական և որակական դրական փոփոխություններ: Առանձնահատուկ հարկ է նշել հետևյալ հիմնական բաղադրիչների զարգացումը՝ տուօրպետորներ/գործակալներ, գիշերակացի ձեռնարկություններ, հանրային սննդի կազմակերպման ձեռնարկություններ, տրանսպորտային ենթակառուցվածքներ:

Ներկայումս ՀՀ-ում հաշվվում է ավելի քան 540 զբոսաշրջային ընկերություններ (օպերատորներ/գործակալություններ), որոնց շուրջ 97%-ը գտնում է Երևան քաղաքում, որոնցից շուրջ 70%-ն էլ գտնվում է Երևան քաղաքի Կենտրոն համայնքում [17]:

ՀՀ-ում գիշերակացի ձեռնարկությունների թիվը վերջին տարիներին զգալիորեն ավելացել է: Գծապատկեր 14-ը ցույց է տալիս, որ գիշերակացի ձեռնարկությունները նույնպես տեղաբաշխված են անհավասարաչափ, դրանց հիմնական մասը գտնվում է Երևան քաղաքում: Վերջին տարիներին նկատվում է նաև փոքր հյուրանոցների, հյուրատների քանակի ավելացում, որը նաև բերում է Երևանից դուրս այս տեսակի ձեռնարկությունների քանակի ավելացման և տարածական համաչափության ապահովման: Հատկապես մարզերում գտնվող փոքր հյուրանոցները ներկայումս կառուցվում են նաև գյուղական համայնքներում կամ գյուղական տարածքներում, որոնցով ապահովվում է նաև տեղացիների ակտիվ ներգրավվածությունը ոլորտում, նոր աշխատատեղերի ստեղծումը և զբոսաշրջիկների համար հնարավորություն է ստեղծվում առավել մոտ գտնվել հայկական մշակույթին և կենցաղին:



Չարգացման առաջանցիկ տեմպեր ունի նաև հանրային սննդի կազմակերպման ոլորտը: Հատկապես սկսեցին զարգանալ հայկական մշակույթի, ազգային արժեքների և խոհանոցի վրա հիմնված ռեստորանները: Չնայած այն հանգամանքին, որ բոլոր մարզերում կարելի է գտնել գրեթե բոլոր տեսակի հանրային սննդի կազմակերպման ձեռնարկություններ, այնուամենայնիվ, դարձյալ այս ոլորտում ևս նկատվում է տարածական անհամաչափ բաշխվածություն: Ներկայումս ՀՀ-ում հաշվվում է մոտ 1600 հատ հանրային սննդի կազմակերպման ձեռնարկություն, որոնցից ռեստորաններ՝ մոտ 825, բարեր՝ 205, սրճարան՝ 330, արագ սնունդ՝ 240 [15,17]: Գծապատկեր 15-ից պարզ է դառնում, որ բոլոր տեսակներով առաջատարը Երևան քաղաքն է, բայց, համեմատության մեջ, մարզերում եղած ձեռնարկությունների շրջանակներում տեսակարար կշռով առաջատար են սրճարաններն ու ռեստորանները: Վերջիններիս համեմատաբար շատ լինելը նույնպես նպաստում է տեղական մարդկային և մշակութային ռեսուրսների ակտիվ ներգրավվածությանը զբոսաշրջության ոլորտում՝ օժանդակելով հատկապես գաստորնոմիական զբոսաշրջության զարգացմանը գյուղական կամ Երևանից հեռու այլ քաղաքային համայնքներում:



Տրանսպորտային ենթակառուցվածքները վերջին տարիներին նույնպես զարգացել են ՀՀ-ում, սակայն կապված ռեգիոնալ աշխարհաքաղաքական իրավիճակի հետ (Ադրբեջանի և Թուրքիայի կողմից ՀՀ տրանսպորտային շրջափակում, ՌԴ և Վրաստան հակամարտության պատճառով ՌԴ-ի հետ ՀՀ երկաթուղային կապի բացակայություն), ՀՀ արտաքին տրանսպորտային կապերը խնդիրներ են ունենում, որն ազդում է զբոսաշրջության զարգացման վրա: Ներկայումս ՀՀ-ում գործում է քաղաքացիական միջազգային երկու օդանավակայան՝ Երևանի «Չվարթնոց» և Գյումրիի «Շիրակ», որոնցով էլ հիմնականում ժամանում են ներգնա զբոսաշրջիկները: Ներքին տրանսպորտային փոխադրումներն արտահայտվում են միջհամայնքային մարդատար երթուղային տաքսիներով (միկրոավտոբուսներ, ավտոբուսներ) և անհատական տաքսի ծառայությունների տեսքով: Վերջին տարիներին (հատկապես ակտիվ սեզոնին) շատացել են անհատ տաքսու վարորդները, որոնք առաջարկում են զբոսաշրջիկների տեղափոխման ծառայություն ՀՀ տարբեր մարզեր: ՀՀ-ում ներքին միջմարզային ուղևորափոխադրումներ կատարվում են նաև երկաթուղով (Երևան-Գյումրի-Երևան, Երևան-Արաբս-Երևան, Երևան-Երասխ-Երևան): Որպես զբոսաշրջային տրանսպորտային յուրահատուկ ենթակառուցվածք՝ ՀՀ-ում վերջին տարիներին զարգացավ նաև զիփլայնը (Երևան, Ծաղկաձոր, Ենոթավան և այլն), ինչպես նաև ՀՀ-ում գործում են ճոպանուղիներ՝ Ծաղկաձորում, Ջերմուկում և Տաթևում (գրանցված է Գինեսի ռեկորդների գրքում՝ որպես առանց կանգառի շարժվող և աշխարհի ամենաերկար հետադարձելի ճոպանուղի):

ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի առանցքային հիմնախնդիրները

Ինչպես ամբողջ աշխարհում, այնպես էլ ՀՀ-ում զբոսաշրջության զարգացման համար ներկայումս լուրջ հիմնախնդիր է համարվում COVID-19-ի համաճարակով ստեղծված իրավիճակը: Բայց, այս հիմնախնդրից զատ, ներկայումս ՀՀ-ում զբոսաշրջության զարգացման համար առանցքային են համարվում մի շարք հիմնախնդիրներ, որոնք ներկայացվում են ստորև՝ ըստ տեսակների:

Աղյուսակ 2. ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի առանցքային հիմնախնդիրները

Հիմնախնդրի տեսակը	Հիմնախնդիրը
Կառավարման	ա/ ներկայումս ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտը որպես այդպիսին կառավարման մեկ միասնական համակարգ չունի: Պետական միակ կառույցը՝ Չբոսաշրջության կոմիտեն, իր լիազորությունների և իրավասությունների թերի լինելու պատճառով չի կարողանում ամբողջապես իրականացնել կառավարման գլխավոր ֆունկցիաները, հատկապես ոլորտի վերահսկողությունը,
	բ/ ՀՀ-ում բացակայում է ոլորտի կառավարման ներքևից-վերև մոդելը, որպես վերևից-ներքև առկա մոդելին օժանդակող գործիք,
	գ/ զբոսաշրջային ոլորտի շահառուների միջև (պետություն, մասնավոր, կրթություն/գիտություն) թերի համագործակցությունը:
Իրավական	ա/ գործող «Չբոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» ՀՀ օրենքը չի համապատասխանում զբոսաշրջության ներկայիս պահանջներին, իսկ նոր օրենքը դեռևս գտնվում է նախագծային փուլում, որը նույնպես լրամշակման կարիք ունի,
	բ/ զբոսաշրջության ոլորտում գործունեություն իրականացնող միավորների լիցենզավորման բացակայությունը:
Ռազմավարական	ա/ ՀՀ զբոսաշրջությունը չունի զարգացման հայեցակարգ (նախկին հայեցակարգը գործել է 2008-2018 թթ.),
	բ/ ՀՀ զբոսաշրջությունը չունի զարգացման ռազմավարություն. զբոսաշրջության զարգացման ռազմավարությունը (2020-2030 թթ.) դեռևս չի հաստատվել կառավարության կողմից:
Աշխարհաբաղադրական	ա/ ՀՀ տրանսպորտային և տնտեսական շրջափակումը հարևան երկու երկրների կողմից՝ Թուրքիայի և Ադրբեջանի և ՀՀ նկատմամբ դրանց սանձազերծած պատերազմը և միջպետական սահմաններին առկա լարվածությունը,
	բ/ նախորդ կետի հետևանքով ՀՀ տարածքի ոչ սահմանակից երկրների համար տրանսպորտային դժվար հասանելիությունը:
Տարածական անհամաչափության	ա/ ՀՀ զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների տարածական անհամաչափ բաշխվածությունը,
	բ/ ՀՀ զբոսաշրջային ռեսուրսների օգտագործման տարածական անհամաչափությունը:
Մարկետինգային	ա/ ՀՀ թերի ներկայացվածությունը թվային հարթակներում,
	բ/ միասնական մարկետինգային քաղաքականության բացակայությունը,
	գ/ զբոսաշրջության տեսանկյունից ՀՀ թույլ միջազգային ճանաչելիությունը:

Ենթակառուցվածքային	ա/ հատկապես դեպի զբոսաշրջային ռեսուրսներ տանող թերի տրանսպորտային ենթակառուցվածքները,
	բ/ սանհանգույցների ոչ բավարար քանակը և վատ վիճակում գտնվելը կամ որոշ տարածքներում բացակայությունը:
Բնապահպանական	ա/ զբոսաշրջային գրավչություն ներկայացնող տարածքների հատկապես կենցաղային աղբով աղտոտվածությունը,
	բ/ զբոսաշրջային ինդուստրիայի ձեռնարկությունների կողմից շրջակա միջավայրի աղտոտումը (հատկապես կոյուղաջրերով):
Բնական վտանգներ	ա/ զբոսաշրջային, հատկապես տրանսպորտային, ենթակառուցվածքների վրա սողանքափլվածքային երևույթների ազդեցությունը,
	բ/ ՀՀ երկրաշարժավտանգ տարածք լինելը:

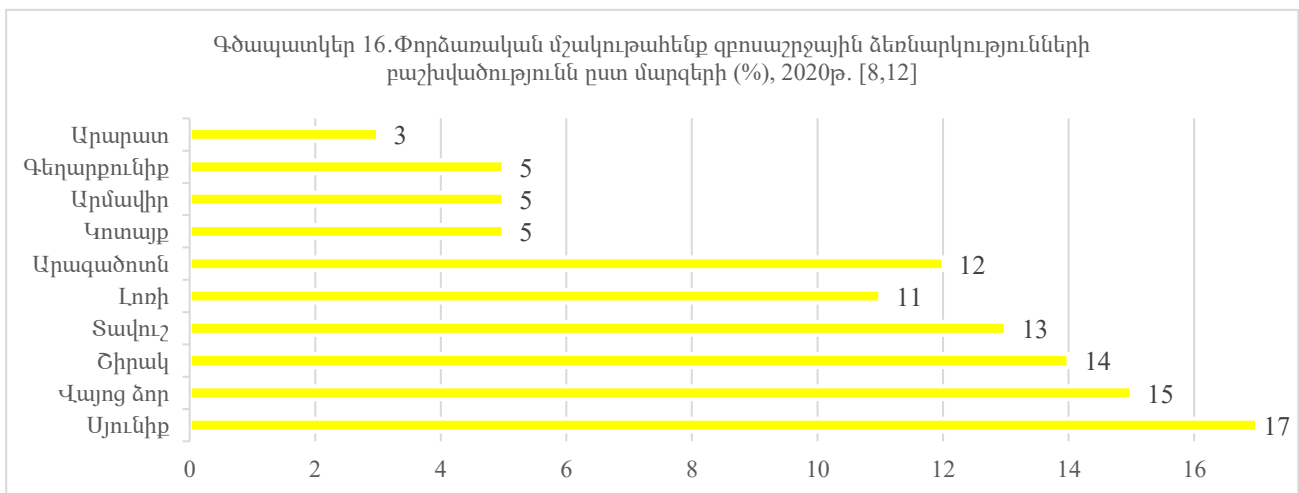
4. Մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջությունը (ՄԺՀՓՉ) ՀՀ-ում

Պատմական ակնարկ

Հայաստանում մշակութային զբոսաշրջության արմատները կարելի է գտնել դեռևս 1960-ականներից սկսած, երբ, հատկապես Սփյուռում ապրող հայերը, այցելում էին իրենց պատմական հայրենիք՝ այն նորովի ընկալելու, վայելելու և վերաիմաստավորելու համար: Այդ այցելությունները հիմնականում կրում էին ճանաչողական բնույթ՝ դեպի նյութական պատմամշակութային կոթողներ Էֆսոսի համալիրի կազմակերպման տեսքով: ՀՀ անկախացումից հետո, սկզբնական շրջաններում, պահպանվեց նույն պատկերը, բայց ինչպես նախորդ բաժնում ներկայացվեց, հատկապես վերջին տասնամյակներում, ՀՀ սկսեց օգտագործել նաև ոչ նյութական մշակութային ժառանգությունը, որով էլ հիմք դրվեց երկրում ՄԺՀՓՉ զարգացմանը: Ներկայումս այս զբոսաշրջությունը ՀՀ-ում զարգանում է կազմակերպված հիմքով, այսինքն՝ տարբեր, մասնավորապես միջազգային կազմակերպությունների աջակցությամբ, հայտնաբերվում են այնպիսի տեղացիներ, որոնք կրողն են հայկական ոչ նյութական մշակութային ժառանգության յուրահատուկ տարրերի, և այդ ամենը դառնում է զբոսաշրջային արտադրանք՝ միևնույն կամ միջին ձեռնարկատիրության զարգացման տեսքով կամ ուղղակի զբոսաշրջային մշակութային տուրերի տեսքով: Վերջին տասնամյակների ընթացքում ՀՀ-ում այս զբոսաշրջության զարգացման հիմքերը դրել են «Իմ Հայաստան» ծրագիրը, որը ֆինանսավորվում է ԱՄՆ ՄՉԳ-ի կողմից և իրականացվում է Սմիթսոնյան ինստիտուտի կողմից և ՄԱԶԾ-ի կողմից իրականացվող ու ՌԴ կողմից ֆինանսավորվող «Ինտեգրված գյուղական զբոսաշրջության զարգացման (ԻԳԶԶ) նախագիծը (գաստրոբալկերի զարգացում)»՝ ՀՀ տարածքային կառավարման և զարգացման նախարարության հետ գործընկերությամբ (այս ծրագիրն արդեն ավարտվել է): Նշված կազմակերպությունների կողմից ՀՀ-ում ստեղծվել են ոչ նյութական մշակութային ժառանգության օգտագործման վրա հիմնված ձեռնարկություններ և զարգացել է ՄԺՀՓՉ առկա ներուժը:

Առկա վիճակը

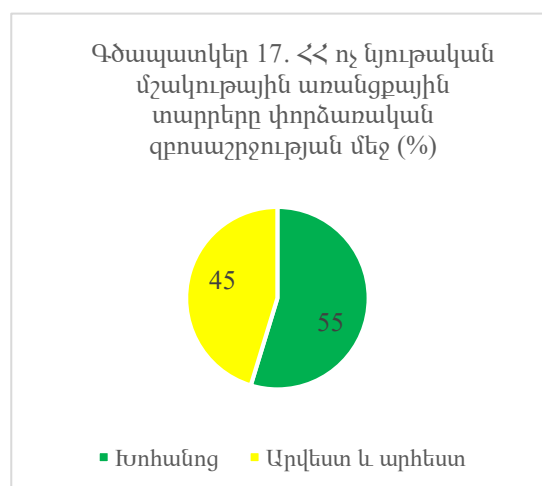
Ներկայումս հաշվվում է մշակութային ժառանգության վրա փորձառություններ առաջարկող 60-ից ավելի ձեռնարկություններ, որոնք գտնվում են գլխավորապես մարզերում՝ հիմնականում գյուղական համայնքերում (զծ. 16): Երևանում, որպես այդպիսին, նմանատիպ առաջարկները սահմանափակվում են մի քանի խոշոր ազգային ռեստորաններում (լավաշի թխում, ազգային պարեր) և հյուրանոցներում (գորգագործություն):



Այս առաջարկները հիմնվում են, ինչպես ասվեց, ՀՀ ոչ նյութական մշակութային ժառանգության վրա՝ հիմնականում արտահայտված վարպետաց դասերի, պատմությունների ներկայացման և ճանաչողական այցելությունների տեսքով:

Գծապատկեր 17-ը ցույց է տալիս, որ ՀՀ-ում ոչ նյութական մշակութային ժառանգության արժեքներից փորձառական զբոսաշրջության մեջ օգտագործվում են ազգային խոհանոցը և հայկական արվեստի ու արհեստի տարրերը (կազմվել է ուսումնասիրված փորձառական զբոսաշրջային ծառայություններ առաջարկող ավելի քան 60 ձեռնարկությունների առաջարկների

ուսումնասիրման արդյունքում [8,12]): Մասնավորապես, ազգային խոհանոցից ներառված են՝ հետևյալ տարրերի ոչ միայն ճաշակելը այլ նաև դրանց պատրաստման գործընթացը, որին կարող են մասնակից լինել նաև զբոսաշրջիկները՝ լավաշ, չանախ պանիր, փոխինձ (խաշիկ և խավիճ), թանապուր, դափամա, փռի հաց, խորոված, վայրի բույսեր (ծնեբեկ, սինդրիկ), տոլմա, հաճարով փլավ, իշիլ բլուֆթա, գաթա, քաղցր սուջուխ, գինի և տնական օղի (նաև համոտես), մեղրի քամում, ժենգյալով հաց, փախլավա: Ազգային արվեստի և արհեստի տարրերից զբոսաշրջության տեսանկյունից փաթեթավորվել են և առաջարկվում են հետևյալները՝ տուֆով հուշանվերների պատրաստում և փորագրություն, ավանդական



կավագործություն և խեցեգործություն, խաչքարագործություն, կերամիկայի վրա նկարչություն, հայկական տիկնիկների պատրաստում, դարբնագործություն (ծեռքով մետաղների մշակում), օճառների պատրաստում, գորգագործություն, բատիկների պատրաստում, փայտերի փորագրում, ուռնեոս ճյուղերից իրերի պատրաստում՝ հյուսելու օգնությամբ, քյամանչա երաժշտական գործիքի դասեր: ՀՀ-ում զբոսաշրջիկների համար յուրահատուկ փորձառություն են ապահովում նաև վերջին տարիներին լայն տարածում և զարգացում գտած փառատոնները, որտեղ մեկ վայրում կարելի է հաճախ տեսնել վերը ներկայացված ոչ նյութական մշակութային ժառանգության արժեքները և վայելել դրանք տեղական միջավայրում: Մասնավորապես ոչ միայն տեղական, այլ նաև միջազգային շուկայում հայտնի փառատոններ են Արենի գինու (գ. Արենի), Երևանի գինու օրեր, Արվեստի և արհեստի (Դիլիջան), Գաթայի (գ. Խաչիկ), Գուլանի (ազգային պար և երաժշտություն) (Երևան), Մեղրի և հատապտուղների (ք. Բերդ), Խորովածի (Լոռի), Տոլմայի (Արմավիր), Ոչխարների խուզման (գ. Խոտ) և այլն: Թվարկված ոչ նյութական մշակութային արժեքները, որպես զբոսաշրջային առաջարկներ՝ ի լրումն նյութական մշակութային արժեքների վրա հիմնված ավանդական զբոսաշրջային առաջարկների, ավելի են բարձրացնում ՀՀ զբոսաշրջային գրավչությունը և ՀՀ դարձնում զբոսաշրջության համաշխարհային զարգացման նոր միտումները կրողներից և կերտողներից մեկը: Այս զբոսաշրջության զարգացումը նպաստում է ՀՀ-ում զբոսաշրջության ոլորտի տարածական համաչափ զարգացմանը և տեղացիների առավել ակտիվ զբոսաշրջային արժեղթայում ներգրավմանը:

Մշակութային ժառանգության պահպանումը ՀՀ-ում

Ցանկացած երկրում մշակութային ժառանգության հիման վրա զբոսաշրջության զարգացումը լի է տարբեր ռիսկերով, այդ իսկ պատճառով էլ առանցքային նշանակություն է ստանում դրա պահպանվածությունը և պաշտպանվածությունը: ՀՀ-ում մշակութային ժառանգության բնագավառի իրավահարաբերությունները կարգավորվում են ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգրքով, ՀՀ Վարչական իրավախախտումների վերաբերյալ օրենսգրքով, ՀՀ Քրեական օրենսգրքով, ՀՀ Կառավարության որոշումներով, նորմատիվ-տեխնիկական փաստաթղթերով, գերատեսչական և այլ իրավական ակտերով ու միջազգային պայմանագրերով, կոնվենցիաներով, որոնք կյանքի են կոչվում մշակութային ժառանգության պահպանության և օգտագործման բնագավառի կառավարման մարմինների կողմից: Մշակութային ժառանգության պահպանման և զարգացման համար առանձնահատուկ նշանակություն ունի համագործակցությունը Միացյալ ազգերի կրթության, գիտության և մշակույթի հարցերով կազմակերպության (ՅՈՒՆԵՍԿՕ), Հուշարձանների և տեսարժան վայրերի միջազգային խորհրդի /ICOMOS, Թանգարանների միջազգային խորհրդի (ICOM), Մշակութային ժառանգության պահպանությանը վերաբերող միջկառավարական կազմակերպության (ICCROM), հետ: ՀՀ-ում մշակութային ժառանգության պահպանության համար ստեղծվել նաև պատմամշակութային արգելոցներ և արգելոց-թանգարաններ (աղ.3):

Աղյուսակ 3. ՀՀ պատմամշակութային արգելոցները և արգելոց-թանգարանները [9,10]

Արգելոցներ	Արգելոց-թանգարաններ
«Արփի» բնպատմական	«Մեծամոր» պատմահնագիտական
«Գոշավանք» պատմաճարտարապետական	«Գառնի» պատմամշակութային

«Սմբատաբերդ» պատմամշակութային	«Գլաձորի համալսարան» պատմամշակութային
«Բերդ» պատմամշակութային	«Չավարթնոց» պատմամշակութային
«Չարաց քարեր» բնակատեղի» պատմամշակութային	«Կոլմայրի» պատմամշակութային
«Լոռի բերդ» քաղաքատեղի» պատմամշակութային	«Էրեբունի» պատմահնագիտական
«Բջնի ամրոց» պատմամշակութային	«Դիլիջան» ժողովրդական ճարտարապետության
«Ագարակ» պատմամշակութային	-
«Ամբերդ» պատմամշակութային	-

Աղյուսակ 4. ՀՀ մշակութային ժառանգության պահպանման համակարգի առանցքային կազմակերպչական բաղադրիչները [7, 14]

Մշակութային ժառանգության պահպանության համար ՀՀ կողմից ստորագրված և վավերացված կոնվենցիաներ	Մշակութային ժառանգության պահպանության համար ՀՀ առանցքային օրենքներ	Մշակութային ժառանգության պահպանության և օգտագործման բնագավառի կառավարման մարմինները ՀՀ-ում
«Չինված հակամարտությունների ժամանակ մշակութային արժեքների պաշտպանության մասին» (Հաագա)	Պատմության և մշակույթի անշարժ հուշարձանների ու պատմական միջավայրի պահպանության և օգտագործման մասին	ՀՀ Կառավարությունը
Եվրոպական մշակութային կոնվենցիա (Փարիզ)	Մշակութային օրենսդրության հիմունքների մասին	Կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարությունը
«Մշակութային արժեքների ապօրինի ներմուծման, արտահանման և սեփականության իրավունքի փոխանցման արգելմանն ու կանխմանն ուղղված	ՀՀ պետական սեփականություն համարվող և օտարման ոչ ենթակա պատմության և մշակույթի հուշարձանների մասին	Մշակութային ժառանգության և ժողովրդական արհեստների վարչությունը

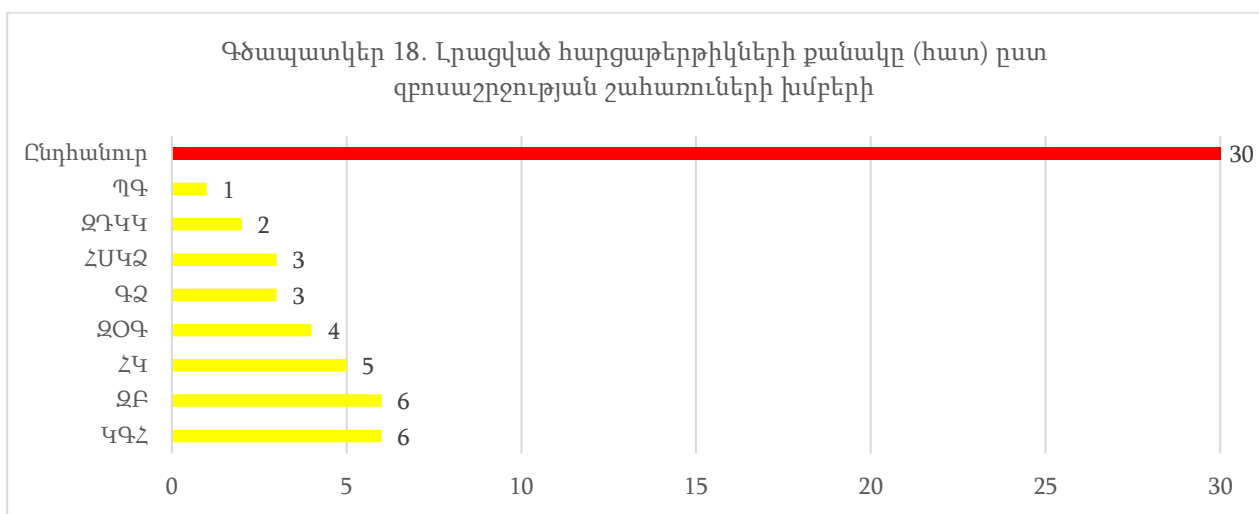
միջոցառումների մասին» (Փարիզ)		
«Մշակույթի և բնության համաշխարհային ժառանգության պաշտպանության մասին» (Փարիզ)	Մշակութային արժեքների արտահանման և ներմուծման մասին	Պատմության և մշակույթի հուշարձանների պահպանության գործակալություն
«Եվրոպայի ճարտարապետական ժառանգության պահպանության մասին» (Գրանադա)	Ոչ նյութական մշակութային ժառանգության մասին	Մշակութային արժեքների պահպանության գործակալություն
«Մշակութային ժառանգության կարևորությունը հասարակության համար» Եվրախորհրդի շրջանակային կոնվենցիա (Ֆարո)	Գրադարանների և գրադարանային գործի մասին	«Մշակութային արժեքների փորձագիտական կենտրոն» ՊՈԱԿ
«Հնագիտական ժառանգության պահպանության մասին» Եվրոպական կոնվենցիա (Լա Վալետա)	Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին	«Պատմամշակութային արգելոց-թանգարանների և պատմական միջավայրի պահպանության ծառայություն» ՊՈԱԿ
«Ոչ նյութական մշակութային ժառանգության պահպանման մասին» (Փարիզ)	Արխիվային գործի մասին	«Պատմամշակութային ժառանգության գիտահետազոտական կենտրոն» ՊՈԱԿ
«Մշակութային ինքնարտահայտումների բազմազանության պաշտպանության և խրախուսման մասին»	Փաստաթղթերի (վավերագրերի) պարտադիր օրինակի մասին	-

ՀՀ ՄԺՀՓԶ կարիքների վերլուծություն

Մեթոդաբանությունը

ՀՀ-ում փորձառական զբոսաշրջության կարիքների բացահայտման համար, ի լրումն երկրորդային աղբյուրներից ստացված տվյալների հիման վրա վերը ներկայացված վերլուծությանը, իրականացվել են նաև թիրախային հարցումներ: Հարցումները կատարելու համար մշակվել են հարցաթերթիկներ զբոսաշրջության ոլորտի շահառուների հետևյալ խմբերի համար՝ գիշերակացի ձեռնարկություններ (ԳՁ), հանրային սննդի կազմակերպման

ձեռնարկություններ (ՀՍԿՀ), զբոսաշրջային օպերատորներ/գործակալություններ (20Գ), կրթական/գիտական հաստատություններ (ԿԳՀ), պետական գերատեսչություններ (ՊԳ), հանրային կազմակերպություններ (տեղական, միջազգային) (ՀԿ), զբոսավարներ (ԶԲ), զբոսաշրջային դեստինացիաների կառավարման կազմակերպություններ (ՉԴԿԿ) (գծ.18): Հարցմանը ընդհանուր մասնկացել են 30 հոգի, որոնց քանակն ըստ զբոսաշրջության շահառուների հիմնական խմբերի ներկայացված է Գծապատկեր 18-ում: Հարցում է իրականացվել նաև ներքին զբոսաշրջիկների շրջանակներում, որոնց մասնակցել է շուրջ 100 մարդ: Հարցման արդյունքները և դրանց հիման վրա բացահայտված իրավիճակի վերլուծությունը ներկայացվում են ըստ հարցաթերթիկներում եղած առանցքային հարցադրումներից դուրս բերված կետերի:



ՄԺՀՓ2 ընկալումը ՀՀ-ում

ՀՀ-ում այս զբոսաշրջությունը փորձագիտական և պրակտիկ դաշտերում ընկալվում է ընդհանուր առմամբ միանման, սակայն կարելի է ասել, որ փորձագիտական դաշտի պատկերացումներն ավելի համակազված են և ներկայացնում են ՄԺՀՓ2 առանցքային կետերը, իսկ պրակտիկ դաշտի ներկայացուցիչների դեպքում այն որոշակիորեն նույնացվում է նաև ավանդական մշակութային զբոսաշրջության հետ՝ ներառելով դրա մեջ նաև նյութական մշակութային-ճարտարապետական ռեսուրսների վրա հիմնված ճանաչողական զբոսաշրջությունը: Այնուամենայնիվ կարելի է ասել, որ, ընդհանուր առմամբ, ՀՀ-ում կա ձևավորված պատկերացում ՄԺՀՓ2 վերաբերյալ, բայց դեռևս չկա դրա մեկ միասնական ընկալում:

ՄԺՀՓ2 զարգացման ապագան և հնարավորությունները ՀՀ-ում

Ուսումնասիրությունից պարզ դարձավ, որ ՄԺՀՓ2 համարվում է ՀՀ զբոսաշրջության զարգացման առանցքային հենասյուներից մեկը՝ հիմնված Հայաստանի բազմադարյա և հարուստ մշակույթի դեռևս թաքնված ներուժի բացահայտման և օգտագործման վրա: Այլուամենայնիվ, դրա ապագան կառուցելու համար անհարժեշտ է հստակ պետական քաղաքականություն՝ արտահայտված ոլորտի համար իրականացվող ռազմավարական ծրագրերի և ներդրումների տեսքով: Որպես առանցքային հնարավորություն՝ դիտարկվում է նաև կառավարության կողմից ՀՀ համար այս զբոսաշրջության գերակա կամ առաջնային ուղղություն հայտարարելը (հայտարարված չէ): Միաժամանակ այս զբոսաշրջության կայուն

ապագան կախված է նաև այն կառավարելու համակարգից՝ ինչպես պետական, այնպես էլ ռեգիոնալ մակարդակում: Անհրաժեշտ է նաև համապատասխան ֆինանսավորման մոդելների ներդրումը դրա զարգացումն ապահովելու համար: Չարգացման ապագան հատկապես կապվում է նաև ոլորտի բիզնես ներկայացուցիչների միջև ակտիվ համագործակցության բարձրացման հետ և միջազգային մակարդակում ոչ նյութական մշակութային արժեքների վրա հիմնված զբոսաշրջային ուղղվածություն ունեցող միջոցառումների կազմակերպման հետ:

Հնարավորությունների մեջ կարևորվում է գաստրոնոմիական ուղղվածության զբոսաշրջային առաջարկների զարգացումը, պայմանավորված ոչ միայն հարուստ խոհանոցով, այլ նաև էկոլոգիապես մաքուր սննդամթերքով, որը բարձր է գնահատվում հատկապես ներգնա զբոսաշրջիկների կողմից: ՄԺՀՓՉ զարգացման յուրահատուկ հնարավորություն է դիտարկվում մշակութային ժառանգության և զբոսաշրջության ոլորտում եղած հայաստանյան գիտական և կրթական հաստատությունները, որոնք ունեն անհրաժեշտ գիտական բազան և հիմնավորումները՝ մշակույթը զբոսաշրջության մեջ արդյունավետ և գիտականորեն հիմնավորված ներառելու համար: Այս զբոսաշրջության զարգացման յուրահատուկ հնարավորություն է համարվում հայերի հյուրասիրությունը, նաև տեղացիների՝ սեփական զբոսաշրջային արտադրանքներով և մարդկային, նյութական ու տեխնիկական ռեսուրսներով համապատասխան ծառայություններ մատուցող ձեռնարկությունների հետ համագործակցելը (ուտելիքների պատրաստում, վարպետաց դասերի կազմակերպում, տվյալ վայրի հետ կապված յուրահատուկ պատմությունների ներկայացում և այլն):

ՄԺՀՓՉ զարգացման խոչընդոտող ռիսկերը և հիմնախնդիրները ՀՀ-ում

Ընդհանուր առմամբ, այս զբոսաշրջությանը սպառանցող ռիսկերը ՀՀ համար դիտարկվել են երկու կտրվածքով՝ գլոբալ և պրակտիկ: Գլոբալ բնույթի առանցքային ռիսկեր են համարվում տեղական մշակույթի հնարավոր առևտրայնացումը և կոմոդիֆիկացիան ու գաղութացումը, որի հետևանքով հնարավոր է այդ մշակույթի արժեզրկում և ինքնության կորուստ, մշակութային արժեքների սխալ ներկայացումը և մեկնաբանությունը (համապատասխան գիտելիքների և հմտությունների պակասի պատճառով), զբոսաշրջիկների մշակութային նախասիրությունների փոփոխությունը ժամանակի ընթացքում, աշխարհաբաղաբական իրադրության վատացումը, տեղացիների և այցելուների մշակութային տարբերությունների պատճառով կոնֆլիկտների հավանականությունը: Որպես պրակտիկ բնույթի ռիսկեր դիտարկվում են՝ սննդային թունավորման հավանականությունը, ֆիզիկական վնասվածքները կոնկրետ փորձառություններին մասնակցելու ժամանակ, տեղացիների պատրաստակամությունը նման զբոսաշրջության մեջ ներառվելու տեսանկյունից: Այս զբոսաշրջության զարգացմանը խոչընդոտող են համարվում ներկայումս հետևյալ հիմնախնդիրները՝ դեպքերի մեծամասնությունում տեղացիների համապատասխան զբոսաշրջային ծառայություններ կազմակերպելու և մատուցելու հմտությունների ու կարողությունների թերի լինելը, աշխատակիցների թերի պատրաստվածությունը, այս զբոսաշրջության հետ կապված ձեռնարկատիրական գործունեության ստանդարտների և լիցենզավորման բացակայությունը (այսինքն՝ ովքեր կարող են զբաղվել մշակութային ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջային ձեռնարկատիրական գործունեությամբ), ֆինանսական և հաշվապահական գիտելիքների պակասը, լեզվական հմտությունների թերի լինելը, այս զբոսաշրջության համար պետական մակարդակով միասնական մարկետինգային քաղաքականության բացակայությունը, փորձառական

զբոսաշրջության վերաբերյալ վիճակագրական տվյալների բացակայությունը, առաջարկվող ծառայությունների գինը հաճախ չի համապատասխանում որակին՝ թանկ, բայց վատորակ (սերվիսի առումով): Մշակութային ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության տարածքները հաճախ աղտոտվում են տեղացիների կողմից կենցաղային աղբով: Հիմնախնդիրներից է նաև այն, որ զբոսաշրջային օպերատորները/գործակալները իրենց տուրփաթեթներում հիմնականում որպես առաջնային զբոսաշրջային առաջարկ ներառում և ներկայացնում են նյութական մշակութային ժառանգությունը, այլ ոչ թե փորձառական զբոսաշրջային արտադրանքները կամ նույնիսկ չեն էլ ներառում: Հիմնախնդիր կարելի է դիտարկել նաև այն, որ ՀՀ-ում զբոսաշրջության ոլորտի մասնագետներ պատրաստող բուհերը չունեն փորձառական զբոսաշրջության համար նախատեսված կրթական ծրագրեր, լավագույն դեպքում գործող ծրագրերում կան մշակույթին կամ զբոսաշրջության հետ կապված մշակութային արժեքների որևէ տեսակին վերաբերվող դասընթացներ: Իհարկե, որպես համընդհանուր բնույթի հիմնախնդիր է համարվում COVID-19-ի համաճարակով և Թուրքիայի ու Ադրբեջանի կողմից սանձազերծած պատերազմի հետևանքով ստեղծված անորոշ իրավիճակը:

ՄԺՀՓՁ գործունեության մեջ ներառված ձեռնարկությունների առանջնահերթ կարիքները

Ուսումնասիրությունը ցույց տվեց, որ այս զբոսաշրջության մեջ ներառված ձեռնարկությունների մեծ մասն ունեն տարբեր լեզուների տիրապետող աշխատակիցների կարիք, ներկայումս այդ խնդիրը լուծվում է թարգմանիչների օգնությամբ: Ձեռնարկություններն ունեն իրենց դաշտում հաղորդակցման հստակ ռազմավարության կարիք, քանզի առկա է թերի համագործակցություն ինչպես Երևանում տեղակայված տուօպերատորական/գործակալական ձեռնարկությունների, այնպես էլ այլ մարզերում եղած նմանատիպ ձեռնարկությունների հետ: Երբեմն անհրաժեշտություն է առաջանում խորը մասնագիտական հետազոտությունների, որպեսզի ներկայացվող մշակութային արժեքները ճիշտ մատուցվեն զբոսաշրջիկներին: Կան ձեռնարկություններ, որոնք ունեն համապատասխան ներքին հարդարանքի կարիք՝ կահույքի, տեխնիկաների և որակյալ մարդկային ռեսուրսների, սերվիսի կազմակերպման՝ սպասարկման և մատուցման, հմտությունների զարգացման կարիք: Անհրաժեշտ է նաև բարձրացնել ձեռնարկություններում աշխատողների ֆինանսական գրագիտության մակարդակը: Չնայած, որ ձեռնարկությունները՝ իրենց ձեռնարկատիրական գործունեությունն իրականացնելու համար, կազմակերպում են վերապատրաստման մասնագիտացված դասընթացներ, այնուամենայնիվ, հենց փորձառական զբոսաշրջության ընդհանուր տեսական և պրակտիկ գիտելիքների զարգացման համար վերապատրաստման անհրաժեշտություն կա՝ հիմնված միջազգային և տեղական առաջավոր փորձի վրա:

ՄԺՀՓՁ գործունեության մեջ ներառված ձեռնարկությունների մարկետինգային կոմունիկացիաները

Այս ձեռնարկություններն օգտագործում են թվային մարկետինգի հարթակներ՝ ֆեյսբուք, ինստագրամ, գուգլ, բուքինգ և թվային մարկետինգի գործիքներ՝ SMM, blogging, SEO, էլեկտրոնային առևտուր և տպագիր մամուլ: Հարկ է նշել, որ հատկապես ՄԺՀՓՁ վրա մասնագիտացված գիշերակացի և հանրային սննդի կազմակերպման ձեռնարկությունների դեպքում ՀՀ-ում բավականին արդյունավետ է գործում բերանացի մարկետինգը, այսինքն, երբ տվյալ ձեռնարկության մասին հաճախորդները տեղեկացվում են իրենց ընկերներից,

ծանոթներից կամ էլ գործընկերներից՝ բանավոր կերպով: Այնուամենայնիվ հարկ է նշել, որ այս ձեռնարկությունների համար անհարժեշտ են թե՛ տեղական, թե՛ միջազգային շուկա դուրս գալու համար մարկետինգային հաղորդակցության ռազմավարություններ:

COVID-19-ի ազդեցությունը ՀՀ ՄԺՀՓՁ վրա

COVID-19-ը համեմատաբար մեծ ազդեցություն ունեցավ հատկապես ներգնա շուկայի վրա մասնագիտացված զբոսարջային օպերատորների/գործակալների և զբոսավարների վրա, որոնք տևական ժամանակ չաշխատեցին: Համաճարակից որոշակի ժամանակ անց հիմնականում դրանց որոշակի մասը սկսեց կենտրոնանալ ներքին շուկայի վրա՝ առաջարկելով իրենց ծառայությունները ներքին զբոսաշրջիկներին նաև: Սակայն ներքին շուկայի վրա մասնագիտացված նմանատիպ ձեռնարկությունները և զբոսավարներն առավել մրցունակ գտնվեցին: Հանրային սննդի կազմակերպման և գիշերակացի ձեռնարկությունները նույնպես տուժեցին համաճարակի պատճառով: Հարկ է նշել, որ, եթե խոշոր բնակավայրերում տեղակայված ռեստորանները կարողացան ճգնաժամի հետևանքները որոշակիորեն մեղմել, ներքին շուկայում առաջարկելով սննդի առաքման ծառայություն, ապա գյուղական համայնքներում գտնվող և զբոսաշրջիկներին որպես հիմնական սպառող թիրախավորած ռեստորաններն այդ հնարավորությունը չունեն, քանի որ գյուղական համայնքներում թե՛ մշակութային, թե՛ տարածական առանձնատկություններով պայմանավորված տեղացիները չեն օգտվում սննդի առաքման ծառայություններից: Այս զբոսաշրջության մեջ մասնագիտացված գիշերակացի ձեռնարկությունների պարագայում իրավիճակը համեմատաբար ավելի լավ է, քանի որ դրանք հիմնականում փոքր հյուրանոցներ և հյուրատներ են, որը հնարավորություն է տալիս ներքին զբոսաշրջիկներին ընտանիքներով վարձակալել դրանք և, համեմատաբար առավել ապահով զգալով իրենց, օգտվել գիշերակացի ձեռնարկության ծառայություններից և փորձառական զբոսաշրջության առաջարկներից: Անհարժեշտություն կա մշակել նաև կովիդի պայմաններում աշխատելու նոր ստանդարտներ, որոնք պարտադիր կլինեն բոլորի համար և հնարավորություն կտան զարգացնելու ոլորտը: Ընդհանուր առմամբ, ներքին զբոսաշրջության շնորհիվ զբոսաշրջության ոլորտի ձեռնարկությունները կարողացան որոշակիորեն մեղմել կովիդի հետևանքները: COVID-19-ը մեծ հարված էր հենց փորձառական զբոսաշրջությանը, քանի որ COVID-19-ով ստեղծված իրավիճակում սահմանափակվում է շփումը, իսկ փորձառական զբոսաշրջությունն առանց շփման անհնար է:

Կառավարության դերը ՀՀ-ում ՄԺՀՓՁ զարգացման գործում՝ ըստ բնագավառի շահառուների

Այս բնագավառի շահառուները շատ են կարևորում պետության դերը մշակութային ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման գործում: Մասնավորապես նրանք գտնում են, որ պետությունը պետք է մշակի համապատասխան զարգացման ռազմավարություն և նպաստի ներդրումային ծրագրերի իրականացմանը, համակարգի այս ոլորտում ներառված ձեռնարկությունների միջազգային մարկետինգային արշավները՝ բարձրացնելով երկրի ճանաչելիությունն այս զբոսաշրջությամբ հետաքրքված ՀՀ թիրախային շուկաներում: Հատկապես կարևորվում է պետության կողմից հատուկ պայմաններով վարկերի տրամադրումը և հարկային արտոնությունների սահմանումը:

ՄԺՀՓՁ բիզնես մոդելները ՀՀ-ում

ՀՀ-ում այս զբոսաշրջությամբ զբաղվող ձեռնարկությունները իրավակազմակերպչական տեսանկյունից հիմնականում համարվում են անհատ ձեռներեցներ, որովհետև այդ տեսակի

դեպքում գործում են առավել հարմար հարկային պայմաններ: Ձեռնարկություններն ըստ չափի միկրո, փոքր կամ միջին մեծության են և դրանց զգալի մասը ընտանեկան են (հիմնականում ռեստորաններ և հյուրատներ): Հետաքրքրական է նաև այն փաստը, որ հաճախ այս ձեռնարկությունները գործում են սոցիալական ձեռներեցության փոխափայտվածք կամ հենց համարվում են սոցիալական ձեռնարկատիրություններ: Ըստ բիզնեսի իրականացման առևտրային փոխհարաբերությունների ձևի այս ձեռնարկությունները հիմնականում աշխատում են B2B մոդելով, բայց կիրառում են նաև B2C մոդելը: Այս ձեռնարկություններն աշխատում են նաև կիսավոլ տնտեսության մոդելով:

ՄԺՀՓՁ զարգացումն ըստ ներքին զբոսաշրջիկների

Հարցաթերթիկը լրացրել են շուրջ 100 ներքին զբոսաշրջիկներ: Զբոսաշրջիկների 70%-ը ճանապարհորդել է 1 օր տևողությամբ, 25%-ը՝ 2-3 օր տևողությամբ, 5%-ը՝ 4-5 օր տևողությամբ: Որպես առաջնային նպատակներ մոտ 60%-ը ընտրել էր նոր տարածքների բացահայտումը/այցելությունները, հանգիստը խաղաղ միջավայրում և այցելված տարածքների մշակույթի բացահայտումը: Մյուս նպատակները (նոր բաղադրատոմսեր և ավանդական ուտեստներ պատրաստելը սովորելը, միջոցառումներին մասնակցելը, սոցիալիզացիան, ակտիվ հանգիստը, բուժումը) համեմատաբար ցածր տոկոս են կազմել: Այցելվող դեստինացիաների մասին զբոսաշրջիկները տեղեկացվել են հիմնականում սոցիալական ցանցերով, ընկերներից և հարզատներից (մոտ 80%-ը): Այցելվող դեստինացիաներիում զբոսաշրջիկները հիմնականում նախընտրել են (մոտ 70%-ը) վարպետաց դասերը, ազգային ներկայացումները (եթե այդպիսին առաջարկվեին): Զբոսաշրջիկները հիմնականում գոհ են մնացել հյուրընկալությունից, ծառայության և արտադրանքի որակից, տեղական սնունդից: Հիմնական դժգոհությունները կապված էին՝ ծառայությունների սահմանափակ քանակով լինելու հետ, ծառայությունների գներից, երեխաների համար նախատեսված ծառայությունների պակասից/բացակայությունից, հատկապես ինտերնետում զբոսաշրջային դեստինացիայի/գրավչության մասին համապատասխան ինֆորմացիայի ոչ բավարար քանակությունից և որակից:

5. Կայունությունը և նորարարությունը ՀՀ ՄԺՀՓՁ մեջ

Կայունության, մասնավորապես կայուն զբոսաշրջության առանցքային սկզբունքներից մեկը՝ «հարգել հյուրընկալող տարածքների սոցիալ-մշակութային ինքնությունը, պահպանել նրանց կառույցները և մշակութային ժառանգությունը, ավանդույթները, և աջակցել միջմշակութային ըմբռնմանն ու հանդուրժողականությանը» և դրա տասներկու նպատակներից հետևյալները՝ Տնտեսական կենսունակությունը (երկարաժամկետ եկամուտների ապահովում), Տեղական բարեկեցությունը (ծախսված գումարների տեղում մնալը), Զբաղվածության որակը (համայնքներում նոր աշխատատեղերի ստեղծումը և որակի բարելավումը), Մշակութային հարստությունը (հարգանքը տեղական մշակույթի, պատմական ժառանգության նկատմամբ) կարելի է ասել պահպանվել են ՀՀ-ում ստեղծված փորձառական զբոսաշրջության առաջարկներում: Դրանք հիմնականում հենվում են հենց տեղական համայնքների վրա՝ օգտագործելով տեղական մշակութային և մարդկային ռեսուրսները, ստեղծելով աշխատատեղեր տեղացիների համար և նպաստելով զբոսաշրջային արժեղթայում դրամաշրջանառության մեջ տեղական համայնքների առավել մեծ ներգրավվածությանը: Միաժամանակ, այս զբոսաշրջության շնորհիվ ոչ միայն պահպանվել են հայկական ոչ նյութական մշակութային ժառանգության տարրերը, այլ նաև դրանք վերածնվել են և գլոկալիզացիայի արդյունքում (որը կայունության ապահովման կարևորագույն բաղադրիչ է) դուրս են եկել նոր տարածական մակարդակ՝ դառնալով նաև

համաշխարհային նշանակություն ունեցող մշակութային արժեքներ և զբոսաշրջային գրավչություններ: Կայունության մեջ որոշակի ռիսկեր է պարունակում ստեղծված ձեռնարկությունների գործունեության երկարաժամկետությունը, հիմնված այն փաստի վրա, որ դրանց մի մասում առկա են մասնագիտական կարողությունների և արհեստավարժության թերացումներ, որոնք կարող են պատճառ դառնալ այդ ձեռնարկությունների փակմանը: Բնապահպանական տեսանկյունից, քանի որ այդ ձեռնարկությունները փոքր են, նրանց ունեցած ազդեցությունը շրջակա միջավայրի վրա նույնպես փոքր է (հիմնականում ջրային և էներգետիկ ռեսուրսների օգտագործման տեսքով): Այնուամենայնիվ, նրանց կողմից առաջացած կոյուղաջրերը առանց մաքրվելու թափվում են տարբեր ջրային օբյեկտներ, որոնք ժամանակի ընթացքում կարող են բնապահպանական խնդիրներ առաջացնել (այս խնդիրն ունի գլոբալ մասշտաբ՝ արտահայտված ՀՀ-ում կոյուղաջրերի մաքրման համակարգի խիստ թերզարգացվածությամբ):

ՄԺՀՓԶ իր բնույթով ՀՀ-ում համարվում է ձևափոխող կամ բարելավող նորարարություն, քանզի այն նոր շունչ տվեց մշակութային արժեքներին և նոր զբոսաշրջային առաջարկներ ներկայացրեց շուկայում՝ հիմնված գլխավորապես հայկական խոհանոցի և արհեստի ու արվեստների վրա: ՀՀ-ում այն՝ ըստ շուկայի տարածվածության, համարվում է լոկալ նորարարություն, քանի որ արտադրանքները դեռևս միջազգային լայն ճանաչում և տարածում չեն գտել: Տնտեսական նորարարությունների առումով՝ ՄԺՀՓԶ ՀՀ-ում պատկանում է փորձառությունների և կիսվող տնտեսության նորարարությունների տեսակներին (առաջարկվող արտադրանքները կարողանում են թողնել անմոռաց տպավորություններ, իսկ ձեռնարկությունները հետևում են կիսվող տնտեսության փիլիսոփայությանը), սակայն այն նաև ներկայանում է որպես սոցիալական նորարարություն (քանի որ կան ձեռնարկություններ, որոնք աշխատում են որպես սոցիալական ձեռնարկություններ): Ամեն դեպքում, հարկ է նշել, որ այս բնագավառում նորարարությունների հետ պետք է առավել քան զգույշ լինել, քանի որ գործ ունենք մշակույթի հետ, որտեղ առաջնահերթ նշանակություն ունեն ավանդական արժեքները:

6. Հիմնական եզրակացությունները

1. ՄԺՀՓԶ արդեն իսկ զարգանում է ՀՀ-ում՝ գլխավորապես միջազգային կազակերպությունների ներդրումային ծրագրերի շնորհիվ:
2. ՄԺՀՓԶ գլխավորապես զարգացել է մարզերում՝ հատկապես ՀՀ գյուղական համայնքներում:
3. ՄԺՀՓԶ հիմնվում է հայկական խոհանոցի և արվեստի ու արհեստի ոչ նյութական մշակութային ժառանգության օգտագործման վրա:
4. ՄԺՀՓԶ դեռևս չունի համընդհանուր տարածում գտած ընկալում կամ մեկնաբանություն ՀՀ-ում:
5. ՀՀ չունի ՄԺՀՓԶ զարգացման քաղաքականություն՝ արտահայտված հայեցակարգի, ռազմավարության և զարգացման ծրագրերի տեսքով:
6. ՀՀ-ում ՄԺՀՓԶ համար գրեթե բացակայում է պետություն-մասնավոր-կրթական/գիտական հաստատություններ համագործակցությունը:
7. ՄԺՀՓԶ զարգացմանը խոչընդոտում են ձեռնարկություններում սերվիսի կազմակերպման խնդիրները, մարդկային ռեսուրսների երբեմն ցածր որակավորումը, իրավական կարգավորումների անկատարությունը (ստանդարտացման և

լիցենզավորման շրջանակներում), ձեռնարկությունների միջև համագործակցության ցածր մակարդակը կամ բացակայությունը, տուրօպերատորների կողմից մշակված տուրփաթեթներում այս զբոսաշրջության առաջարկների ներառվածության ցածր տոկոսը կամ բացակայությունը:

8. ՄԺՅՓԶ կրթական ծրագրերի բացակայությունը ՀՀ բուհերում:
9. ՄԺՅՓԶ զբաղվող մարդկանց համար կա մասնագիտացված վերապատրաստումների անհարժեշտություն:
10. ՄԺՅՓԶ գործող ձեռնարկությունների համար կա մարկետնիգային ռազմավարությունների բարելավման անհարժեշտություն:
11. ՄԺՅՓԶ ձեռնարկությունների համար COVID-19-ի համավարակի պայմաններում աշխատելու ուղեցույցների անհրաժեշտություն:

ՏԱՐԱԾԱՇՐՋԱՆԱՅԻՆ ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆ՝ ԲՈՒՆԱՐԻԱ

Բուլղարիան ունի զբոսաշրջության զարգացման հսկայական ներուժ՝ հարուստ մշակութային ժառանգության, բնական պաշարների և եզակի տեսարժան վայրերի շնորհիվ: Երկրում հաստատվել են զբոսաշրջության և հյուրընկալության ավանդույթներ, իսկ ճանապարհորդության ոլորտը քաղաքականության մշակման օրակարգում ճանաչվել է որպես գերակայություն: 2020 թվականին երկիր է այցելել 12,55 միլիոն զբոսաշրջիկ, իսկ զբոսաշրջության ոլորտը կատարել է 8,17 միլիարդ BGN լևի (4,09 միլիարդ եվրո) կամ Բուլղարիայի ՀՆԱ-ի 10,8%-ի չափով ներդրում, և ոլորտում աշխատել է ավելի քան 340,600 մարդ (ՇԶԽ, 2020թ.): Չնայած երկիրն ունի ռեսուրսների առատություն, զբոսաշրջային գործունեությունը հիմնականում կենտրոնացած է հանգստի վրա: Միևնույն ժամանակ, Բուլղարիան մշակութային և պատմական հուշարձանների քանակով Եվրոպայի լավագույն երկրների շարքում է, իսկ երկրի տեսարժան վայրերից 10-ը ներառված են ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի ժառանգության ցանկում: Ակնհայտ է, որ երկիրն ունի մշակութի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության (ՄԺՅՓԶ) զարգացման աննկարագրելի ներուժ:

Սույն փաստաթղթում փորձ է արվում ամփոփել փորձառական զբոսաշրջության զարգացման հետ կապված խնդրահարույց հարցերը՝ հիմք ընդունելով շահագրգիռ կողմերի կարծիքի և վերաբերմունքի հիման վրա իրականացված կիրառական հետազոտությունը: Փաստաթղթում ներկայացված է Բուլղարիայի զբոսաշրջության ոլորտի ընդհանուր ակնարկը, որտեղ հատուկ ուշադրություն է դարձվում ռեսուրսների բազային, ժառանգության և մշակութի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման ներուժին և մարտահրավերներին: Այն նախանշում է ապագա միտումները և ծառայում որպես հիմք տարածաշրջանային գործողությունների ծրագրի մշակման համար:

1. Երկրի պրոֆիլը. Բուլղարիան և ՍԱԵ տարածաշրջանը

Բուլղարիան բաժանված է վեց շրջանների: Սևծովյան ավազանի երկրների միջսահմանային համագործակցության ծրագրի (ՍԱԵ ծրագիր) իրավասու տարածքներն են Հյուսիս-արևելյան և Հարավ-արևելյան շրջանները:

Հյուսիս-արևելյան շրջանն ունի 14,645 կմ² տարածք և սահմանակից է Սև ծովին արևելքում և Դանուբ գետին հյուսիսում: Խոշոր վարչական մարզերն են՝ Վառնան, Դոբրիչը, Շումենը, Տարգովիշտեն: Այս վարչական շրջաններում ապրում է Բուլղարիայի բնակչության 13,2%-ը: Շրջաններն արտադրել են 5,95 մլրդ եվրո կամ Բուլղարիայի ՀՆԱ-ի 10,6%-ը: Ծառայությունների ոլորտը (հիմնականում զբոսաշրջության և հյուրընկալության) հատկապես կարևորվում է Հյուսիս-արևելյան շրջանում և կազմում է ՀՆԱ-ի (համախառն ավելացված արժեքի) 66.8%-ը:

Հարավ-արևելյան շրջանը մեծությամբ երրորդն է Բուլղարիայում՝ 19,664 կմ² տարածքով, և ընդգրկում է երկրի տարածքի գրեթե քառորդ մասը: Արևելքում այն սահմանակից է Սև ծովին, իսկ հարավում՝ Թուրքիային: Հիմնական վարչական մարզերն են Բուրգասը, Սիվլենը, Յամբոլը և Ստարա Չագորան և ունի 1,032,079 բնակչություն: Հարավ-արևելյան շրջանը հիմնականում ապավինում է ծառայությունների ոլորտին (54,1%), որին հաջորդում է արդյունաբերությունը (41%), իսկ գյուղատնտեսությունը բաժին է ընկնում միայն 4,9%-ը: Սև ծովի ափի մերձակայության պատճառով զբոսաշրջությունը ամենակարևոր և արագ աճող ոլորտներից մեկն է:

2. Երկրի և Սևծովյան տարածաշրջանի զբոսաշրջության համակարգը

Զբոսաշրջության նախարարության և Ազգային վիճակագրական ինստիտուտի տվյալների համաձայն, 2019թ.-ին Բուլղարիան ունեցել է 9,311,681 միջազգային այցելու, ինչը 0,4%-ով ավել է 2018թ.-ի համեմատ: 2019թ.-ին Բուլղարիայում զբոսաշրջության ոլորտն ունեցել է ավելի քան 3,6 մլրդ եվրոյի եկամուտ, իսկ 2018թ.-ին՝ 3,7 մլրդ եվրոյի եկամուտ:

Մատչելի գները, որակյալ գիշերակացները, ծառայությունների բարձր որակը, կլիման և բնությունը, անվտանգությունը, ապահովությունը, մաքրությունը և տեսարժան վայրերը հիմնական գործոններն են, որոնք զբոսաշրջիկներին գրավում են Բուլղարիայում:

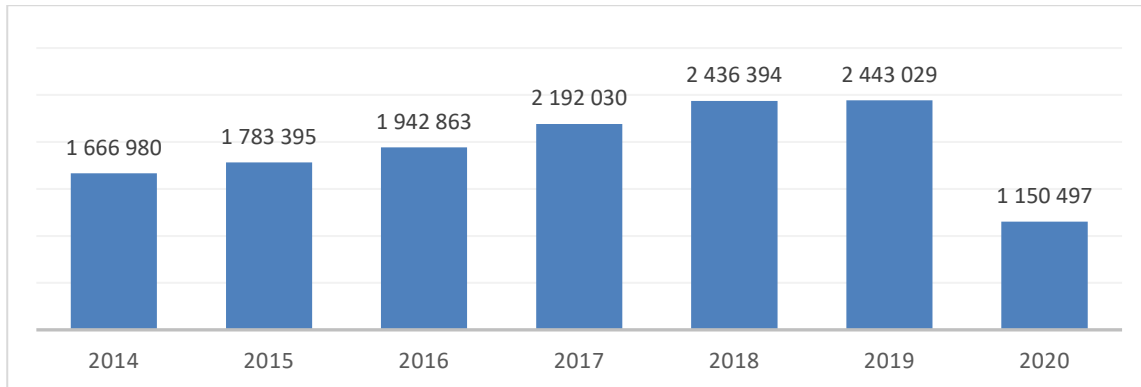
Զբոսաշրջության նախարարության կողմից անցկացված հարցման համաձայն, Բուլղարիայում միջազգային այցելուների ընդհանուր բավարարվածության մակարդակը շատ բարձր է (տատանվում է 88-95%-ի սահմաններում): Զբոսաշրջիկները վայելում են բնության գեղեցկությունը, ավանդական խոհանոցը և երկրի մշակութային ժառանգությունը: Նրանք նաև գնահատում են տեղի ժողովրդի բարյացակամ և ողջունելի վերաբերմունքը, որոնք սովորաբար խոսում են առնվազն մեկ օտար լեզվով:

Միջազգային այցերին զուգահեռ՝ զգալի աճ է գրանցել նաև ներքին զբոսաշրջությունը: Դրան բաժին է ընկնում 3,300,000 այցելություն, ինչը 7%-ով ավել է հինգ տարի առաջվա համեմատությամբ: Բուլղարացիները նույնպես ակտիվ են արտագնա ճանապարհորդություններում: 2017թ.-ին, օրինակ, 6,227,623 բուլղարացիներ այցել են այլ երկրներ, ինչը կազմում է 15,5%-ի աճ՝ 2016թ.-ի համեմատ:

Ցավոք, Covid-19-ի գլոբալ համաճարակն աղետալի ազդեցություն է թողնում երկրում զբոսաշրջության արդյունաբերության վրա: 2020 թվականի հունվար-մայիս և 2019 թվականի նույն ժամանակահատվածի տվյալների համեմատությունը ցույց է տալիս, որ զբոսաշրջիկների այցելությունների քանակը նվազել է 52.9%-ով (վերջին վիճակագրության տվյալներով): Սա նշանակում է, որ 2020թ.-ի ընթացքում Բուլղարիա ժամանողների թիվը

նախորդ տարվա համեմատ երկու անգամ քիչ է, իսկ ամենամեծ անկումը գրանցվել է արհեստավարժ և ժամանցի զբոսաշրջության ոլորտում (57,1%):

Գծապատկեր 1. Չբոսաշրջիկների ժամանումները հունվար-մայիս ամիսների ժամանակահատվածում (բացարձակ թվերով)



Աղբյուրը՝ Չբոսաշրջության նախարարություն, 2020թ.

Հյուրընկալության ոլորտի ընդհանուր եկամուտը կազմում է 1,5 մլրդ BGN լև (0,75 մլրդ եվրո): Մեկ այցելուն միջինում մնում է 3,5 օր, իսկ մեկ զբոսաշրջիկի համար միջին եկամուտը 186 BGN լև է (93 եվրո): Միջին գիշերակացն արժե 56 BGN լև (28 եվրո), ինչի արդյունքում Բուլղարիան դասվում է Եվրոպայում ոչ այնքան թանկ դեստինացիաների շարքը (ըստ Եվրոստատի տվյալների, 2019թ.):

Բուլղարիայում զբոսաշրջիկները հիմնականում ծախսում են գիշերակացի ծառայությունների, սննդի և խմիչքի վրա: Սպառման մեծությամբ երրորդ տեղում տրանսպորտն է: Մշակութային ծառայությունները 471,56 մլն BGN լևով 4-րդ տեղում են:

Չբոսաշրջության և հյուրընկալության ոլորտը բարենպաստ պայմաններ է ապահովում ներդրումների համար: Վիճակագրությունը ցույց է տալիս, որ 2016թ.-ին այս ոլորտում արվել է 1,294 մլն BGN լևի կապիտալ ներդրում (645 մլն. եվրո): 2017թ.-ին ներդրումներն աճել են 5,8%-ով: Կանխատեսվում է, որ առաջիկա տասը տարում զբոսաշրջության ոլորտում ներդրումները կբարձրանան տարեկան 1,5%-ով՝ 2027թ.-ին հասնելով 1,586,8 մլն BGN լևի (ՃՀԽ, 2017թ.):

Տվյալները ցույց են տալիս, որ Բուլղարիայի ՍԱԵ իրավասու երկու շրջաններն էլ (Հյուսիս-արևելյան և Հարավ-արևելյան) մեծապես ապավինում են զբոսաշրջությանն ու հյուրընկալությանը, հիմնականում Սև ծովի ափին մոտ տեղակայված լինելու պատճառով: Ծառայությունների ոլորտը շրջաններում կազմում է ընդհանուր համախառն ավելացված արժեքի 66,8% և 54,1% մասնաբաժինը՝ համապատասխանաբար: Երկու շրջաններն էլ ունեն շատ կարևոր պատմական վայրեր և մշակութային ռեսուրսներ՝ իրենց հին պատմության և այդ վայրերում պահպանված մի շարք մշակութային արտեֆակտների շնորհիվ:

Երկու շրջանները, միասին վերցրած, ունեն երկրի զբոսաշրջիկային կացարանների ամենամեծ մասնաբաժինը: Բուլղարիայում հյուրանոցների մահճակալների ավելի քան 71%-ը տեղակայված է կամ Հյուսիս-արևելյան, կամ Հարավ-արևելյան շրջանում: Այս ոլորտը

ապահովել է միջազգային այցելուների 57%-ը և 2019թ.-ին տվել է զբոսաշրջության եկամտի 72%-ը: Ստորև բերված աղյուսակում ցույց են տրվում Հյուսիս-արևելյան և Հարավ-արևելյան շրջաններում զբոսաշրջության ոլորտի ցուցանիշներն ամբողջ երկրի համեմատ:

Աղյուսակ 1՝ Հյուսիս-արևելյան և Հարավ-արևելյան շրջանների զբոսաշրջության արդյունաբերության ակնարկը

Շրջան	Կացարաններ	Մահճակալներ	Գիշերակացեր	Այցելուներ	Զբոսաշրջության անդորրագրեր (BGN լևով)
Հյուսիս-արևելյան	735	103 763	7 888 370	1 784 731	465 919 010
Վառնա	468	71 550	5 526 625	1 231 463	326 422 781
Դոբրիչ	180	29 788	2 223 237	476 364	133 884 857
Տարգովիշտե	17	683	45 740	23 961	2 115 612
Շումեն	70	1 742	92 768	52 943	3 495 760
Հարավ-արևելյան	1 140	141 229	10 565 610	2 089 330	576 950 103
Բուրգաս	994	134 411	10 080 396	1 874 375	554 375 806
Սլիվեն	66	2 181	88 011	53 627	3 676 979
Ստարա Զագորա	58	3 912	356 454	140 622	17 180 905
Յամբոլ	22	725	40 749	20 706	1 716 413
Բուլղարիա (ընդհանուր)	3 664	341 506	27 154 791	8 187 634	1 521 865 800

Աղբյուրը՝ Ազգային վիճակագրության ինստիտուտ, 2020թ.

3. Զբոսաշրջության կառավարումը Բուլղարիայում

Բուլղարիայում ազգային մակարդակում ճանապարհորդության, զբոսաշրջության և հյուրընկալության արդյունաբերությունը ղեկավարվում է Զբոսաշրջության նախարարության կողմից, իսկ Զբոսաշրջության ազգային խորհրդը հանդես է գալիս որպես խորհրդատվական մարմին: Տեղական մակարդակում զբոսաշրջության քաղաքականությունն իրականացնում են մարզերի քաղաքապետարանները: Որոշումների կայացման գործընթացում ներգրավված են նաև մի շարք արհեստավարժ, տարածաշրջանային, քաղաքացիական և հասարակական կազմակերպություններ, ինչպիսիք են Բուլղարիայի զբոսաշրջության պալատը, Տարածաշրջանային զբոսաշրջության պալատները, Բուլղարիայի հյուրանոցների ասոցիացիան, Բուլղարիայի այլընտրանքային

գրոսաշրջության ասոցիացիան և այլն: Չբոսաշրջության և հյուրընկալության վերաբերյալ ամենակարևոր օրենսդրական փաստաթուղթը գրոսաշրջության մասին օրենքն է:

Կայուն գրոսաշրջության զարգացումը, ներառյալ փորձառական գրոսաշրջության առաջարկը նախանշվել են որպես գրոսաշրջության նախարարության գործունեության գերակա ուղղություն, որի արդյունքում պատրաստվել է 2014-2030 թվականների կայուն գրոսաշրջության զարգացման ազգային ռազմավարությունը և առաջարկվել հանրային քննարկման: Չբոսաշրջության նախարարությունը մշակույթի և ժառանգության գրոսաշրջության համար նախագծել և մշակել է ութ գրոսաշրջային երթուղիներ, որոնցից երեքը տեղակայված են ՍԱԵ իրավասու շրջաններում:

4. Բուլղարիայում և իրավասու շրջաններում ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական գրոսաշրջության զարգացման ռեսուրսները

4.1. Մշակութային ռեսուրսները և ժառանգության տեսարժան վայրերը

Բուլղարիան արևելյան և արևմտյան մշակութային ժառանգության խառնուրդ է, որն ակնհայտ երևում է նրա ճարտարապետության, դավանանքի, ավանդույթների, արհեստների և խոհանոցի մեջ: Բուլղարիայի տարածքում մշակութային և պատմական վայրերի ընդհանուր թիվը շուրջ 40,000 է, ինչի շնորհիվ երկիրը դասվում է Եվրոպայի լավագույն եռյակի մեջ (Հունաստանից և Իտալիայից անմիջապես հետո): Բուլղարիան կարող է հպարտանալ, որ երկրի տեսարժան վայրերից 10-ը ներառված են ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի համաշխարհային ժառանգության ցանկում, որոնցից չորսը տեղակայված են ՍԱ ծովի ափամերձ շրջանում (երկրի համապատասխան ՍԱԵ տարածքում):

Հյուսիս-արևելյան շրջանում հայտնաբերվել է աշխարհի ամենահին ոսկին Ք.ճ.ա. 4000 թվականին: Արևելյան երկու շրջաններն էլ հարուստ են հին սրբազան վայրերով և դամբարաններով, ինչպիսիք են Թրակիայի ժայռե սրբավայր Քաբիլեն (Յամբոլի մոտ), Կազանլակի գերեզմանը, Դոբրուձայի շրջանի Օնոգուր գյուղի մոտակայքում գտնվող ժայռավանքը և այլն: Գոյություն ունեն մի շարք եզակի ժառանգության վայրեր, որոնք բացահայտում են անցյալի փառքը, ինչպիսիք են Բուլղարիայի առաջին մայրաքաղաքների ավերակները Պլիսկայում և Պրեսլավում, «Մադարա» ձիավորը (ժայռապատ քանդակ) Շումենի մոտակայքում կամ «Արմիրա» վիլլան՝ Իվայլովգրադի մոտակայքում, որը գեղեցիկ խճանկարային արվեստի մոնու է: Նեստեբար (հին Մեսաբրիա) և Սոգուպոլ (հին Ապոլոնիա) առափնյա գյուղերը հռոմեական, թրակիական և բուլղարական միջնադարյան ժառանգության կենդանի թանգարաններ են, որոնք ունեն դարերի պատմություն:

Այլ վայրերից են հինավուրց ամրոցները (օրինակ՝ Օվչեր Պրովադիայի մոտակայքում), թանգարանները և հուշահամալիրները, հնագիտական տեղանքները (օրինակ՝ Կալիակրա հրվանդանը Շաբլայի մոտակայքում և հինավուրց Մարկիանոպոլ քաղաքը Դևնյայի մոտակայքում), ամրոցները, ինչպիսիք են Էքսինովգրադը Վառնայի մոտակայքում և Ռումինիայի թագուհի Մարիայի ամրոցը Բալչիկում:

Կան նաև նպատակային նշանակության տեսարժան վայրեր, ինչպիսիք են Նեոֆիտ Ռիլսկի գյուղի մոտակայքում գտնվող Պատմական գրոսայգին: Այս պուրակը վերարտադրում է Բուլղարիայի պատմությունը՝ սկսած 681թ.-ին Բուլղարիայի առաջին թագավորության

ստեղծումից մինչև մեր օրերը: Այն ընդգրկում է բազմաթիվ տեսարժան վայրեր և գործողություններ (ինչպիսիք են նետաձգությունը, ձիավարությունը և այլն) և ապահովում է յուրահատուկ փորձառություն այցելուների համար ավանդական և ժամանակակից տեխնոլոգիաների օգտագործման միջոցով:

4.2. Մշակութային և ժառանգական ոչ նյութական հետքեր

Ավանդական տոնակատարությունների վերածնունդը դառնում է ավելի տարածված, որոնք ներառում են քրիստոնեական և հեթանոսական ծեսեր ու տոնակատարություններ, ինչպիսիք են անունների օրը (նշվում է Արևելյան Ուղղափառ քրիստոնեական օրացույցի որևէ սրբի անունով մարդկանց օրը), կուկերին (հեթանոսական դիմակահանդես փառատոն, որի ժամանակ մարդիկ հագնվում են հրեշների նման՝ չար ոգիներին վտարելու համար), լազարկին (ծիսակատարություն Ծաղկազարդի կիրակի օրը, երբ երիտասարդ աղջիկները հավաքվում և այցելում են հարևանների տները՝ օրհներգեր երգելով), կոլդերարին (ավանդական հագուստով երիտասարդների խմբերը կատարում են Սուրբ ծննդյան օրհնության ծեսեր): Մարտենիցին մեծ ավանդույթ է, երբ մարդիկ փոխանակում են տանը պատրաստած «մարտենիցի» (հնում սպիտակ և կարմիր թելերից պատրաստված ապարանջան կամ բրոշ էին նվիրում՝ ի նշան առողջության և երկարակեցության):

Մեկ այլ եզակի ծես է հանդիսանում «նեստինառատով»-ն կամ կրակի վրայով քայլելը, երբ երիտասարդ տղամարդիկ և կանայք պարում են մարված կրակի ածուխների վրա: Ավանդույթը սկիզբ է առել Ստրանջայի մարզում (Հարավ-արևելյան շրջան), բայց մեր օրերում այն օգտագործվում է որպես զբոսաշրջային գրավչություն Սև ծովի ամբողջ ափի երկայնքով:

4.3. Բուլղարական խոհանոցը

Բուլղարիան հայտնի է իր առողջ և համեղ ավանդական կերակուրներով, որոնք պատրաստվում են թարմ մթերքներով, խոտաբույսերով և համեմունքներով: ՄԺՖՉ-ի խոհարարական գործողությունների մեջ է մտնում ոչ միայն տարածաշրջանի համեղ, իսկական և եզակի սննդամթերք և ուտեստներ ուտելը, այլև դրանք պատրաստելը, մատուցելը և ուտելու ողջ ընթացքում միմյանց հետ շփվելը: Բուլղարական ավանդական բաղադրատոմսերի պատրաստման խոհարարական դասընթացները կարող են հիանալի միջոց լինել երկիրը ավելի լավ ճանաչելու և որոշակի գիտելիք ստանալու առումով, որի ընթացքում զբոսաշրջիկները կարող են իրենց ձեռքերով կերակուր պատրաստել և հետագայում օգտագործել ձեռք բերված գիտելիքներն ու հմտությունները: Այսպիսով, խոհարարական գործողությունները կարող են լինել բազմատեսակ՝ շփում, ուսուցում, հանգիստ, աշխատանք և զվարճանք:

4.4. Իրադարձություններ, փառատոններ և ցուցահանդեսներ

Իրադարձությունների օրացույցը Բուլղարիայում տարեց տարի հարստանում է: 2017 թվականին կային ավելի քան 120 տարբեր խմբակային գործողություններ, որոնց այցելուները կարող էին մասնակցել երկրի ողջ տարածքում: Այդ միջոցառումները տատանվում են երաժշտության և պարի փառատոններից մինչև խոհարարական մրցույթներ կամ դիմակահանդեսային շքերթներ: Ամեն տարի Բուլղարիայում տեղի ունեցող ամենանշանավոր մշակութային իրադարձություններից է այսպես կոչված «Հոլիսյան առավոտը»՝ ռոք երաժշտության փառատոնը, որը մեկնարկեց տասը տարի առաջ գեղատեսիլ Կամեն Բրիագի

ափին: Փառատոնն անցկացվում է հուլիսի 1-ի վաղ առավոտյան, որին ներկա են լինում հազարավոր մասնակիցներ և հանդիսատես ամբողջ երկրից:

Ժառանգության մեկ այլ կարևոր իրադարձություն է Ժերավնա քաղաքում ժողովրդական հագուստի ազգային փառատոնը, որը ցուցադրում է Բուլղարիայի տարբեր մարզերի տարազները: Դա շատ համախոհների հանդիպման վայր է, ովքեր փայփայում են բուլղարական ավանդույթը և հոգ են տանում ազգային հպարտության և ոգու պահպանման համար:

Վարդերի հավաքելու փառատոնը ևս մեկ մեծ գրավչություն է, որը զբոսաշրջիկներին բերում է Վարդերի հովիտ (Չարավ-արևելյան շրջանի Կազանլակ մարզի մոտակայքում): Յուզաբեր վարդը մեր երկրի ազգային խորհրդանիշն է: Վարդի յուղը թորվում է վարդի հատուկ տեսակից, որը կոչվում է «Դամասկոսի մաքենի»: Փառատոնը տեղի է ունենում մայիսի կեսերին և հիմնալի առիթ է բոլոր օճանելիքի սիրահարների համար դրան մասնակցելու կամ վարդերի հավաքելու գործընթացը դիտելու և մոտակա վարդերի թանգարանում վարդերի աճեցման և վարդի յուղի արտադրության մասին ավելին իմանալու համար:

Կան բազմաթիվ այլ իմաստալից և հիշարժան իրադարձություններ և գործողություններ, որոնց զբոսաշրջիկները կարող են մասնակցել Բուլղարիայում գտնվելու ընթացքում: Օրինակ՝ պատմական իրադարձությունների բազում վերստեղծումները, ինչպիսիք են մարտերն ու տոնակատարությունները, կարող են օգնել ամբողջովին սուզվել անցյալի մթնոլորտ: Այդ միջոցառումները հաճախ բեմադրվում են տեղական թատերական խմբերի կամ կամավորների կողմից և ներառում են հատուկ միջավայր, դեկորներ, տարազներ և այլն:

5. Բուլղարիայում և իրավասու տարածաշրջանում մշակույթի և ժառանգականության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման վերաբերյալ շահագրգիռ կողմերի վերաբերմունքի և ընկալումների ուսումնասիրություն

Կարիքների գնահատման սույն վերլուծության շրջանակներում մշակվել և իրականացվել է առաջնային ուսումնասիրություն: Ուսումնասիրությունը ներառում է փորձառության վրա հիմնված զբոսաշրջության ապրանքներից և ծառայություններից օգտվող իրական և հավանական այցելուների և սպառողների ընկալումների և վերաբերմունքի վերաբերյալ հետազոտություն, ինչպես նաև կիսահամակարգված հարցազրույցներ տարբեր շահագրգիռ կողմերի հետ: Հարցման ժամանակ կապ ենք հաստատել թվով 300 անձանց հետ, մինչդեռ լրացվել է 80 ձևաթուղթ, ինչը կազմում է 27% արձագանքում:

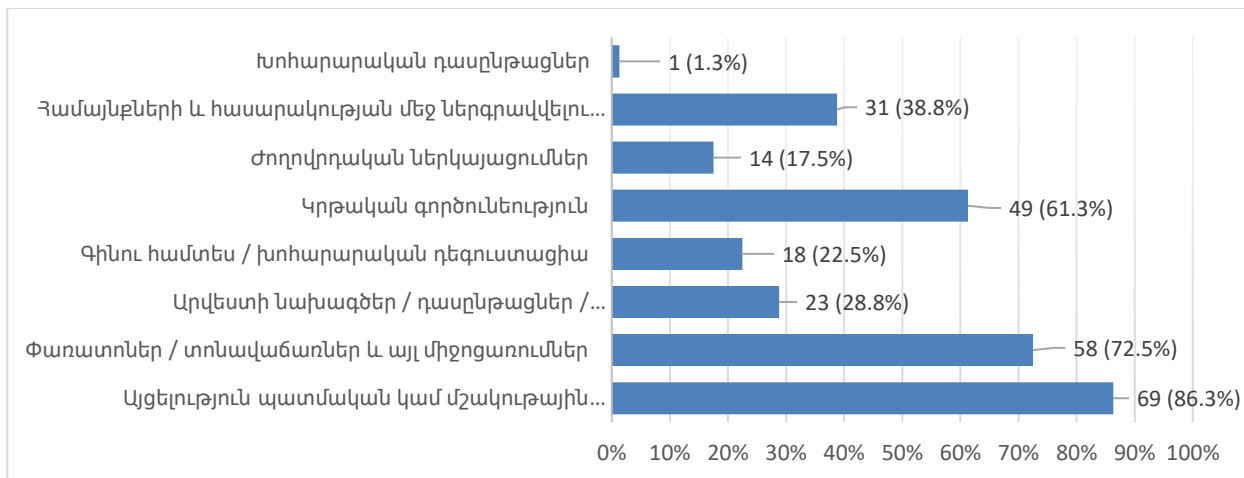
5.1. Արդյունքներ

5.1.1. Որակական ուսումնասիրություն. Հետազոտության արդյունքները

Հետազոտությունը ցույց է տալիս, որ ճանապարհորդություն ծրագրելիս զբոսաշրջիկների հիմնական դրդապատճառը այլ մարդկանց և մշակույթների մասին գիտելիքի ձեռք բերելու մղումն է (90%), որին հաջորդում է հանգիստը (61,3%): Երրորդ կարևոր դրդապատճառը տեղական մշակույթի ու կենսակերպի փորձառությունն է:

Չբուսաշրջիկներն ամենից հակված են այցելել պատմական և մշակութային գրավչություն ունեցող տեսարժան վայրեր (պատասխանների 86,3%-ը): Նրանք նաև ցանկացել են մասնակցել միջոցառումների և այլ գործողությունների (72,5%): Խոհարարությունը և գինու համոտեք երրորդ տեղում էր՝ հավաքելով ձայների 61,3%-ը: Ժողովրդական ներկայացումներ, արհեստներ և համայնքային միջոցառումներ ցանկացել են հարցման մասնակիցների 29-32%-ը:

Գծապատկեր 2. Որո՞նք են ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված գործողությունները, որոնց կցանկանայիք մասնակցել Ձեր այցի ընթացքում:

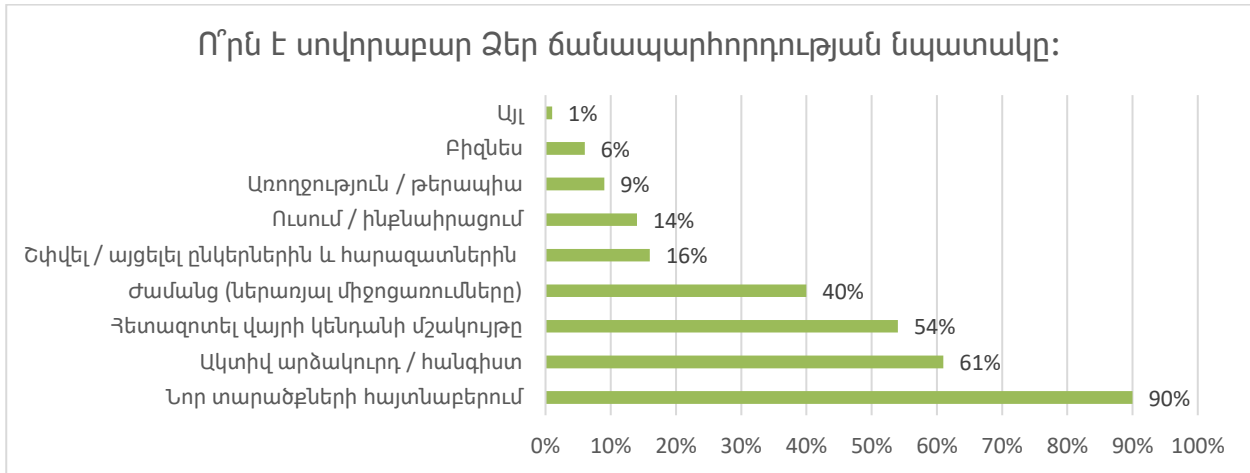


Ինչ վերաբերում է զբոսաշրջիկների որոշումներ կայացնելու և սպառման օրինաչափություններին, մեծամասնությունը պնդում է, որ նրանք միշտ կամ երբեմն են պլանավորում իրենց ճանապարհորդության յուրաքանչյուր մանրուքը: 80-ից միայն մեկն է տվել «երբեք» պատասխանն այս հարցին:

Կազմակերպված կամ անհատական ճանապարհորդությունների նախապատվության հետ կապված պատասխանները քիչ թե շատ հավասարաչափ են բաշխված և տատանվում են 16-21-ի սահմաններում: Գրեթե բոլոր հարցվողները (90%) ցանկանում են ճանապարհորդելիս նոր զգացողություն ունենալ՝ մեկ անգամ ևս ընդգծելով լավ մշակված զբոսաշրջության փորձառության կարևորությունը: Նմանատիպ պատասխաններ են տրվել տարածաշրջանին բնորոշ նոր ուտեստ համոտեսելու վերաբերյալ հաջորդ հարցերին: 80-ից 62-ը միշտ են սիրում փորձել նոր համեր, իսկ ևս 15-ը պատասխանել են «երբեմն»:

Այցելուների մեծ մասը սիրում է շփվել տեղի մարդկանց հետ և ընկերանալ նրանց հետ (75%): Նրանք նաև կնախընտրեին մասնակցել փորձի հարստացման և խթանման գործողություններին (36-ը՝ երբեմն, և 21-ը՝ միշտ): Մասնակիցների 60%-ին հետաքրքրում է մշակութային և ժառանգության վայրեր այցելելը: Նրանցից 30-ը ցանկանում են երբեմն մասնակցել տեղի ծիսակատարություններին, սովորույթներին կամ ավանդույթներին:

Գծապատկեր 3. Ո՞րն է սովորաբար Ձեր ճանապարհորդության նպատակը:



Չբուսաշրջիկների կարծիքը, թե արդյո՞ք տեխնոլոգիաները ավելացնում են զբոսաշրջության փորձառությանը, բազմազան է: Նրանց մեծամասնությունը դրական են պատասխանել (կամ «միշտ» կամ «երբեմն»), բայց կան մարդիկ, ովքեր չեն ցանկանում փոխարինել (կամ ուռճացնել) իրական փորձառությունը արհեստականորեն ստեղծվածի հետ:

Հարցվողների մեծամասնությունը պատրաստ է զոհողությունների գնալ ավելի մեծ ծախսերի կամ պակաս հարմարավետության տեսանկյունից՝ ավելի լիարժեք և բովանդակալից փորձառություն ունենալու համար (մոտավորապես 68%-ը դրական են պատասխանել):

Հարցվողների ժողովրդագրական պատկերը իգական սեռի ներկայացուցիչների օգտին է (82,5% ընդդեմ 17,5%): Մասնակիցները ներկայացնում էին տարիքային տարբեր խմբեր՝ 19-ից մինչև 56 տարեկան և ավելի մեծ:

5.1.2. Կիսահամակարգված հարցազրույցների բովանդակության վերլուծություն

Հարցազրույցի հարցերի բովանդակային վերլուծությունը հետևյալն է.

Հ. 1 Ինչպե՞ս եք հասկանում «մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջություն (ՄԺՅՓՁ)» տերմինը:

Ակնհայտ է, որ հարցվողների մեծ մասը, ըստ էության, հասկանում է «մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության (ՄԺՅՓՁ)» գաղափարը: Նրանցից ոմանք այն սահմանել են որպես «...զբոսաշրջության տեսակ, որը հիմնված է տարբեր տեսակի փորձառությունների, հույզերի, տեղական ուտեստների և խմիչքների համտեսման, տեղական կենսակերպի և մշակույթի ճանաչման վրա»:

կամ

«...սա զբոսաշրջություն է, որը կապված է պատմական իրադարձությունների, ժողովրդական սովորույթների և մշակութային իրադարձությունների վերարտադրության հետ: Կարծում եմ, որ զբոսաշրջության այս տեսակը ծայրահեղ հեռանկարային է, քանի որ շեշտը դրված է փորձը կիսելու և ստեղծագործելու, ինչպես նաև զբոսաշրջիկի

ինքնաճանաչման վրա, և ոչ թե պարզապես այս կամ այն զբոսաշրջիկային ծառայության սպառման վրա»:

ՄԺՀՓԶ-ի սահմանման հետ կապված ամենահաճախ օգտագործվող մի քանի բառերն են. հիշարժան, դրական հույզեր, իսկական, ընկղմում դեստինացիայի մեջ, փորձի փոխանակում, կիրք, նոր մարդկանց հետ հանդիպում, ուտելիքի համտեսում, ինտերակտիվություն, մասնակցություն, համայնքային հիմունքներով զբոսաշրջություն, գիտելիք ձեռք բերել, ծանոթանալ դեստինացիայի պատմությանը և մշակույթին:

Յ. 2 Ինչպե՞ս եք տեսնում Ձեր կազմակերպության դերը ՄԺՀՓԶ-ի զարգացման գործում:

Հարցվողների մեծ մասը, որոնք ծառայություններ մատուցող ընկերությունների ներկայացուցիչներ են, ինչպիսիք են հյուրանոցները, բնակեցման հաստատությունները, ռեստորանները, զբոսաշրջիկային գործակալությունները, իրենց դերը տեսնում են հետևյալի մեջ.

- վերջնական արտադրանքին արժեք ավելացնել
- հարմարավետություն, տարբեր փորձառությունների ապահովել, առօրյա կյանքից վերացնել լարվածությունը և սթրեսը
- համակարգել ջանքերը այլ շահագրգիռ կողմերի հետ
- համայնքի մշակութային կյանքին ավելի ակտիվ մասնակցել
- միջոցառումներ, փառատոներ, գինու և սննդի համտես, տոնակատարություններ կազմակերպել
- ավանդական արհեստների և ուտեստների պատրաստման տեխնիկայի դասընթացներ կազմակերպել
- անմոռանալի հիշողություններ ստեղծել և անհայտ կամ նոր զբոսաշրջության վայրեր և ռեսուրսներ օգտագործելով՝ օրիգինալ արտադրանք նախագծել:

Հասարակական և պետական հաստատությունները իրենց դերը տեսնում են հետևյալ կերպ.

- Տեղեկատվություն ապահովել
- ցույց տալ դեստինացիայի քիչ հայտնի հատվածը (ինչպես օրինակ՝ հին քաղաքը)/ վերակենդանացնել որոշ վայրերի ոգին
- հասանելի դարձնել և խթանել պատմական և հնագիտական վայրերը
- միջոցառումներ կազմակերպել և միջազգային իրազեկություն ապահովել:

Յ. 3 Ինչպիսի՞ մշակույթի վրա հիմնված փորձառական գործունեություն կարող եք կազմակերպել Ձեր զբոսաշրջիկների համար:

Այստեղ պատասխանները կախված են շահագրգիռ կողմի հիմնական գործունեությունից:

Գիշերակացի ոլորտի ներկայացուցիչներն առաջարկում են թեմատիկ ճաշկերույթների փորձառություն, տնական համեղ սնունդ, բազմաթիվ գործողություններ, ինչպիսիք են ձկնորսությունը, նավարկությունը, գյուղական զբոսաշրջությունը: Նրանցից ոմանք առաջարկում են լավ պահպանված բուլղարական ավանդական տներ, որոնցում տեղավորվում են հյուրերը (ինչը կարող է նաև արժեք հաղորդել նրանց իրական փորձառությանը), ոմանք էլ առիթ են ունենում միջոցառումներ կազմակերպելու:

Էքսկուրսավարները, SO-ները և ZQ-ները առաջարկում են առցանց շնորհանդեսներ անել, ելույթներ ունենալ և պատմություններ պատմել, ինչպես նաև զբոսաշրջիկների հետ քննարկումների անցկացնել, խաղեր խաղալ, ներկայացնել դեստինացիայի մշակութային օրացույցը և զբոսաշրջիկներին խրախուսել ավելի ակտիվորեն մասնակցել միջոցառումներին, հոլոգրամներ և բարձր տեխնոլոգիական այլ լուծումներ օգտագործել պատմությունները պատկերավոր ձևով պատմելու համար, տեղական արհեստների ցուցադրումներ կազմակերպել:

Հասարակական կազմակերպությունները կարող են աջակցել պատմության և կարևոր իրադարձությունների հետ կապված ցուցահանդեսներ բեմադրելով, պատմական վայրերը վերականգնելով, քաղաքի անսովոր և անսպասելի վայրերը ցուցադրելով (բացի հայտնի և ճանաչված զբոսաշրջային վայրերից):

Յ. 4 Ինչպիսի՞ մշակութային կամ այլ անիմացիաներ / գործողություններ եք կազմակերպում Ձեր զբոսաշրջիկների համար:

Պատասխաններն այստեղ բավականին նման են նախորդ հարցի պատասխաններին, օրինակ՝ բեմադրել թեմատիկ ճաշկերույթներ բանահյուսական ծրագրերով, զբոսաշրջիկներին ներգրավել գյուղական և ֆերմերային գործունեության մեջ (ըստ անհրաժեշտության), խաղեր, միջոցառումներ, մրցույթներ և տոնակատարություններ կազմակերպել:

Հյուրատունը կազմակերպում է ամենամյա համերգ, որին այցելում են տեղացիներ և միջազգային զբոսաշրջիկներ: Ռեստորանը բեմադրում է ներկայացումներ, կազմակերպում երաժշտական միջոցառումներ, պոեզիայի ասմունքներ, ազգային և կրոնական տոնակատարություններ՝ բուլղարական-ռուսական միջմշակութային փոխանակումը խթանելու համար:

Տուրօպերատորն առաջարկում է Էքսկուրսիաներ, որոնք ունեն մշակութային և ճանաչողական ուղղվածություն: Մեկ այլ տուրօպերատոր նախագծել է ավելի քան 1000 ապրանքատեսակ/տուրիստական փաթեթ, որոնք այս կամ այն չափով կապված են փորձառական զբոսաշրջության հետ՝ շեշտը դնելով տեղական ավանդույթների և արհեստների և հյուրընկալող համայնքի առօրյա կյանքի վրա:

Հասարակական կազմակերպություններն առաջարկում են վերստեղծել ավանդական ծեսերը, գրական ընթերցումները և ցուցահանդեսները, տեղադրել ստեղծագործական արվեստի ինստալյացիաներ ամբողջ քաղաքում, որպեսզի մարդկանց դրդեն ուսումնասիրել անհայտ նշումներ, կազմակերպել արշավներ և զբոսանքներ զվարճանքի տարրերով:

Մի կազմակերպություն հայտարարեց, որ Covid-19-ի համաճարակի պատճառով իրենց բոլոր գործողությունները կասեցված են:

Յ. 5 Ինչպիսի՞ ռեսուրսներ են անհրաժեշտ մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման համար:

Այս հարցի պատասխանները ներառում են.

- Նյութական ռեսուրսներ, օրինակ՝ թեմատիկ սնունդ և ըմպելիքներ, տարազներ և այլն
- Մարդկային ռեսուրսներ
- Մուլտիմեդիա /սարքավորումներ /տեխնիկական աջակցություն
- Ֆինանսական ռեսուրսներ /ֆինանսավորում
- Պետության, տեղական համայնքների, համայնքապետարանների աջակցություն
- Չբոսաշրջային ռեսուրսներ՝ արհեստներ, տեսարժան վայրեր, պատմամշակութային վայրեր և միջոցառումներ
- Բարելավված ենթակառուցվածքներ
- Ներառված բոլոր մատակարարների գիտելիք և հմտություններ
- Համապատասխան կազմակերպությունների և որոշումներ կայացնողների հետ ցանցերի ստեղծում
- Կայուն ռազմավարություն և կառավարում

Յ. 6 Ինչպիսի՞ հաղորդակցական մարկետինգային ռազմավարություններ (տեխնոլոգիաներ) եք օգտագործում:

Հարցվողները հայտարարեցին, որ գովազդի համար հիմնականում օգտագործում են համացանցը (ներառյալ իրենց ընկերության կայքերը և այլ առցանց հարթակներ) և սոցիալական լրատվամիջոցները կամ ապավինում են մասնակիցների արձագանքներին (բերանացի հաղորդակցում): Մի քանիսը օգտագործում են նաև տպագիր նյութեր (բրոշյուրներ, թռուցիկներ) և զանգվածային լրատվամիջոցների գովազդը: Հաստատություններից մեկը գովազդում է իրենց բանախյուսական ծրագիրը հյուրանոցի ընդունարանում:

Յ. 7 Ինչպիսի՞ հմտություններ են պետք Ձեզ (Ձեզ և Ձեր աշխատակցին) զբոսաշրջիկների համար ավելի փորձառու լինելու համար:

Պատասխանները ներառում են.

- Ստեղծարարություն / նորարարություններ
- Ոչ ավանդական մտածողություն
- Նվիրվածություն և ոգևորություն
- Հաղորդակցություն, մարկետինգ

- Գեղարվեստական / կատարողական հմտություններ
- Արհեստավարժություն
- Անմիջականություն կամ «մարդկային վերաբերմունք»

Երկու հարցվող պատասխանել են, որ ՄԺՖՉ ապրանքներ տրամադրելու համար հատուկ հմտություններ անհրաժեշտ չեն:

Յ. 8 Դասընթացներ կազմակերպում եք Ձեր անձնակազմի համար: Ինչպիսի՞ դասընթացներ եք կազմակերպում:

Այս հարցի վերլուծությունը պարզում է, որ շահագրգիռ կողմերից միայն քչերն են ժամանակ և ռեսուրսներ տրամադրում իրենց անձնակազմի համար ՄԺՖՉ-ի հետ կապված որևէ վերապատրաստման դասընթացներ կազմակերպելու համար:

Յ. 9 Ինչպե՞ս եք տեսնում առհասարակ և Բուլղարիայում ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման ապագան:

Հարցվածների մեծ մասը համաձայն է, որ փորձառական զբոսաշրջությունը հսկայական ներուժ ունի, աճում և զարգանում է, և գնալով կդառնա գերակա ոլորտ: Ոմանք դա համարում են հակաթույն ընդդեմ համաճարակային ճգնաժամի աղետալի հետևանքների: Պատասխանների մեծ մասը հնչում է այսպես. «Կարծում եմ, սա զբոսաշրջության առաջարկի շատ խոստումնալից ձև է և հնարավորություն է մեր երկրի համար ձեռք բերել մրցակցային առավելություն և ճանաչվել շուկայում նոր իմիջով»:

Յ. 10 Ինչպիսի՞ ռիսկեր եք տեսնում Ձեր ընկերության/ կազմակերպության և, ընդհանուր առմամբ, փորձառական զբոսաշրջության զարգացման մեջ:

Հարցվողների մեծամասնությունն իր կազմակերպության/ ընկերության համար որևէ ռիսկ չի տեսնում կապված ՄԺՖՉ զարգացման հետ:

Ոմանք, այնուամենայնիվ, նշել են, որ հնարավոր են չնախատեսված ծախսեր կամ ծառայությունից հրաժարվելու հետևանքով առաջացած ծախսեր: Օրինակ, ռեստորանը կարող է իրականում կորցնել հաճախորդներին երաժշտության, ներկայցման, տոնակատարությունների բուռն և բարձրաձայն կատարման համար, քանի որ ոչ բոլորին դա դուր կգա:

Տուրօպերատորներից մեկը որպես ռիսկ նշել է բեմականացված իսկությունը. «Երբ առաջարկում ես անիրական, կեղծ փորձառություններ, որոնք հիմնված են գոյություն չունեցող, հորինված պատմությունների/ավանդույթների վրա կամ առաջարկում ես իրական պատմություն, բայց ներկայացված է ոչ պրոֆեսիոնալ ձևով»:

Տուրօպերատորների համար մեկ այլ ռիսկ է հանդիսանում այն փաստը, որ փորձառական զբոսաշրջիկը հաճախ կարող է ինքը կազմակերպել իր ուղևորությունը և դուրս թողնել միջնորդներին, ինչը ուղղակիորեն կհանգեցնի բիզնեսի և շահույթի կորստի:

Ռիսկերի մեկ այլ խումբ էլ կապված է ենթակառուցվածքների անբավարարության հետ, ինչպիսիք են անմատչելի տեղանքները, վատ ճանապարհները, ազդանշանային վատ

համակարգը, հասարակական պետքարանձանների բացակայությունը և այլն: Հարցվողներից մեկը որպես ռիսկ նշել է ստվերային տնտեսությունը կամ բիզնես գործունեությունը, որը չի կարգավորվում պետություն կողմից: Դա կարող է ոչ միայն վնաս պատճառել բյուջեին և ստեղծել անարդար մրցակցություն, այլև վտանգ ներկայացնել տեղական համայնքների բարեկեցության և բարգավաճման համար:

Հ. 11. Ինչպե՞ս եք տեսնում Բուլղարիայի պետության/կառավարության դերը ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման գործում:

Հարցվողների կարծիքով՝ կառավարությունը պետք է խթանի և ֆինանսավորի երկրի մշակութային ժառանգությունը: Կառավարության մյուս գործառույթներն են ենթակառուցվածքների կառուցումը և սպասարկումը, անձնակազմի կրթությունը և ուսուցումը, հանցագործությունների նվազեցումը, անվտանգության և ապահովության երաշխավորումը:

Հարցվողների մեծ մասը գտնում է, որ կառավարությունը բավարար չափով չի աջակցում նմանատիպ գործողություններին և կարող է ավելի լավ աշխատանք կատարել՝ կազմակերպելով (ֆինանսավորելով) հանրային մշակութային միջոցառումներ, խթանելով և գովազդելով տեսարժան վայրերն ու դեստինացիաները և առավել ինտենսիվ համագործակցելով մասնավոր և պետական հաստատությունների հետ:

Հ. 12. Ինչպե՞ս եք տեսնում տեղացիների/շահագրգիռ կողմերի դերը Բուլղարիայում ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման գործում:

Հարցվողների կարծիքով, տեղացիներն ուղղակիորեն կամ անուղղակիորեն մասնակցում են փորձառական զբոսաշրջային արտադրանքի ստեղծմանը, ուստի նրանց դերն անապայման կարևոր է: «Տեղի բնակիչներն իրենց սովորույթներով և ավանդույթներով, բանահյուսությամբ, ուսեստներով, արհեստներով միշտ գրավել են զբոսաշրջիկներին, հատկապես օտարերկրյա զբոսաշրջիկներին, և այս առումով նրանց դերը չափազանց կարևոր է»: Ավելին, հյուրընկալող համայնքը կարող է նորեկների համար հյուրընկալ և ընկերական մթնոլորտ ստեղծել:

Կարևոր է նաև այլ մատակարարների՝ հյուրանոցների, ռեստորանների և տուրօպերատորների դերը (հասարակական կազմակերպությունների կարծիքով): Նրանք աջակցում և ապահովում են վերջիններիս գործունեությունը, և նրանց ծառայությունների որակը արտացոլվում է այցելուի ողջ փորձառության վրա:

Հ. 13. Ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման ինչպիսի՞ մարտահրավերներ եք տեսնում:

Հարցվողներից ոմանք պնդում են, որ բուլղարացի զբոսաշրջիկը դեռ պատրաստ չէ լինել կամ գործել որպես փորձառական զբոսաշրջիկ: Մյուսները մարկետինգային խոչընդոտներ են տեսնում այս տեսակի արտադրանքի խթանման համար: Այլ մարտահրավերներ կարող են համարվել ճիշտ մատակարարներ գտնելը կամ տեղական համայնքների ներգրավումը:

Յ. 14. Բուլղարիայում մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման ինչպիսի՞ հնարավորություններ եք տեսնում:

Հարցվողների մեծ մասը հաստատում է, որ Բուլղարիան հսկայական ներուժ ունի զարգանալու և ՄԺՀՓԶ ցանկալի դեստինացիա դառնալու համար: Այնուամենայնիվ, դրա համար անհրաժեշտ է համակարգել բոլոր շահագրգիռ կողմերի ջանքերը և ունենալ առողջ ազգային քաղաքականություն: Հաճախ հարցվողները օգտագործում են այսպիսի արտահայտություններ, ինչպիսիք են՝ «անսահման հավանականություններ, զարմանալի հնարավորություններ, հսկայական ներուժ և զբոսաշրջության խոստումնալից տեսակ»:

Յ. 15. Ինչպե՞ս կարող է Ձեր կազմակերպությունն օգտվել կամ օժանդակել զբոսաշրջության ոլորտին ներկայիս COVID-19-ի ճգնաժամի պարագայում:

Այս հարցի վերաբերյալ հարցվողների մեծ մասը պատասխանում է նոր իրականությանը հարմարվելու ձև գտնելով, օրինակ՝ դիվերսիֆիկացված արտադրանք և ծառայություններ առաջարկելով կամ շուկայական այլ հատվածներին վերաթիրախավորելով (օրինակ՝ ներքին զբոսաշրջիկներ և հարևան երկրների բնակիչներ):

Տուրօպերատորներից մեկը լուծում է տեսնում նոր տեխնոլոգիաների և թվայնացման կիրառումով առցանց վիրտուալ շրջագայություններ կազմակերպելու մեջ: Ըստ մեկ այլ տուրօպերատորի պատասխանի՝ լուծումը թիրախավորված զբոսաշրջության արտադրանք մշակելու մեջ է:

Մեկ այլ մատակարար շատ մրցակիցների սնանկության արդյունքում առաջացած շուկայի վերաբաշխումից հետո ավելի լավ մասնաբաժին է ակնկալում:

Յ. 16. ՄԺՀՓԶ-ի ի՞նչ բիզնես մոդելներ է օգտագործում Ձեր ընկերությունը: / Կառավարման կամ ռազմավարական ո՞ր մոդելներն են հարմար ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման համար:

Հարցվողներից շատերը չեն նկարագրել իրենց կոնկրետ բիզնեսը կամ ՄԺՀՓԶ-ի զարգացման ռազմավարական մոդելը: Մի ընկերության սեփականատեր հրաժարվել է բացահայտել իրենց բիզնեսի մոդելը արդյունաբերության հնարավոր լրտեսության պատճառով:

Հարցվողների մի խումբ ընդգծում է բավարար խթանման և հաղորդակցման ռազմավարության անհրաժեշտությունը: Օրինակ՝ տեղեկատվական պորտալի մշակում: Մյուսները ընդգծում են նոր տեխնոլոգիաների ներդրման կարևորությունը, ինչպիսիք են 3D արտապատկերումը, ստերեո ձայնային համակարգերը թանգարաններում և տեղանքում, հոլոգրամները և այլն:

Ոմանք հաստատում են, որ անհրաժեշտ են մեծ փոփոխություններ, և որ մոտեցումը պետք է լինի ձգտել երկարաժամկետ օգուտների, այլ ոչ թե փնտրել կարճաժամկետ լուծումներ: Մյուսները կարծում են, որ հաջողության բանալին բոլոր ներգրավված շահագրգիռ կողմերի, այդ թվում տեղական համայնքների, կառավարության, հասարակական կազմակերպությունների և ծառայությունների մատուցողների համագործակցության մեջ է:

6. Եզրակացություններ

Կարիքների գնահատման վերլուծությունը հաստատում է, որ մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջությունը ապագա զարգացման մեծ ներուժ ունի: Մասնավորապես, Բուլղարիան կարող է օգտվել իր առատ զբոսաշրջային ռեսուրսներից, մշակութային և պատմական վայրերից, արտեֆակտներից, պահպանված ավանդույթներից, բանահյուսությունից և յուրահատուկ խոհանոցից՝ համաշխարհային և ներքին շուկայում ՄԺՀՓՉ-ը խթանելու համար:

Երկրորդային ուսումնասիրությունը պարզեց, որ մեր երկիրն ունի բոլոր նախադրյալները ՄԺՀՓՉ դեստինացիա լինելու համար: Մի կողմից, Բուլղարիան ունի զբոսաշրջության ծառայություններ մատուցելու լավ ավանդույթներ, ինչպես նաև զբոսաշրջության զարգացած արդյունաբերություն: Մյուս կողմից, կառավարությունն իրական ջանքեր է գործադրել ավելի կայուն, մասնագիտացված և սպառողների նեղ ու թիրախավորված շրջանակների համար նախատեսված զբոսաշրջության առաջարկներին ուղղված ռազմավարական քաղաքականության շրջանակ մշակելու և մասնավոր և հանրային ընկերությունների ու կազմակերպությունների հետ համակարգված համագործակցելու ուղղությամբ: Ակնհայտ է նաև, որ բուլղարական մշակութային ժառանգության հարստությունը լիովին չի օգտագործվում, և միջազգային ու նույնիսկ ներքին զբոսաշրջիկների մեծ մասի համար Բուլղարիան մնում է «չբացահայտված երկիր» կամ «լավագույնս պահված գաղտնիք»: Առաջնահերթ անհրաժեշտություն է դիվերսիֆիկացնել զբոսաշրջության առաջարկի կառուցվածքը և նախապատվությունը տալ բնապահպանական, համայնքների համար բարենպաստ և ավելի բարձր եկամուտներ բերող զբոսաշրջության կայուն ձևերին: Երկրի նոր իմիջի ստեղծումը ևս մեկ կարևոր խնդիր է, եթե մենք ուզում ենք հրաժարվել զանգվածային, Էժան զբոսաշրջային դեստինացիայի հետ զուգորդվելուց: ՄԺՀՓՉ-ի զարգացման առավելությունները հետևյալն են.

- Բուլղարիայի իմիջի՝ որպես զբոսաշրջության դեստինացիայի, բարելավում համաշխարհային զբոսաշրջության շուկայում (դուրս գալով «զանգվածային զբոսաշրջության» իմիջի ծուղակից)
- անհատ զբոսաշրջիկների մասնաբաժնի ավելացում, սեզոնայնության հակակշիռի ապահովում և մեկ այցելուի հաշվով միջին եկամուտի բարձրացում:
- Մշակույթի և ժառանգության ռեսուրսների գնահատում, պահպանում, պաշտպանություն և որակի բարելավում:
- Բուլղարական զբոսաշրջության արդյունաբերության ընդհանուր մրցունակության բարձրացում:

Առաջնային ուսումնասիրությունը հաստատեց, որ ինչպես պահանջարկի, այնպես էլ առաջարկի կողմերը պատրաստ են ողջունել և աջակցել ՄԺՀՓՉ-ի զարգացմանը: Զբոսաշրջիկները փնտրում են նոր, բովանդակալից գործողություններ: Նրանք ցանկանում են ավելի ակտիվ մասնակցել տեղական համայնքի կյանքին: Նրանք պատրաստ են զոհաբերել հարմարություններն ու հարմարավետությունը և ավելին վճարել՝ խորաթափանց և փոխակերպվող փորձառություն ձեռք բերելու համար: Զբոսաշրջության շահագրգիռ կողմերը ՄԺՀՓՉ-ն համարում են հեռանկարային, եկամտաբեր և հնարավոր դեղամիջոց

համաշխարհային ճգնաժամի համար: Բոլորն էլ կարծում են, որ երկիրը մեծ ներուժ ունի ՄԺՀՓԶ-ի զարգացման համար, և դրան պետք է առաջնահերթություն տրվի կառավարության և մասնավոր հատվածի քաղաքականության և որոշումների կայացման նախաձեռնության մեջ: Այնուամենայնիվ, հաջողությանը կարելի է հասնել միայն բոլոր ներգրավված շահագրգիռ կողմերի համակարգված համագործակցության ջանքերի միջոցով:

ՏԱՐԱԾԱՇՐՋԱՆԱՅԻՆ ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆ՝ ՎՐԱՍՏԱՆ

Հին պատմություն, հարուստ մշակութային ռեսուրսներ և ժառանգություն ունեցող Վրաստանը պոստմոդեռնիստական զբոսաշրջիկների կարիքներն ու սպասելիքները բավարարելու ներուժ ունի: Երկիրը զբոսաշրջության և հյուրընկալության մեծ ավանդույթներ ունի, և վերջին տասնամյակների ընթացքում զբոսաշրջությունը դարձել է Վրաստանի առաջատար ճյուղերից մեկը եկամտաբերության և երկրի առևտրային պակասուրդը փոխհատուցելու առումով: Այն դարձել է պետական կառավարական կազմակերպությունների և նրանց ռազմավարական փաստաթղթերի անբաժանելի մասը գյուղական և հատկապես լեռնային շրջանների աշխուժացման և դիվերսիֆիկացման իր ներուժի շնորհիվ, որտեղ գործազրկությունը, տնտեսական ենթակառուցվածքների բացակայությունը և բարձր միգրացիան շարունակում են մնալ հիմնական մարտահրավերները:

2019 թվականին երկին ունեցել է 9,4 միլիոն միջազգային այցելու, որոնցից 5,5 միլիոնը զբոսաշրջիկ են եղել, իսկ զբոսաշրջության ոլորտը ներդրում է ունեցել Վրաստանի ՀՆԱ-ի 10,4%-ով (ՃՀԻ, 2019): Բնությունը և արկածները, պատմությունը, մշակութային ժառանգությունը և ավանդույթները, գինին և գաստրոնոմիան, վրաց ժողովրդի հյուրընկալությունը Վրաստանի ապրանքանիշը դարձած հիմնասյուներն են, որոնք դուրս են բերել երկիրը միջազգային զբոսաշրջության շուկա: Երկիրը հարուստ է իր մշակութային և պատմական հուշարձաններով, որոնցից 4-ը ներառված են ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի նյութական ժառանգության ցանկում, իսկ վրացական 4 արժեքներ ներառված են ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի համաշխարհային ժառանգության ցանկում ոչ նյութական մշակութային ժառանգության պահպանության մասին կոնվենցիայով (UNESCO.org, 2019):

Երկիրը մեծ ներուժ ունի մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական տուրիզմի (ՄԺՀՓԶ) զարգացման համար: Այն առաջին անգամ նշվել է Վրաստանի մշակույթի ազգային ռազմավարության մեջ, որը խթանում է կայուն զբոսաշրջությունը և կարևորում մշակութային ռեսուրսները (նյութական, ոչ նյութական ժառանգություն, փառատոներ և այլ միջոցառումներ) և ստեղծագործական արդյունաբերությունը (թանգարաններ, արհեստներ, մշակութային և բնական տեսարժան վայրեր, հուշարձաններ, բանահյուսություն, ազգային խոհանոց, գինի և այլն)՝ որպես սոցիալ-տնտեսական զարգացման ներուժ, և դարձնում է Վրաստանը յուրահատուկ, իսկական և մրցակցային վայր նոր հետազոտությունների և փորձառության համար (Էջ 40):

Սույն փաստաթուղթը ներկայացնում է Վրաստանում ՓԶ հասկացության ներկայիս ընկալումը մշակութային զբոսաշրջության համատեքստում և ամփոփում երկրում

Common borders. Common solutions.

փորձառական զբոսաշրջության զարգացման հետ կապված խնդրահարույց հարցերը՝ օգտագործելով այս ոլորտում տարբեր շահագրգիռ կողմերի կարծիքների և պրակտիկայի կիրառական հետազոտությունը: Այն տալիս է ակնարկ զբոսաշրջության ոլորտի մասին, նախանշում հիմնական ռեսուրսները, սահմանափակումներն ու հնարավորությունները և հիմք ծառայում տարածաշրջանային գործողությունների ծրագրի մշակման համար:

1. Ընդհանուր ակնարկ երկրի մասին

Վրաստանը փոքր լեռնային երկիր է՝ 69,700 կմ² ընդհանուր տարածքով, որը գտնվում է Հարավային Կովկասի տարածաշրջանում և ունի 3,7 միլիոն բնակչություն: Տեղակայված լինելով Եվրոպայի և Ասիայի հատման կետում՝ երկիրը դարեր շարունակ հայտնի է մշակութային ավանդույթների բազմազանությամբ: Տարածքի շուրջ 54%-ը գտնվում է ծովի մակարդակից ավելի քան 1000 մ բարձրության վրա, իսկ բնակչության 43%-ը ապրում է գյուղական և լեռնային տարածքներում: Երկիրը բաժանված է 11 մարզերի և 69 վարչական շրջանների: Վրաստանի յուրաքանչյուր նահանգ առանձնանում է իր կենդանի մշակույթով և բնությունով, ավանդույթներով, որոնք ապահովում են երկրի ազգագրական խճանկարն ու առանձնահատուկ գրավչությունը, և այդ բազմազանությունը ստեղծում է ոչ նյութական մշակութային հուշարձաններ Վրաստանի բոլոր մարզերում:

ՀՆԱ-ում ոլորտներն ունեն հետևյալ մասնաբաժինը՝ արդյունաբերություն 14,8%, առևտուր 13,9%, անշարժ գույքի գործունեություն 11,4%, շինարարություն 8,3%, գյուղատնտեսություն 7,8%, պետական կառավարում 7,5%, տրանսպորտ և պահեստավորում 6,3%, ֆինանսական և ապահովագրական գործունեություն 6,1%, բնակեցման և սննդի սպասարկման գործունեություն 4,6%: 2019թ.-ին օտարերկրյա ուղղակի ներդրումներն ըստ տնտեսական ոլորտների կազմել են՝ տրանսպորտ և կապ 10%, ֆինանսական ոլորտ 21%, շինարարություն 2%, Էներգետիկայի ոլորտ 20%, հյուրանոցներ և ռեստորաններ 9%, արտադրություն և այլ ոլորտներ 29%:

ԵՄ-ի և Վրաստանի միջև Ասոցացման Համաձայնագրի (ստորագրված 2014 թ.-ին) համաձայն՝ Վրաստանը ձգտում է նպաստել գյուղական համայնքների բազմաֆունկցիոնալ զարգացմանը գյուղական համայնքների տնտեսական բարեկեցության համար: Եվրոպական փորձի հիման վրա գյուղական տնտեսության դիվերսիֆիկացումը առանցքային է համարվում, իսկ գյուղական տարածքների զարգացման համար միջգերատեսչական միջոցառումները վճռական են համարվում Վրաստանի գյուղական շրջանների համար: ԱՀ-ն խթանում է համագործակցությունը զբոսաշրջության ոլորտում՝ նպատակ ունենալով ամրապնդել մրցունակ և կայուն զբոսաշրջության արդյունաբերության զարգացումը (Հոդված 9): Փաստաթուղթը նաև խրախուսում է միջսահմանային համագործակցության զարգացումը սույն Համաձայնագրում ընդգրկված այլ ոլորտներում, ինչպիսիք են՝ մասնավորապես, տրանսպորտը, Էներգետիկան, կապի ոլորտը, մշակույթը, կրթությունը, զբոսաշրջությունը և առողջապահությունը (374):

2. Զբոսաշրջության համակարգը Վրաստանում

2019թ.-ին միջազգային զբոսաշրջությունը հասավ ռեկորդային թվի՝ 9,357,964, ինչն ապահովեց 7,8% տարեկան աճ: Միջազգային ճանապարհորդային ուղևորությունները

ներառում են միջազգային այցելուներին (83%) և այլ (ոչ տուրիստական) ուղևորությունները (17%):

Միջազգային ճանապարհորդային ուղևորություններ դեպի ՎՐԱՍՏԱՆ



Գծապատկեր 1. Միջազգային ճանապարհորդային ուղևորություններ դեպի Վրաստան:

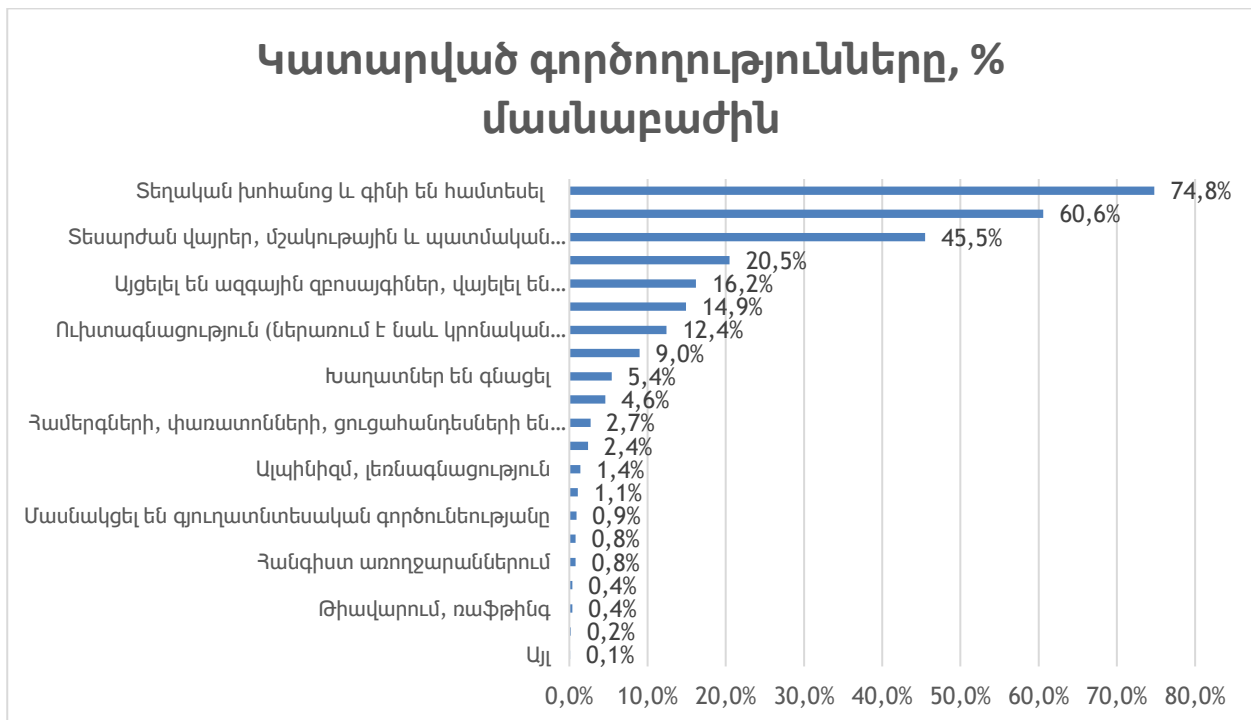
Աղբյուրը՝ ՎՇՄԿ

Միջազգային այցելուների մեծ մասը (80%) հարևան երկրներից էին՝ Ադրբեջանից, Հայաստանից, Թուրքիայից և Ռուսաստանից և եկել էին հիմնականում ծովային հանգստավայրերում՝ Աջարիայում (Քոբուլեթի, Ուրեկի, Բաթումի) և լեռնային հանգստավայրերում (Ծղալտուբո, Բորժոմի, Սայրմե) հանգստանալու համար: Հետևաբար, Վրաստան կատարած միջազգային ճանապարհորդային ուղևորությունների ամենամեծ բաժինը (74,8%) բաժին է ընկել ցամաքային տրանսպորտին, որին հաջորդում է օդային տրանսպորտը (23,7%): Երկաթուղով և ծովով ընդամենը մի քանիսն էին (1,5%): ԵՄ երկրներից Վրաստան հիմնականում այցելել են գերմանացի, լեհ, բրիտանացի ճանապարհորդներ: Ամենամեծ թվով ուղևորությունները կատարել են 31-ից 50 տարեկան զբոսաշրջիկները (48%), որին հաջորդում են 15-30 տարեկան (26%) և 51-70 տարեկան (25%) զբոսաշրջիկները:

Բոլոր միջազգային ուղևորությունների սեզոնային բաշխումը ցույց է տալիս, որ ուղևորությունների շուրջ 80%-ը տեղի է ունենում մայիս-հոկտեմբեր ամիսներին, իսկ գագաթնակետը օգոստոսին է (ավելի քան միլիոն զբոսաշրջիկ): Հունվարին տեղի են ունենում միջազգային ուղևորությունների միայն 6%-ը:

Այցելուների միջազգային ուղևորությունները հիմնականում իրականացվել են արձակուրդի, ժամանցի կամ հանգստի նպատակով (43,5%): Հաճախ նկատվող այլ նպատակները պայմանավորված էին՝ ընկերներին կամ հարազատներին այցելելով (19%), տրանզիտով (16,1%), գործնական/մասնագիտական գործուղումներով (10,8%), գնումներով (6,8%) և առողջական և բուժական նկատառումներով (1,8%): Ուղևորությունների միայն 1,5%-ն էր իրականացվել այլ նպատակներով: Միջազգային այցելուներն ամենից շատ համոտեսել են տեղական խոհանոցը և գինին (75%), այցելել են տեսարժան վայրեր, մշակութային և

պատմական ժառանգության վայրեր, թանգարաններ (45%), գնացել են լողափ, լողացել են ծովում, լճում, գետում (20%), այցելել են ազգային զբոսայգիներ, վայելել են բնությունը, տեղանքը, ուսումնասիրել են հեռավոր և էկզոտիկ վայրեր (16%) և այլն: Ստորև ներկայացված գծապատկերում նշված են միջազգային այցելուների կողմից Վրաստանում գտնվելու ընթացքում կատարված գործողությունների մասնաբաժինները: Ելնելով զբոսաշրջության միջազգային պահանջների փոփոխությունից՝ զբոսաշրջիկների 60%-ը տեղեկատվություն է ստանում ընկերներից, իսկ 15%-ն օգտվում է ինտերնետային էջերից տուրիստական գործակալություններին դիմելու համար (3.4%):



Աղյուսակ 2. Միջազգային այցելուների կողմից առավել պահանջված շրջագայությունները Վրաստանում

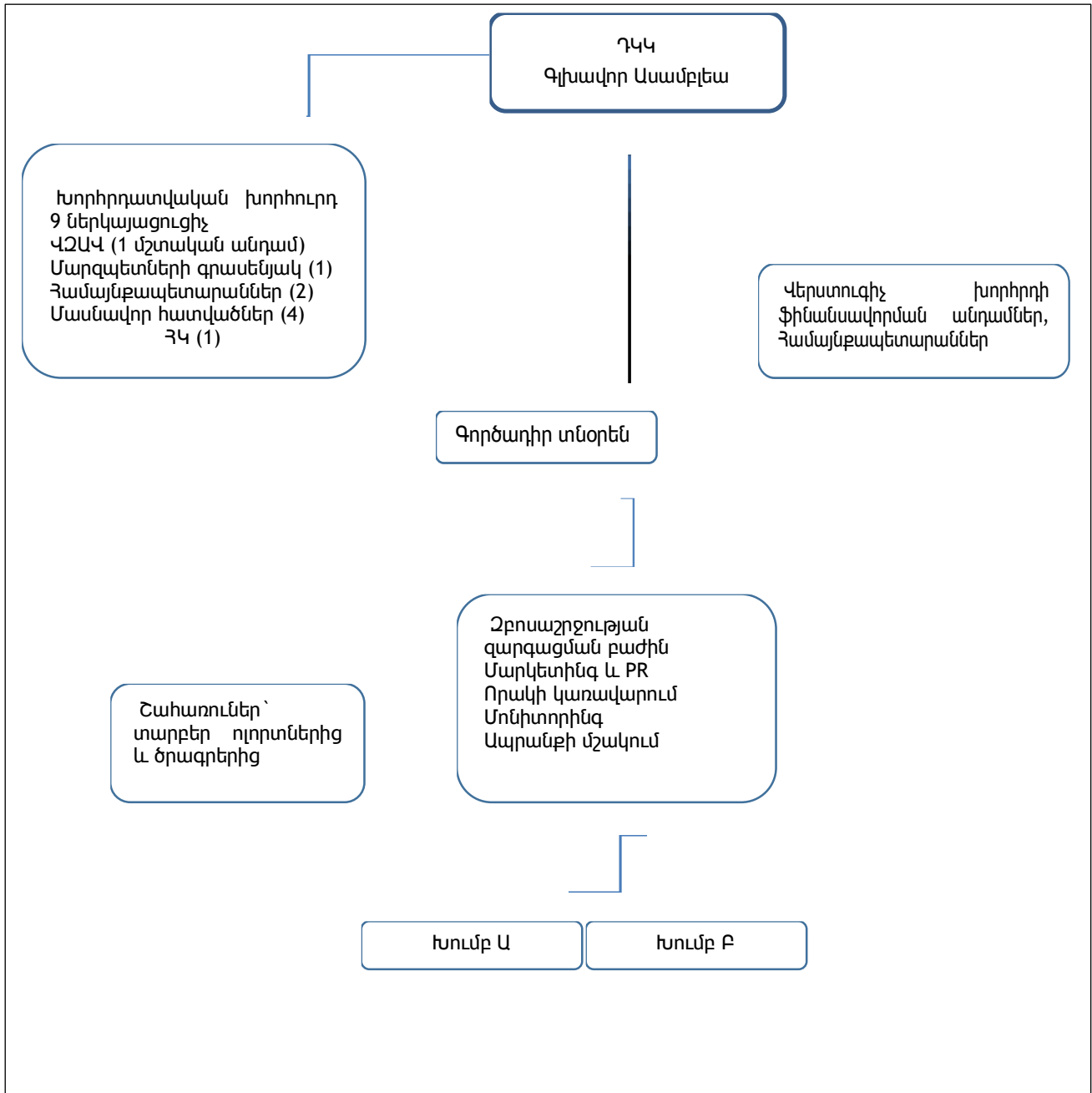
Շրջագայություններ	Ներգնա	Արտագնա
Մշակութային ժառանգության տեսարժան վայրերի շրջայցեր	15.6%	14.6%
Գինու շրջագայություններ	15.6%	12.1%
Ծովային շրջագայություններ	12.4%	12.1%
Գաստրոնոմիական շրջագայություններ	11.7%	11.3%

Բնություն / Էկոտուրիզմ / արկածային շրջագայություններ	11.7%	12.6%
Ձմեռային սպորտաձևեր	10.4%	10.5%
Առողջություն, սպա, առողջապահական շրջայցեր	8.6%	8.8%
MICE տուրիզմ	7.7%	3.8%
Արգո տուրեր	3.4%	5%
Խաղային տուրեր	2.3%	4.2%
Այլ	0.7%	5%

ԾԱՆՈԹԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ. Եվրոպական ճանապարհորդական հանձնաժողովը կանխատեսում է, որ ներքին և կարճաժամկետ ճանապարհորդությունները եվրոպական զբոսաշրջության վերականգնման առաջին աղբյուրը կլինեն: Փորձագետները կանխատեսում են նաև սպառողի վարքագծի փոփոխություններ: Բացի մոտ վայրերից կամ հարևան երկրներից ուղևորություններից, կլինեն նաև ամրագրումներ ուղևորության մեկնելու ամսաթվերին մոտ և նախապատվությունը կտրվի մեքենայով երթևեկելուն, քան հասարակական տրանսպորտով (ավտոբուս, գնացք, ինքնաթիռ): COVID-19-ի համաճարակային իրավիճակի պայմաններում հնարավոր է մեծացնել ներքին զբոսաշրջությունը և խրախուսել այցելությունները հարևան երկրներից, եթե COVID-19-ի սահմանափակումներն ու իրավիճակները թույլ են տալիս:

2019թ.-ին Վրաստանի ներքին ուղևորությունների թիվը հասել է 14,3 միլիոնի: Ներքին այցելությունները Վրաստանում ճանապարհորդելիս մասնակցել են տարբեր գործողությունների: Այցելուների կողմից իրականացվող ամենատարածված գործողություններից էին՝ ընկերներին և հարազատներին այցելելը (66.6%), գնումներ կատարելը (55.4%) և վրացական խոհանոցի համտեսումը (40%), որին հաջորդում էին շքեղ արձակուրդները Սև ծովի ափին, ազգային զբոսայգիներ և տեսարժան վայրեր այցելելը, մշակութային և պատմական ժառանգության վայրեր, թանգարաններ այցելելը: Ներքին տուրիզմի պահանջների վիճակագրության հիման վրա հաճախորդների մեծ մասը (27%) ճանապարհորդական տեղեկատվություն է ստացել ընկերներից, ովքեր արդեն այցելել են այդ վայրերը:

Ազգային մակարդակում զբոսաշրջության ոլորտը կառավարում է ՎՁԱՎ-ը, մինչդեռ տարածաշրջանային և տեղական մակարդակներում գործում են դեստինացիաների կառավարման հինգ կազմակերպություն (ԴԿԿ) Կախեթիում, Սամցխեում, Սամեգրելոյում, Իմերեթիում և Վերին Սվանեթում և զբոսաշրջության տեղեկատվական 17 կենտրոններ (ՉՏԿ):

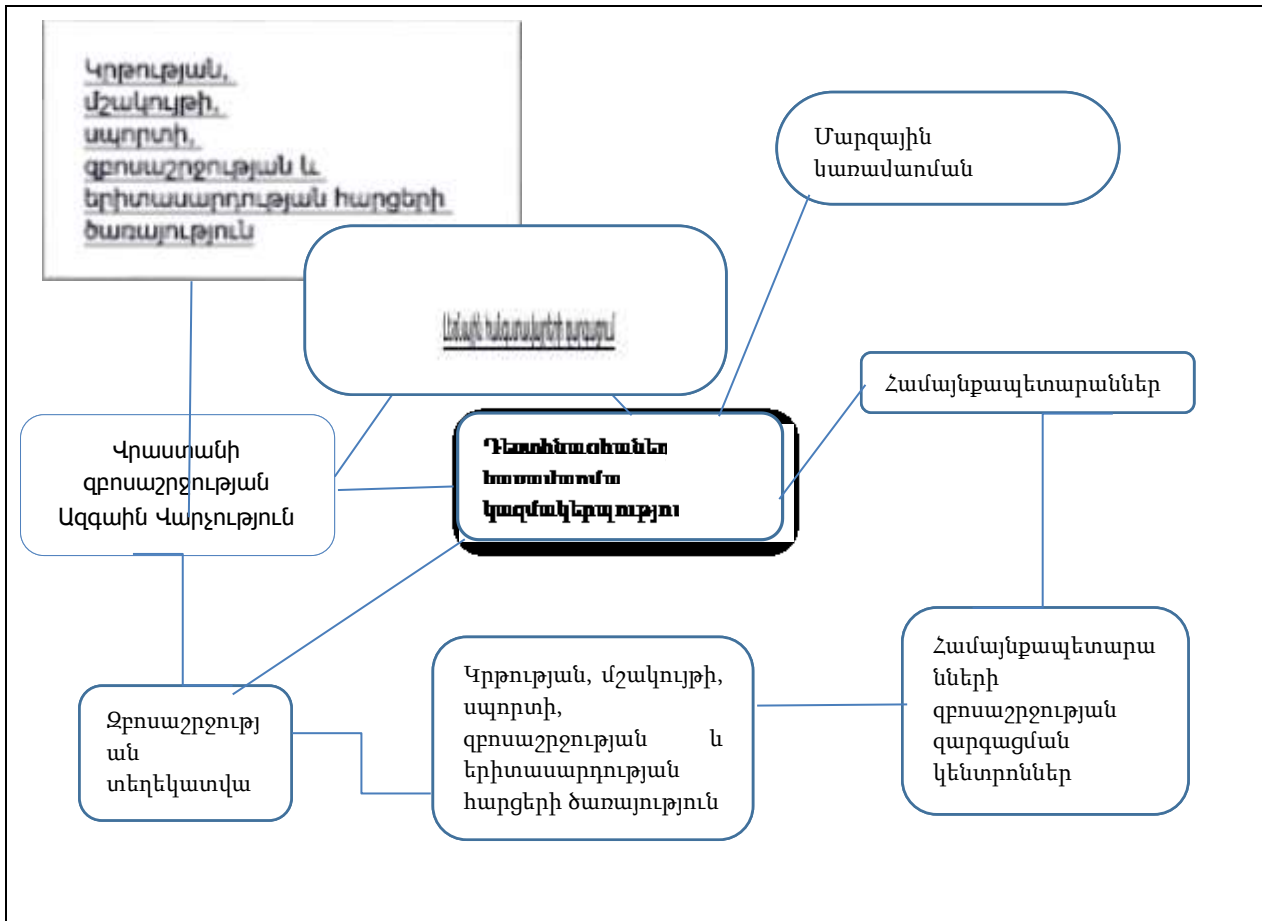


Գծապատկեր 1. Երկրի զբոսաշրջության կառավարման մոդելը

ԴԿԿ-ն Վրաստանում զբոսաշրջության տարածաշրջանային կառավարման նոր մոդել է: Այն օժանդակում է բազմոլորտ երկխոսություններին, որոնց ընթացքում զբոսաշրջության, արդյունաբերության, տեղական ինքնակառավարման մարմինների ներկայացուցիչները և համայնքների ղեկավարները ծրագրում են ապագա զբոսաշրջության զարգացումը՝ դեստինացիաները արդյունավետ կառավարելու, նոր ներդրումներ ներգրավելու և աշխատատեղերի ստեղծումը խթանելու համար: ԴԿԿ-ները ֆինանսավորում են տեղական համայնքապետարանները

Common borders. Common solutions.

(բացառությամբ Վերին Սվանեթի Մեստիա ավանի նոր ԴԿԿ-ի), իսկ դրանց խորհրդատվական խորհուրդները բաղկացած են ՎՁԱՎ-ի, տեղական ինքնակառավարման մարմինների, մասնավոր բիզնեսի և հասարակական կազմակերպությունների ներկայացուցիչներից:



Գծապատկեր 2. ԴԿԿ կառուցվածքը

3. Մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառության զբոսաշրջությունը (ՄԺՖՁ) Վրաստանում

Վրաստանի ռեսուրսների յուրահատկությունը դրանց հարատևության մեջ է: Տեղական սովորույթների բազմազանությունը լավագույնս պահպանվում է լեռնային գյուղերում, ինչը ստեղծում է դրանց բնորոշ գծերը: Վրաստանի ոչ նյութական հուշարձանների ցանկը, որը գոյություն ունի 2011 թվականից, ներառում է կենդանի մշակույթի օրինակներ, ինչպիսիք են ժողովրդական պարերը, վրացական բազմաձայնությունը, խոհարարությունը և գաստրոնոմիան, ժառանգության արհեստներն ու արվեստները, սոցիալական գործելակերպը, ծեսերը և տոնական միջոցառումները, ավանդապատումները և այլն: Դրանց շարքում են վրացական հետևյալ արժեքները, որոնք ներառված են ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի համաշխարհային ժառանգության ցանկում ոչ նյութական մշակութային ժառանգության պահպանության մասին կոնվենցիայով (UNESCO.org, 2019)։

- Վրացական բազմաձայն երգեցողությունը, որը ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ն ճանաչել է որպես մարդկության գլոբալիզացիոն և ընդգրկվել է իր ժառանգության ցանկում 2008 թ.-ին,
- Հին վրացական ավանդական Քվեվրի գինու պատրաստման մեթոդը, որն ընդգրկվել է ցանկում 2013 թ.-ից,
- Վրացական այբուբենի երեք գրային համակարգերի կենդանի մշակույթը, որն ընդգրկվել է ցանկում 2016 թ.-ից, և
- Չիդաոբան՝ վրացական ըմբշամարտը, որն ընդգրկվել է ցանկում 2018 թ.-ից:

խոհարարություն և գաստրոնոմիա

Վրացական խոհանոցը նմանություններ ունի կովկասյան խոհանոցի հետ: Վրաստանի յուրաքանչյուր մարզ առաջարկում է եզակի ավանդական ուտեստներ և ունի սննդի պատրաստման իր առանձնահատուկ ոճը՝ օգտագործելով համեմունքներ, ընկուզեղեն: Օրինակ՝ խաչապուրին տարբեր մարգերում ունի տարբեր ձև և համ: Աջարուկի խաչապուրին և աչման Աջարիայում, իմերուկի խաչապուրին և կորկոտին Իմերեթի մարզում, գուրուկի խաչապուրին՝ Գուրիայում, խաբիզգինան և պխլովներին՝ Խևի գավառում և այլն: Երկիրը Մետաքսի ճանապարհի երկրներից մեկն էր, որի արդյունքում ճանապարհորդները ազդեցություն են թողել վրացական խոհանոցի վրա:

Վրացական գաստրոնոմիան և գինին շատ կրևոր դեր են խաղում երկիրը գաստրո-տուրիզմի շուկայում տեղակայելու համար: Երկիրը հայտնի է որպես գինու հայրենիք: Վրացական գինու միջազգային ճանաչումը եկել է կավե անոթներում գինու հնեցման և խմորման գործընթացի վերաբերյալ գիտելիքների կիրառման շարունակական փորձի միջոցով, և ինչպես վերը նշվեց, գինու պատրաստման ավանդական ձևը ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի ոչ նյութական մշակութային ժառանգությունը դարձավ 2013 թվականին: Վրացական ցորենի և հացահատիկային մշակաբույսերի բազմազան տեսականի նույնպես հանդիսանում է երկրում խոհարարական զբոսաշրջության զարգացման քննարկման թեմա: Աշնանացան ցորենի (իպլի, ցիտելի դոլի և այլն) և գարնանացան ցորենի (դիկա, զանդուրի), ինչպես նաև ընդեղենի տեսակները դեռ պահպանվում են մարգերում, հատկապես Կախեթիում, Քարթլիում և Սամցխեում:

Սոցիալական գործելակերպ, ծեսեր և տոնական միջոցառումներ

Սոցիալական գործելակերպը և ծեսերը շատ բան են ասում զբոսաշրջիկներին՝ ցուցադրելով հասարակության կառուցվածքային (սոցիալական և հիերարխիկ) մոդելները, ինչպիսիք են Սվան Մաչուկի տները: Լեռնային սովորույթները, ընտանեկան կյանքի պատմությունը և ավանդույթները և այլն: Եթնո-մշակութային ավանդույթները լեռնային գյուղական համայնքներում եզակի են: Մարգերի բերդագյուղերը տպավորիչ են իրենց պատմական խաչերի և պաթուղգիական նմուշների շնորհիվ: Սվանի, Փշավի, Խևսուրի տները, որոնք հեռու են քաղաքային ճարտարապետության ոճից, ավանդաբար երկու կամ երեք հարկանի չոր քարե կառույցներ են:

Տեղական տոնական միջոցառումներն ավելի լավ են պահպանվել լեռնային գյուղերում: Օրինակ՝ Սվանեթում «Լամարիա» միջոցառումը համընկնում է Ամանորի ցիկլի և վաղ գարնանային արձակուրդների հետ: Գեղեցիկ իրադարձություններից մեկը Լամարոբան է, որը գոյություն ունի միայն Սվանեթում: Այս տոնն անցկացվում է գարնանից առաջ՝ լավ եղանակի և բերքի համար: Այս տոնի հիմնական պարագաները հատուկ փայտե լամպերն են:

Ծիսակատարությունից հետո նրանք հավաքվում են կրակի շուրջ ու երգում: Վրացական ըմբշամարտը նույնպես այս տոնական միջոցառման մի մասն է:

«Շատիլոբան», «Շուլամտոբան» այլ տոնակատարություններ են, որոնք մինչ այժմ պահպանվել են լեռնային շրջաններում: Երգի, պոեզիայի և ռիթմերի ուղեկցությամբ տեղի են ունենում փառատոն և մարզական միջոցառումներ, ձիարշավ: Լեռնային շրջանների ամենամեծ և ամենատարածված ժողովրդական փառատոններից մեկը «Ատենգենոբան» է, որն անցկացվում է հուլիսի երկրորդ կեսին, երբ ոչ միայն տեղացիները, այլև ցածրավայրեր գաղթածները վերադառնում են սարեր՝ տոնելու համար:

Ժառանգության արհեստներ և արվեստ

Վրաստանում ժառանգության արհեստներին հիմնականում անվանում են «Ժողովրդական արհեստներ», որը ներառում է ավանդական արհեստների ամբողջականությունը, չնայած դրանց նույնացման հիմնական չափանիշը «Ժողովրդական» լինելու հիմքն է: Վրաստանում ժառանգության արհեստների վերաբերյալ իրենց ուսումնասիրության մեջ ՎԱՄԿ-ն ընտրում է «Ժառանգության արհեստներ» տերմինը, որը, ի տարբերություն «Ժողովրդական արհեստներին», պարունակում է շոշափելի մշակութային ժառանգության վայրեր և թանգարանային հավաքածուներ, դրանց ձևերը և զարդանախշերը, սակայն դա չի սահմանափակում այս ոլորտի շրջանակը և դրա «Ժողովրդական» ծագումը: Հարկ է նաև նշել, որ «արհեստներ» տերմինը հիմնականում ներառում է ավանդական տեխնոլոգիաներ, որոնք փոխանցվում են սերնդից սերունդ, չնայած արհեստները արդիականացվում են տեխնոլոգիական առաջընթացին զուգընթաց, ինչը ենթադրում է տեխնոլոգիական նորամուծություններ և գործընթացում փոփոխություններ է առաջացնում:

4. ՄԺՅՓԶ-ի զարգացման կարիքներն ըստ հետազոտության արդյունքների

ԿԳԶ-ի արդյունքները հիմնված են երկրորդային և էմպիրիկ հետազոտությունների վրա: Երկրորդական տվյալները վերցվել են քաղաքականության փաստաթղթերից, զբոսաշրջային նախագծերից և գիտական հետազոտությունների հոդվածներից: Էմպիրիկ հետազոտությունը ներառել է ինչպես քանակական, այնպես էլ որակական հետազոտության մեթոդների համադրություն: Մասնավորապես, այցելուների վերաբերմունքի և հեռանկարների վերաբերյալ հարցաթերթիկներ, տարբեր շահագրգիռ կողմերի հետ թեմատիկ կիսահամակարգված (խորթային) հարցազրույցներ: 100 հարցվողների մեջ կային ազգային և տարածաշրջանային զբոսաշրջիկային կազմակերպությունների ներկայացուցիչներ (5), հասարակական կազմակերպություններ (5), տուրօպերատորներ և գյուղական զբոսաշրջության ձեռնարկատերեր (29), զբոսաշրջության ազգային և միջազգային խորհրդատուներ (3) և զբոսաշրջիկներ (59):

4.1 Մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության ընկալումը տարբեր դերակատարների կողմից (կրթության ոլորտ, պրակտիկ մասնագետներ)

Վրաստանում ՄԺՅՓԶ-ի հիմնական գրավականն են համարվում տեղական գիտելիքը և կենդանի մշակույթը, և այն հիմնականում քննարկվում է ավելի լայն համատեքստում: Պրակտիկ մասնագետներն ընկալում են ՄԺՅՓԶ-ը որպես պոստմոդեռնիզմի զբոսաշրջիկների

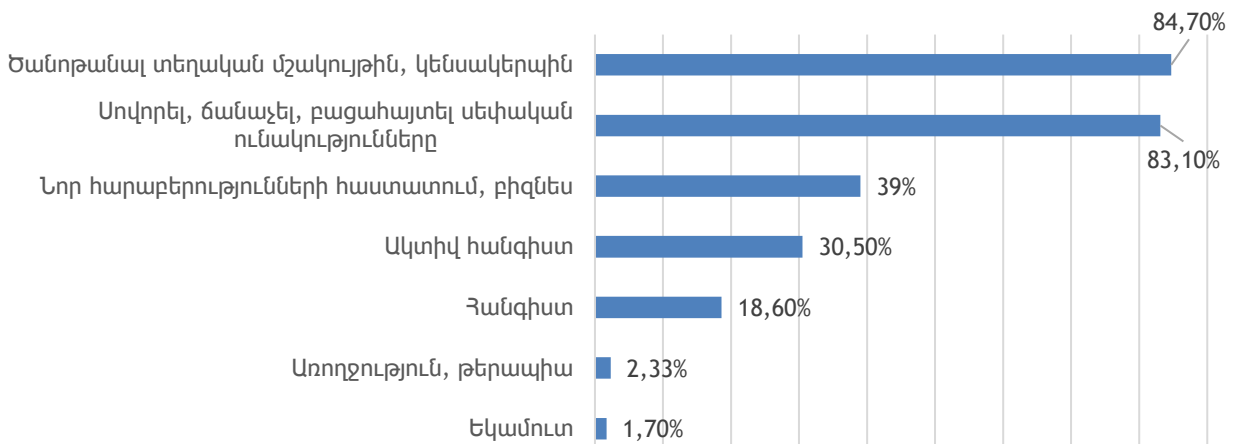
կողմից պահանջող այլընտրանքային ձև, ովքեր փնտրում են նոր հույզեր և գիտելիքներ: Նրանք հիմնականում նույնականացնում են տերմինը մշակութային, գաստրո, գյուղական զբոսաշրջության հետ, որտեղ հիմնական դերակատարներն են համայնքի անդամները/բնակիչները՝ իրենց եզակի մշակույթով և (տեղական) արտադրանքի ավանդական ձևերով: Կրթության ոլորտի հարցվողները փորձառական զբոսաշրջությունը բնութագրում են այն նույնականացնելով «մասնակցային զբոսաշրջության» հետ, որտեղ հյուրերն ու հյուրընկալողները զբաղվում են նոր փորձառության համատեղ ստեղծմամբ և համատեղ արտադրությամբ: Նրանք շեշտել են, որ արտադրանքի մշակումը ուղղված է հաճախորդներին և տեղական համայնքին՝ կենտրոնանալով այցելուի արժեքի և կարիքների վրա, և այն բնութագրվում է ակտիվ և ինտերակտիվ կապով տեղական համայնքի հետ: Հարցվողները նշել են, որ արկածախնդրությունը ՓԶ-ի հիմնական տարրն է, և ՄԺՖՓԶ-ը չի կարող սահմանափակվել առանց դրա: Սա կարևորվել է նաև հաճախորդների քանակական հետազոտության հարցաշարում, որտեղ նրանք նշել են, որ արկածները և նոր վայրերը նույնպես իրենց հիմնական հետաքրքրությունն են:

Ձեռնարկատերերը նկարագրում են ՄԺՖՓԶ-ի գործողությունները որպես բնության հետ ներդաշնակ լինելու, ուրախության և ճանաչողության միջավայր ստեղծելու, մշակութային ավանդույթները փոխանցելու և դրանք ուրիշների հետ կիսելու միջոց (Մեզրեյիձե, հյուրընկալող Գուրիայի Կոմիտե): Արտ Ռեզիդենսի սեփականատերերը ՄԺՖՓԶ-ն անվանում են զբոսաշրջային գործողության տեսակ, որն ապահովում է վրաց և օտարազգի նկարիչների հատման կետ Վրաստանի ժամանակակից արվեստում: Բերձենիշվիլին Սկիջի Հաուսից (Գուրիա) բնութագրում է ՄԺՖՓԶ-ը որպես իրավիճակային զբոսաշրջային գործողություն. «Տեղացի ֆերմերների համար սա գյուղական էկո և ագրոտուրիզմի առաջարկ է, որը հնարավորություն է տալիս հյուրերին ծանոթանալ ավանդական միջավայրին, զբաղվել ֆերմերային/ գյուղական առօրյա գործունեությամբ և այլն»: Սամեգրելոյում գտնվող Էթնո Վիլիջի և Վերին Աջարիայում գտնվող Մոկվարե հյուրանոցի տերերը ՄԺՖՓԶ-ը ընդունում են որպես գործողություն, որը կիսում է եզակի մշակույթը ամբողջ աշխարհի հետ:

4.2 Հաճախորդների վերաբերմունքը և ընկալումները

Քանակական հետազոտության արդյունքում պարզվել է, որ հարցվողները Վրաստանում ուղևորություն են կատարում հիմնականում վայրի կենդանի մշակույթը ուսումնասիրելու (85%), նոր տարածքներ հայտնաբերելու նպատակով (84%), որին հետևում են ուսումը/ ինքնաիրացումը (51%) և զվարճությունները (41%):

Ճանապարհորդության նպատակը (59 պատասխան)



Գծապատկեր 5. Ճանապարհորդության նպատակը

Չբոսաշրջիկները պլանավորում են իրենց ճանապարհորդությունն առցանց՝ հիմնականում օգտագործելով Booking.com, TripAdvisor կայքերը, նրանք նաև ապավինում են ընկերների և հարազատների առաջարկություններին և սոցիալական լրատվամիջոցներին (Facebook, Twitter): Հարցվողների մեծ մասը պլանավորում է իր ուղևորության/արձակուրդի յուրաքանչյուր կողմը, նրանք արկածներ են փնտրում և կցանկանան ամեն անգամ ճանապարհորդելիս ինչ-որ նոր բան անել: Նրանք սիրում են հանդիպել տեղի մարդկանց և ապրել նրանց առօրյա կյանքի որոշ կողմերով: Հարցվողների 80%-ը նշել է, որ ճանապարհորդելիս սիրում է համտեսել տարածաշրջանին բնորոշ նոր ուտեստ: Գնապարհորդները փոքր-ինչ հազվադեպ են մասնակցում տարբեր աշխուժացնող/ոգևորող գործողություններին: Նրանք դեռևս հետևում են արձակուրդային այցելությունների ավանդական տեսակին: Նրանց առանձնահատուկ հետաքրքրությունը ժառանգության և մշակութային վայրեր այցելելն է, ինչպես նաև սննդի և գինու համտեսը: Գնապարհորդների 50%-ը նշել է, որ տեխնոլոգիաներն ու նորամուծությունները (օրինակ՝ թվային շրջագայությունները) լրացուցիչ արժեք են ավելացնում այցելուների փորձառությանը, բայց և այնպես չեն հանդիսանում գերիմոգի: Նրանք կարծես պատրաստ են վճարել՝ բովանդակալից և հարստացնող զբոսաշրջային փորձառություն ձեռք բերելու համար: Չնայած փորձառության և արկածախնդրության հանդեպ տարատեսակ և մեծ հետաքրքրությանը, հարցվողների ավելի քան 30%-ը դեմ է ճանապարհորդել առանց հարմարավետության, և նրանք պատրաստ չեն զոհաբերել իրենց հարմարություններն ու հարմարավետությունը՝ հիշարժան և հարստացնող փորձառություն ձեռք բերելու համար:

4.3 Արտադրանքի և ծառայությունների մատակարարները

Որակական հետազոտության արդյունքում պարզվեց, որ ՄԺՀՓԶ արտադրանք մատակարարողներից շատերը նոր գյուղական բնակիչներն են, ովքեր տեղափոխվել են գյուղեր՝ վերադառնալով իրենց նախնիների տները, և սկսել են զբոսաշրջության և գյուղատնտեսական բիզնեսներ: Նրանք աշխուժացրել են վայրը՝ կերտելով իրական միջավայր: Նրանցից ոմանք գնել են ավանդական տներ, հավաքել հին իրեր, ուսումնասիրել հին բաղադրատոմսերը, տեղանքների մասին պատմություններն ու լեգենդները: Նրանք

Common borders. Common solutions.

նախագծել են տուրային փաթեթներ՝ հիմնվելով տեղական սովորույթների և ավանդույթների վրա, ինտեգրելով վրացական պարի և երգի դասընթացներ, խոհարարական վարպետաց դասեր, պոեզիայի երեկոներ և այլն: Օրինակ՝ ամբողջ աշխարհից այցելում են Աջարիայում ապրող ընտանիքներին («Մոկվարե» հյուրատուն), որոնք շատ լավ գիտեն Աջարիայի բանահյուսությունը, վրացական երգ ու պար սովորելու համար: «Arti Residence»-ը, որը գտնվում է Թբիլիսիից 40 կմ հեռավորության վրա, հայտնի է ավանդական խեցեգործությամբ: Ստուդիան առաջարկում է նաև սեմինարներ գրաֆիկական ձևավորման, մուրանո ապակու պատրաստման, վրացական էմալի, զարդերի, տեխնոլոգիայի և տպագրության վերաբերյալ: Հյուրերի խնդրանքով կազմակերպվում են նաև երաժշտական երեկոներ, վրացական կենդանի երաժշտություն, ինչպես նաև տնական գինու համուես: Տանտերերը վերակենդանացրել են լքված վայրը և նոր կյանք հաղորդել դեստինացիային: «Melita Dance Studio»-ի առաջարկած զբոսաշրջային արտադրանքը փորձառական զբոսաշրջության արտադրանքի մեկ այլ օրինակ է, որի հիմնական ուշադրությունը մասնակցության որակի վրա է: Մեյիտան շրջագայություն է անցկացնում պարային ստուդիայի ներսում, որտեղ պարի դասեր է առաջարկում Վրաստան այցելող զբոսաշրջիկներին: Շրջագայության արժեքը 60 եվրո է, որի մեջ ներառված են տրանսպորտային ծառայությունը, գինու համուեսը, թեթև նախաճաշը, պարի դասը և լուսանկարչի ծառայությունները: Լավ եղանակին Մեյիտան էքսկուրսիա է կազմակերպում ստուդիայից դուրս՝ բնության գրկում:

4.4. Վրաստանում ՄԺՀՓՉ շուկայի ամենախոստումնալից շրջագայությունները

Խոհարարությունը, համակցված վրացական հյուրընկալության տարրերի հետ, ամենախոստումնալիցն է վրացական զբոսաշրջային շուկայի համար: Գաստրո-տուրիզմի համար, որը թիրախավորված է սպառողների նեղ շրջանակի և ներառում է իրական, հիշարժան խոհարարական փորձառություններ մարզում կամ տեղական համայնքում ճանապարհորդելիս, սնունդը հանդիսանում է ճանապարհորդության դրդապատճառ: Տեղանքները գործում են որպես գաստրոնոմիական փորձառության շարժառիթներ (սննդի հետ կապված գործողություններ, որոնք ներառում են կուլիսային դիտարկումներ, մշակութային/տարածաշրջանային գիտելիք և հաճախակի գործնական մասնակցություն՝ ճաշակելով ուտելիք կամ խմիչք): Գաստրո-տուրիզմի մեկ այլ սիրված տարրը վրացական գինին է: Վրաստանի՝ որպես գինու հայրենիք միջազգային ճանաչումը եկել է կավե անոթներում գինու ծերացման գործընթացի և խմորման գիտելիքների կիրառման շարունակական փորձի շնորհիվ:

Ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված ստեղծագործական ծրագրերի հիմնական առանձնահատկությունը համայնքային գործունեությունն է: Օրինակ՝ Իմերեթում «Կորենա» ագրոտուրիստական կազմակերպությունը պայմանագիր ունի Գելաթի վանքի երգչախմբի հետ և հատուկ երեկոներ է կազմակերպում հյուրերի համար: Նրանք ստեղծել են «Տրիո Օկրիբա» ժողովրդական անսամբլը, գնել են նոր համազգեստ և պատրաստել հատուկ ծրագիր «Կորենա» ագրոտուրիզմի այցելուների համար: Նրանք նաև ձայնագրել են սկավառակ և վաճառում են տեղում: «Խևսուրեթի և համայնք» տեղական կազմակերպությունը Կորշա գյուղում աշխատում է երիտասարդների հետ (տեղական արհեստավորներ, ազգագրագետներ, թաղիքի վրա աշխատող կանայք): Նրանց առաջարկները կենտրոնացած են համայնքային գործունեության և տեղական սովորույթների և կենդանի մշակույթի առանձնահատկությունների վրա: Գուրիայի մի ընտանիք վերակենդանացրել է թեյի արտադրության մոռացված ավանդույթները, թեյի մշակույթը և

տրամադրում է տեղական գիտելիք և համայնքային պրակտիկա: Ագրոտուրիզմի ֆերմերները, որոնք իրենց այցելուներին առաջարկում են խոհարարական դասընթացներ և գաստրո տուրեր, իրենց հարևաններից հավաքագրել են ավանդական ուտեստների հին բաղադրատոմսեր, բժշկական խոտաբույսեր օգտագործելու սովորույթներ և այլն, ինչպես նաև կազմակերպում են հատուկ միջոցառումներ զբոսաշրջիկների համար: «Oda House»-ի սեփականատերերը Սամեգրելոյում համագործակցում են համայնքի այն անդամների հետ, ովքեր կարող են գիշերակացի ծառայություններ մատուցել իրենց հաճախորդներին:

Զբոսաշրջության բիզնեսը որպես եկամտի այլընտրանքային աղբյուր ընտրող մատակարարները իրենց տարածքը, ֆերմաները և տները վերադասավորելու ջանքեր են գործադրում, որպեսզի զբոսաշրջիկ հաճախորդներ ընդունեն, նրանք հյուրընկալության տարրերն ինտեգրում են իրենց բնակության տարածքում, ինչը հնարավորություն է տալիս հյուրերին մասնակցել արտադրանքի պատրաստման գործընթացին: Օրինակ՝ Աջարիայի «Բորջգալուն», որը գտնվում է Բաթումից 3 կմ հեռավորության վրա, ներկայացնում է Վրաստանի պատմությունը ընտանեկան թանգարաններում, գյուղատնտեսության տարբեր բնագավառների նմուշներով, հին գյուղական տների մոդելներով, դեկորատիվ վահանակներով և փայտի փորագրություններով, 11 մետրանոց ջրվեժով: Սեփականատերը պատրաստում է այս բոլոր իրերը և ցուցադրում դրանք բաց երկնքի տակ:

Տեղական բիզնեսի և տեղական արհեստների հուշանվերներ կարելի է գտնել մարզային կենտրոններում: Լավ կառավարվելու պարագայում, ինչպես արհեստագործական, այնպես էլ ագրոարդյունաբերության ապրանքների ուղղակի վաճառքը մեծ ներուժ կունենա երկրում: Հուշանվերների ներկայիս ընտրությունը պետք է բարելավվի: Մեր հարցման արդյունքում հարցվողները նշել են հետևյալ ապրանքները՝ թաղիքից, բամբակից պատրաստված արհեստի նմուշներ, մանկական դեկորատիվ առարկաներ և խաղալիքներ, էմալապատ, կերամիկական և գունավոր ապակի, փայտե սեղաններ, գինու տարաներ, վահանակներ, փայտե հուշանվերներ, գորգեր, դրամապանակներ, մի շարք զարդեր՝ խաչեր, հուշանվերներ, մեդալիոններ, ոսկու և արծաթե իրեր:

Այսպես կոչված «ֆերմայից սեղանին» հասկացությունը գնալով ավելի տարածված է դառնում, ինչը նշանակում է, երբ հյուրատանը կամ հյուրանոցում ուտում են իրենց ֆերմայում աճեցրած մթերքը: Արտադրանքի կյանքի ցիկլի զարգացումը նախատեսում է մարդու և բնության ներդաշնակություն և ներկայացնում է ագրոտուրիզմի ֆերմերային տնտեսություններում զբոսաշրջիկների ներգրավման գործունեությունը՝ բանջարեղեն, սեզոնային մրգեր քաղել, համոտեսել, եփել և այլն: Սա մեծացնում է ինչպես հյուրերի ներգրավվածությունը գործընթացում, այնպես էլ ֆերմայում նրանց գտնվելու տևողությունը: Օրինակ՝ «Լագազի»-ում (Կախեթի Ավանի գյուղում) հյուրընկալողները այցելուներին ցույց են տալիս հացի թխման ամբողջ գործընթացը: Նրանց շրջայցերը սկսվում են ցորենի դաշտերի շրջայցով, հին ջրաղացով, որին հաջորդում է ցորենի աղալու և հաց թխելու գործընթացների ցուցադրումը: Նրանք փորձում են նյութական դարձնել բոլոր գործընթացները հյուրերի համար: Նույն գաղափարը գործում է գինու, պանրագործների համար: Օրինակ՝ ագրոտուրիզմի ֆերմերները հյուրերին ցույց են տալիս (Սամեգրելոյի Օդա, Կախեթի Ռուկրաիի բիոդինամիկական ֆերման և այլն) խաղողի այգիները, պատմում են իրենց ավանդույթների, խաղողագործության, բիոդինամիկ հողագործության (առկայության դեպքում), գինու պատրաստման և պահեստավորման ավանդույթների մասին, կվեվրին մաքրելու հատուկ սարքավորումներ և այլն: Գուրիայում «Կոմլի»-ի սեփականատերերը

սկսում են իրենց էքսկուրսիաները իրենց հյուրատան մոտակայքում գտնվող թեյի թփերի (փոքր տնկարկ) ուսումնասիրությամբ, թեյի տերևներ հավաքելով, տրորելով, չորացնելով, որն ավարտվում է թեյի պատրաստմամբ և համտեսով: Մեկնաբանությունը ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված ստեղծագործական շրջագայությունների առանցքային կողմն է: «Կոմլի»-ի նույն սեփականատերերը Գուրիայում մատուցում են իրենց նախնիների պատմությունը: Մասնավորապես, պատմություններ Վրաստանի Խորհրդային Միության և իրենց ընտանիքի անդամների Երկրորդ համաշխարհային պատերազմին մասնակցության մասին: Այս ամենը արտացոլում է երկրի քաղաքական և պատմական իրադարձությունները: Հյուրերը նայում են լուսանկարներ, կարդում ընտանեկան պատմության հետ կապված նամակներ: Հյուրերը հետաքրքրված են լսել պատմություններ Խորհրդային Միության ժամանակների կոլտնտեսությունների (կոլխոզների) մասին և երկրի ու ազգի պատմությունից:

Չնայած գործողությունների բազմազանությանը, ծառայությունների մատակարարները նշել են, որ այցելուները ժամանցի այնպիսի գործողություններ են փնտրում, ինչպիսիք են կարճ շրջայցերը իրենց հաստատությունների շրջակայքում, լողալը, սուսնկ հավաքելը և այլն: Օրինակ՝ Սամեգրելոյի «Սիսատուրա»-ի տերերը իրենց հյուրերին ձկնորսության վայրեր են առաջարկում, իսկ Աջարիայում և Գուրիայում հյուրընկալողները կազմակերպում են էքսկուրսիաներ դեպի մոտակա ջրվեժներ, ծովափնյա տարածք և ցուցադրում են այդ տեսարաններն իրենց այցելուներին: Դակայի ընտանիքը Գուրիայում իրենց տարածքից դուրս հանգստի գոտի էր կազմակերպել, որտեղ հյուրերը կարող էին վայելել մայրամուտը և շփվել տեղի բնակիչների հետ: Կախեթի շրջանի հարցվողները ծրագրում են ճանապարհորդություններ դեպի ակտիվ հրաբուխներ և ազգային զբոսայգիներ Կախեթի շրջակայքում, ինչը արժեքավոր կդարձնի իրենց արտադրանքը:

4.5 Մուտք դեպի շուկա

Հյուրընկալության ծառայությունների մատակարարները սովորաբար օգտագործում են ինտերնետային հարթակներ, ինչպիսիք են Booking.com-ը, Airbnb.com-ը, TripAdvisor-ը (հազվադեպ), place.ge-ն, google.com-ը: Հյուրատների որոշ սեփականատերեր ստեղծել են իրենց սեփական վեբ կայքերը: Հարցվողները նշել են, որ մեծամասամբ հյուրընկալում են նախկին այցելուների ծանոթներին: Նրանք հաճախ են օգտագործում Instagram-ը, Facebook-ը, հատկապես տեղական զբոսաշրջիկները: Տուրօպերատորների խմբերը նույնպես բավականին մեծ հատված էին կազմում (հիմնականում գաստրո, ագրի ֆերմերային տնտեսությունների համար) մինչև COVID-19-ի համաճարակը: Որոշ ձեռնարկություններ ազգային զբոսաշրջության, գյուղական զբոսաշրջության և ֆերմերների ասոցիացիաների անդամ են: Սակայն մարզային մակարդակում չկա ստեղծագործական զբոսաշրջության ձեռնարկատերերի համակարգում կամ ցանց: Բացի Դեդոպլիստսկարիոյից, մարզային մակարդակում զբոսաշրջության ցանց ստեղծելու կարողություն չկա: Նրանք շուկա են ներմուծվում տուրիստական ընկերությունների և այլ տեղեկատվական տուրիստական կայքերի միջոցով:

Վրաստանում կա երկու առցանց հարթակ, որտեղ ծառայությունների մատակարարները/հյուրընկալողները առցանց տարբեր փորձառություններ են առաջարկում՝ Expago.ge-ն և 20.ge-ն: Երկու հարթակներն էլ գտնվում են զարգացման սկզբնական փուլում և փորձում են մրցակցել Airbnb.com-ի հետ: Առաջարկվող ծառայությունների թվում են հյուրընկալող ընտանիքների կողմից կազմակերպված

տեսարժան վայրերի շրջայցերը, հյուրընկալողների և տեղական համայնքի անդամների հետ տարբեր գործողությունների մասնակցելը: Չբոսաշրջիկների կարծիքը դրական է, նրանք նկարագրում են հյուրընկալողներին որպես լավ հեքիաթասացների, շեշտում են շրջանի բարեկամական մթնոլորտը և վրացական հյուրընկալության յուրահատկությունը: Օտարերկրյա ճանապարհորդներին օդանավակայանի կողմից տրված նվերի կարգախոսն էր՝ «Հյուրընկալությունը մեր երկրորդ անունն է» (Դատիշվիլի 2020): Վերջերս ստեղծված «Վրաստանն այստեղ է սկսում» վեբ կայքը (HYPERLINK <http://www.georgiastartshere.com/> "www.georgiastartshere.com) նույնպես ներկայանալի է, որը եզակի կայք է երկրում փորձառություն ձեռք բերելու համար: Վրացական ընտանեկան ավանդույթների եզակի փորձերը նաև ավելացվում են տրանսֆորմատիվ ճանապարհորդական փորձառությունների Airbnb.com պորտալին: Այնուամենայնիվ, վրացի դերասանների կարողությունները (տարածաշրջանային այլ դերասանների նման) չեն համապատասխանում իրենց խոստացած փորձառության որակին և քանակին: Ինչպես նշել են գիտնականները (Պաուլաուսկայտե և այլոք), Airbnb-ի իրական փորձառությունները կապված էին երեք թեմաների հետ՝ կացարան, հյուրընկալողի հետ շփում և տեղական մշակույթ: Հյուրընկալողի և շրջակա համայնքի հետ շփվելը, տեղացու նման ճանապարհորդելը և մշակույթի մասին սովորելը կարևոր ասպեկտներն են, որոնք պետք է տրվեն համաշխարհային լսարանին Airbnb-ի առաջարկներով նոր միջազգային զբոսաշրջային միջավայրում:

4.6 Համագործակցություն տուրօպերատորների և ազգային մասնագիտական ասոցիացիաների հետ

Գյուղական կացարանների սեփականատերերի մեծամասնությունը հյուրերին ընդունում է անձնական կապերի միջոցով: Նրանց զբոսաշրջիկների միայն 12-14%-ն է գալիս տուրիստական գործակալությունների և տուրօպերատորների (աղբյուր) միջոցով: Անհատ ճանապարհորդները, որոնք Վրաստանի այցելուների մեծամասնությունն են, կապվում են սեփականատերերի հետ ուղղակիորեն՝ կայքի տվյալների միջոցով: Այսպիսով, տուրօպերատորները զբոսաշրջիկներին գյուղական շրջաններ բերելու հիմնական աղբյուրը չեն: Օրինակ՝ Կազբեգի մարզում միջազգային զբոսաշրջիկների շուրջ 25%-ը օգտվում է տուրիստական ուղեցույցներից/ գործակալությունների ծառայություններից, այցելուների տեղեկատվական կենտրոններից, և այցելուների 10%-ից պակասն է կացարան գտնում տուրօպերատորների միջոցով: Գյուղական, Էկո և ագրոտուրիզմի տուր առաջարկները տուրօպերատորների փաթեթների մաս են կազմում: Չբոսաշրջության միջազգային շուկայում դեպի Վրաստան և Կովկասի երկրներ ուղևորությունները խթանում են միջազգային տուրօպերատորները: Որոշ դեպքերում նրանք անմիջականորեն համագործակցում են տեղական ուղեկցորդների, վարորդների հետ դեպի որոշ դեստինացիաներ ուղևորություններ կազմակերպելու համար:

4.7 Հարցազրուցավարների որոշակի ծրագրեր՝ ստեղծագործական բիզնեսի զարգացման համար

Քանի որ գինու շրջագայությունները վրացական զբոսաշրջության շուկայի սիրված հատվածն են, ծառայությունների մատակարարներից շատերը նախատեսում են ունենալ մարանիի մառաններ և գինու համոտեսի և մեկնաբանման ծառայություններ ավելացնել իրենց առաջարկներին: Նրանք նաև մտածում են ստեղծել լրացուցիչ հարմարություններ իրենց

բնակավայրում և հարակից տարածքում, որոնք զբոսաշրջիկներին հնարավորություն կտան երկար ժամանակով մնալ: Օրինակ՝ «Կոմի»-ի սեփականատերերը նախատեսում են կառուցել փայտե կառույցներ՝ տնակներ, տակառած և տնակներ՝ հմայիչ ճամբարի, ծառատների և այլնի տեսքով, մինչդեռ մյուսները մտադիր են տեղական տաղանդավոր մարդկանց ու պատմական շենքերը ներառել իրենց առաջարկների մեջ, ինչպես օրինակ հայտնի վրաց գրողների տուն-թանգարանները (Դոմբաձեի թանգարանը խիդիսթավիում, Կալանդաձեի թանգարանը և այլն): Աջարիայում և Սամեգրելոյում ընտանիքները ցանկանում են վերականգնել ավանդական հագուստը, վրացական հատուկ բաղադրատոմսերը, մոռացված ուտեստները, հատկապես սեզոնային ուտեստները, հին վրացական երաժշտական գործիքները, որոնք հազվադեպ են օգտագործվում և այլն: «Խևսուլերթին և Թեմին» ցանկանում են ընդլայնել համայնքային գործողությունները՝ տեղացիներին ներգրավելով ճամբարների և սրճարանների բացման գործում, որոնք կաշխատեն ինչպես տեղացիների, այնպես էլ այցելուների համար: Նրանք ցանկանում են ստեղծել լրացուցիչ տարածքներ ծառայությունների համար (բացօթյա խոհանոցի հարմարություններ, բուխարի, շնորհանդեսի կամ սեմինարի տարածքներ, ճամբարային տարածքներ և այլն)՝ իրենց դեստինացիան ավելի հիշարժան և փորձառու դարձնելու համար, որը նրանց թույլ կտա ավելի մեծ թվով զբոսաշրջիկների կացարան տրամադրել: Նրանք ցանկանում են տեղադրել այլընտրանքային էներգետիկ ռեսուրսներ (օրինակ՝ արևային համակարգեր) և միջոցներ են փնտրում դրա համար: Սեփականատերերը նշել են, որ իրենք ինքնաբերաբար են ստեղծում զբոսաշրջային առաջարկները և անհրաժեշտ է թեմատիկ մոտեցում: Կարող են լինել տարբեր ճանապարհորդական փաթեթներ, որոնք կհանրայնացվեն առցանց: Մասնավորապես՝ իրենց տարածքի շուրջ մշակութային տուրիստական ուղիների ուսումնասիրություն և մեկնաբանություն:

4.8 Կառավարման, հյուրընկալողի մասնագիտական հմտությունների կատարելագործման կարիք

Ծառայությունների մատակարարները, ինչպես նաև ԴԿԿ-ների և տեղական ճանապարհորդական տեղեկատվական կենտրոնների ներկայացուցիչները մասնակցել են հյուրընկալության զբոսաշրջության և սպասարկման ստանդարտների վերապատրաստման դասընթացներին, որոնք անց են կացվել ազգային ԶԿ-ների և դոնոր կազմակերպությունների կողմից, ինչպիսիք են ԱՄՆ ՄՉԳ տնտեսական անվտանգության ծրագրերը, GIZ մասնավոր հատվածի զարգացման և տեխնիկական մասնագիտական կրթության և ուսուցման ծրագիրը, Էլկանան, Վրաստանի Էկոտուրիզմի ասոցիացիան և այլոք, և այս գործընթացը դեռ շարունակվում է: Նրանք նշել են, որ ստեղծագործական և փորձառական զբոսաշրջության արտադրանքները նորություն են այս ոլորտում: Անձնակազմի համար պետք է կազմակերպվեն դասընթացներ գաստրոնոմիական և խոհարարական հարցերի և սննդի առաքման թեմաների վերաբերյալ: Ընդհանուր առմամբ, խոհարարական և գաստրո տուրիզմի շուկայում պրոֆեսիոնալ կադրերի պակաս կա, օրինակ՝ խոհարարների, մատուցողների: Հաջողության բանալին հյուրընկալությունն ու ստեղծագործական հմտություններն են, և հյուրընկալողները նման փորձառությունը վերածում են բիզնեսի: Ագրոտուրիզմի առումով՝ այս բիզնեսի համար անհրաժեշտ են խոհարարական հմտություններ և օրգանական ֆերմերային տնտեսության գիտելիքներ: Բիզնեսներին անհրաժեշտ են թվային բրենդավորման և շուկայավարման հմտություններ, հաղորդակցման հմտություններ, օտար լեզվի (անգլերեն, ռուսերեն) ուսուցում/կատարելագործում,

մշակութային զբոսաշրջության կառավարման հիմունքներ, սոցիալական մեդիայի կառավարման հմտությունների կատարելագործում, բիզնես պլանավորում, հաշվապահություն, օրենսդրություն, (թվային) մարկետինգ և դրամահավաք: Ֆինանսական պլանավորումը, փաստաթղթավորումը և ծառայությունների գնի հաշվարկը դեռևս մարտահրավեր են ծառայությունների մատակարար ընկերությունների համար: Սեփականատերերն ընդունում են շուկայական գներ՝ առանց իրական արժեքի և եկամտի հստակ ընկալման, որն առաջացնում է տեխնիկական աջակցության անհրաժեշտություն:

Նրանց ծառայությունների գները բարձր չեն, բայց չեն համապատասխանում սպասարկման մակարդակին: Օրինակ՝ գիշերակացների սեփականատերերն ընդունում են շուկայական գներ՝ առանց հստակ հասկանալու իրենց ծառայությունների իրական գինը, զբոսաշրջությունից ստացված բիզնեսի շահույթը և եկամուտը:

4.9 Պետության/Կառավարության և այլ շահագրգիռ կողմերի դերը զբոսաշրջության ապրանքների և ծառայությունների մատակարարների համար ՄԺՀՓԶ զարգացման գործում

Հարցվողները նշել են, որ ընդհանուր ենթակառուցվածքը մեծ խնդիր է հանդիսանում զբոսաշրջության արդյունաբերության զարգացման համար, մասնավորապես՝ մարզերում ջրի և գազի մատակարարման, ինչպես նաև զբոսաշրջային օբյեկտների, ճանապարհային նշանների, մարզեր մուտք գործելու առումով: Մեկ այլ մարտահրավեր է տեղի բնակիչների հետ հաղորդակցվելու համար հանրային տարածքների հարցը, ինչպես օրինակ՝ գետերի ափին հանգստի գոտիների կազմակերպումը, տեղական տոնավաճառների, ֆերմերների շուկաների անցկացումը, ժողովրդական խաղերի և տեղական տոնախմբությունների ավանդույթների պահպանումը, որոնք դեռ պահպանվել են որոշ մարզերում և կմոռացվեն առանց տեղական համայնքապետարանների աջակցության: Նրանք նաև մատնանշեցին այնպիսի կարիքներ, ինչպիսիք են տեղեկատվական աջակցությունը, փոքր դրամաշնորհների և իրազեկության բարձրացման ծրագրերը, խթանումը և մարկետինգը, օրինակ՝ պատկերավոր տեսանյութեր, ուղեցույցներ, որոնք նրանց հնարավորություն կտան մասնակցելու դրամաշնորհների մրցույթին: Ծառայություններ մատակարարող ընկերությունների կողմից նշված հիմնական խոչընդոտներից մեկը երկրի բարձր հարկային քաղաքականությունն էր: Ավելի քան 200,000 լարի (50,000 եվրո) շրջանառություն ունեցող մատակարարները տարեկան վճարում են 20% եկամտահարկ:

Հարցվողները խոսեցին մարզերում դեստինացիաների կառավարման կազմակերպությունների դերի մասին՝ ինտեգրված զբոսաշրջության արտադրանքի և խթանման տեսանկյունից: Համայնքների մոբիլիզացիայի և համատեղ արտադրանքի զարգացման կարիք կա: Օրինակ՝ Գուրիայի հայտնի «Էրկոմաիշվիլի» ստուդիան պատրաստ է ամառային ներկայացումներ բեմադրել համայնքի հյուրերի համար, եթե պատրաստվեն համազգեստներ երգիչների համար (ինչպես դա արել է «Օկրիբա» ժողովրդական խումբը): Երգիչները սովորաբար հագնում են չոխա-ախալուխի, որը հարմար չէ ամռան տապին: Այցելուներին հաճախ անհրաժեշտ է տեղացի ուղեցույց, տեղացիների հետ լավ շփում և տեսարժան վայրերի ավելի լավ մեկնաբանություն: 25 (հարցագրույց անցած) ծառայություն մատուցող ընկերություններից 10-ը աշխատում են դեստինացիաների կառավարման տեղական կազմակերպությունների, զբոսաշրջության վարչակազմի և տեղական գործողությունների խմբերի (ՏԳԽ) հետ: Նրանցից 20-ը մասնագիտական ասոցիացիաների

անդամ են, ինչպիսիք են «Էլկանա» Կենսաբանական ասոցիացիան, Կրաստանի ֆերմերների ասոցիացիան, Էկոտուրիզմի ասոցիացիաները, իսկ երեքը համագործակցում են Կովկասի բնապահպանական հասարակական ցանցերի (ԿԲՅՑ) հետ: Այնպիսի մատակարարներ, ինչպիսիք են Սիսատուրան, Կազա դե Խասիան, Սամեգրելոյի Մեգարուլի Օդան, Իմերեթի Կորենան և այլն, վաճառում են իրենց ծառայությունները վրացական և միջազգային տուրօպերատորների միջոցով:

4.10 Փորձառական զբոսաշրջության մարտահրավերները համավարակի ընթացքում

Չեռ-COVID-19-ի նոր կանոնակարգում ավելացված սահմանափակումները, անվտանգության ստանդարտները և խոչընդոտները սահմանափակում են հյուրընկալող-այցելու ակտիվ փոխգործակցության գործընթացները: Ստեղծված իրավիճակը սրվում է Կովկասի տարածաշրջանում վերջին քաղաքական իրադարձությունների պատճառով: Այնուամենայնիվ, ինչպես նշում են փորձագետներն ու պրակտիկ մասնագետները, զբոսաշրջության շուկայում առկա մարտահրավերների ֆոնին նոր հնարավորություններ են ի հայտ եկել: Այս կապակցությամբ առանձնացվել է երեք շրջանակ.

- Փորձառական զբոսաշրջության փորձի փոխանցումը հատուկ փորձառությունների հեռակա փոխանակման առցանց պրակտիկային,
- Ներքին զբոսաշրջության զարգացման ներուժի առաջացումը,
- Կարճաժամկետ ծրագրերի կազմումը և փոփոխությունների կատարումը գործող զբոսաշրջության ռազմավարության մեջ:

Առցանց ձևաչափով զաստրոնոմիան կրկին շարունակում է մնալ ամենատարածվածը: Բացի այդ, որոշ շրջագայություններ ավելի շատ ուղղված են մեդիտացիային, մարմնի և մտքի առողջացմանը, քաղաքային շրջագայություններին և այլն: Առցանց իմպրովիզացիոն շրջագայությունները, չնայած հաճելի հաղորդակցությանը, հումորին և հաճելի տրամադրությանը, չեն կարող փոխարինել իրական փոխհարաբերություններին և շփումներին: Այնուամենայնիվ, կան առցանց շրջագայությունների հաջողված օրինակներ (պարուհի Մելիտայի նախագիծը): Ցանկալի է միավորել մի քանի տարբեր ուղղությունները, ինչպես նաև ունենալ մեկ տուր փաթեթ: Քանի որ թեմատիկ ծանրաբեռնվածությունը կարևոր է, մասնագետները նաև խորհուրդ են տալիս նման տուրերը բաժանել մասնագիտական և սիրողական տեսակների: Համավարակը հանգեցրել է ռազմավարությունների վերանայման և կարճաժամկետ ծրագրերի անհրաժեշտության: Առցանց հարթակներից բացի, համավարակը խթանել է ներքին զբոսաշրջության զարգացման ներուժը: Վրացական մշակույթը տեղական բնակչության մի զգալի մասի համար անհայտ է: Ըստ «Կորենա» ագրո-գաստրո տուրիզմի օբյեկտի սեփականատեր Մայա Կեզևաձեի, խնդիրը նոր հնարավորություններ է բացել ներքին զբոսաշրջության և դեստինացիաների խթանման համար: Տեղական շահագրգիռ կողմերը (ծեռներեցներ, ԴԿԿ, հյուրանոցային բիզնես և այլն) միավորել են իրենց ուժերը և իրականացրել ծրագրեր մարզում զբոսաշրջությանը աջակցելու համար: Նման հայտնի նախագծերից մեկը «Երաժիշտները զբոսաշրջության աջակցության համար» նախագիծն էր: Նախագծի նպատակն էր արտահայտել երաժիշտների միասնականությունը համաշխարհային համավարակից տուժած զբոսաշրջության արդյունաբերության հետ: Այն նպատակ ուներ հանրայնացնել

զբոսաշրջային դեստինացիաները, խթանել մշակութային արդյունաբերությունը և առաջարկել այլընտրանքային ֆինանսավորման միջոցներ: Նախագիծն իրականացվել է Իմերեթի մարզի տարբեր համայնքների 15 վայրերում: Իմերեթի մարզի հետ համագործակցության արդյունքներից մեկը եղավ նաև Իմերեթի քաղաքապետարանի արտակարգ քարտեզների պատրաստումը:

5. Արդյունքների վերլուծություն և ամփոփում

Այս գլուխը գնահատում է հիմնախնդիրների հիմնական ուղղությունները և զարգացման մարտահրավերները՝ քաղաքականության ձևավորման և բիզնեսի մակարդակի վրա հիմնված վերականգնողական գործողությունները նախանշելու համար: Այն հիմք է նախապատրաստում ՄԺՀՓԶ-ի հետագա ռազմավարական պլանավորման համար առաջարկություններ և փոխազդեցության ոլորտներ ձևակերպելու և առաջարկելու համար, որոնք նկարագրված կլինեն ԳՄԾ-ում:

Ներկայումս սպառողները պահանջում են անհատական ճանապարհորդության փորձառություններ, ինչպես օրինակ՝ մշակութային ժառանգության վայրեր այցելելու վրա հիմնված գործողություններ, որոնք զուգորդվում են տեղական արհեստներ կամ ավանդական արվեստներ զգալու, երգերի, պարերի, սպորտի տարբեր սովորելու և արհեստների վարպետաց դասեր կազմակերպելու հետ: Բացի այդ, նրանք ցանկանում են այցելել ծայրամասերում գտնվող, զբոսաշրջության համար չնաատեսված, ոչ շքեղ վայրեր: Շրջագայությունների պլանավորման համար անհրաժեշտ է խորը գիտելիքներ տեղանքների և օբյեկտների վերաբերյալ (ոչ միայն ճանապարհամերձ մեծ ճաշարաններն ու Նյու Յորք Թայմսի 5-աստղանի հյուրանոցները, այլ նաև այլ): Տեղական սովորույթների պատշաճ իմացություն և դրանք բացատրելու ունակություն՝ առանց շատ առասպելներ պատմելու և պատշաճ լեզվի իմացություն: Ինչպես պարզել է ուսումնասիրությունը, Վրաստանում ՄԺՀՓԶ-ի հիմնական ուղղություններն են՝ 1) արհեստը, 2) խոհարարությունը և գաստրոնոմիան, 3) բազմաձայնությունը և երաժշտությունը: Բացի այդ, Դաթիշվիլին և Խելաշվիլին նշեցին 4) Խորհրդային Միության դարաշրջանի պատմությունը՝ որպես երկրում մշակութային զբոսաշրջության փորձառությունների բաղադրիչներ:

Պոստմոդեռնիզմի հաճախորդները փնտրում են դեստինացիաներ, որոնք ավելի շատ կենտրոնացած են արժեք փողի դիմաց առաջարկների վրա, մինչդեռ դեստինացիաների իմիջն ու կայունությունը նույնպես էական ազդեցություն ունեն: Նրանք տեղյակ են սոցիալական և բնապահպանական խնդիրների մասին և հաճախ ընդունում են ավելի քիչ սպառման վրա հիմնված, «կանաչ» ապրելակերպը:

Ցավոք, երիտասարդներին այլևս չեն հետաքրքրում ծնողների պատմած պատմությունները, կամ նրանք այլևս չեն ցանկանում սովորել արհեստներ, որոնք նախկինում ապահովում էին իրենց կյանքը:

Բացի վերոհիշյալ ոչ նյութական մշակութային ժառանգությունից, Խորհրդային Միությունում Վրաստանի 70-ամյա պատմությունը հետաքրքրություն է ներկայացնում նաև փորձառական զբոսաշրջության համատեքստում: Չբոսաշրջիկներին հաճախ գրավում են Սպա հյուրանոցներն ու հետխորհրդային շրջանի շենքերը, նույն տարածքներում բացված

Ժամանակակից սրճարան-բարերը և շենքերը: Մետաքսի ճանապարհի թեման մոռացված է և տեսանելի չէ Վրաստանի զբոսաշրջության ազգային և մարզային շուկաներում:

ՄԺՖՓԶ-ի, հատկապես գաստրոնոմիայի և խոհարարական պրակտիկայի նկատմամբ հետաքրքրության և պահանջարկի աճին զուգահեռ, մարկետինգի, խթանման և պահպանման թիրախ են դառնում այնպիսի ապրանքներ, որոնք կրում են մարդկանց ավանդույթները և երաշխավորում են ոչ նյութական մշակութային ժառանգության կայունությունը: Ավանդական արհեստների խթանման և պահպանման մեկ այլ մեխանիզմ էլ հեղինակային իրավունքի պաշտպանությունն է, որն առավելություն է տալիս այդ իրավունքներն ունեցող համայնքներին և նրանց արտադրանքը պաշտպանելու նախապայման է ստեղծում:

ՄԺՖՓԶ-ը նոր ոլորտ է երկրում: Սա զբոսաշրջության և մշակույթի համակցված արտադրանք է, որը ՎՁԱԿ-ի, Մշակույթի նախարարության, ՎԲԳՆ-ի և այլոց մեծ աջակցության կարիքն ունի: Ավանդական արտադրանքին անհրաժեշտ է կառավարության աջակցությանը՝ կանոնակարգերի մշակման, ապրանքների ինքնությունը պահպանելու և մակնշման և բրենդավորման հարցում: Ինչ վերաբերում է ՄԺՖՓԶ-ի զարգացմանը, կարևոր է հասկանալ դրա գործունեության շրջանակը՝ ամբողջ համակարգը և տարրերը, որոնք ընդգրկված են ՄԺՖՓԶ-ի արժեղթայում: Վերջերս կայունության հայեցակարգը գնալով ավելի մեծ ուշադրություն է դարձնում արագ փոփոխվող աշխարհում զբոսաշրջության ավելի կայուն ապագայի և նրա սոցիալ-էկոլոգիական ճշգրտումների դիսկուրսին: Վերջինս կարողությունների զարգացման գործընթացը դնում է ուշադրության կենտրոնում և ենթադրում է փոփոխություններ կատարել կառավարման մեջ, որը համայնքներին հնարավորություն կտա արմատական փոփոխություններ կատարել գաղափարների և գործելակերպի մեջ: Նման մասնակցային կառավարումը մեղմացնում է մրցակցային շահերի միջև առկա բախումները, բարձրացնում է լուծումների որակը և օրինականությունը, ինչպես նաև համագործակցությունը բոլոր դերակատարների միջև բոլոր մակարդակներում: Այն ապահովում է անհատական նախագծերի համահունչություն և հավասարակշռված և ծախսարդյունավետ փոխզիջումներ:

Այսօր գոյություն չունի մեկ կառույց, որը նպաստում և համակարգում է ՄԺՖՓԶ-ը Վրաստանում և կառավարում է այն բոլոր մակարդակներում: ԴԿԿ-ները ուժեղ գործընկերներ են մարզային մակարդակում, բայց դրանք ներկայացված են միայն հինգ մարզերում:

Ելնելով վերը նշվածից՝ ՄԺՖՓԶ շուկայի հիմնական սահմանափակումներն ու մարտահրավերները կարելի է ամփոփել հետևյալի մեջ.

Գծապատկեր 6. ԳՄԾ-ի մշակման համար բացահայտված խնդիրները և միջամտության ոլորտները

#	Բացահայտված խնդիրներ (ամփոփ)	Միջամտության ոլորտները
1	- բազմազան և նպատակային զբոսաշրջության արտադրանքի պակաս (ապրանք շուկայի տարբեր հատվածների կատեգորիաների համար) - լրացուցիչ ծառայությունների (օրինակ՝ կազմակերպված շրջագայությունների)	Շուկային ուղղված, բարձրորակ զբոսաշրջության ապրանքների և ծառայությունների մշակում

	պակաս, ինչպիսիք են նոր երթուղիները և զբոսաշրջային նոր դեստինացիաները, ներառյալ ջրի հետ կապված գործողությունները սեզոնայնությունը, ձմեռային առաջարկների բացակայություն	
	- գիշերակացի հաստատություններում ծառայությունների ոչ ադեկվատ որակ (ներառյալ անբավարար սպասարկում, հիգիենա և հարմարավետություն) - զբոսաշրջիկների ընդունելության համար արհեստագործական ստուդիաներում ժամանցի և մեկնաբանության համապատասխան հարմարությունների պակաս, լեզվական խոչընդոտ - հուշանվերների և ավանդական արհեստների արհեստանոցների ներկայիս անբավարար ընտրություն	
2	- նորարարական և թեմատիկ արտադրանքի մշակման վերաբերյալ ցածր իրազեկվածություն - տեղում զվարճանքի տարրերի, այդ թվում՝ փառատոների և այլ միջոցառումների պակաս - արտադրանքի դիվերսիֆիկացման համար տեղական ռեսուրսների օգտագործման պակաս - երիտասարդության թերի հետաքրքրվածությունը ժողովրդական ժառանգության զարգացման նկատմամբ - տեղական արտադրության ապրանքների պակաս զբոսաշրջության շուկայում և կերակրացանկում, որոնք առաջարկվում են ինչպես հյուրատներում, այնպես էլ սննդի օբյեկտներում	Աջակցել համայնքին, մասնավորապես երիտասարդներին, որպեսզի նրանք ներգրավվեն ՄԺՖՉ կայուն արտադրանք ստեղծելու մեջ
3	- նորարարական մոտեցման, թվային մարկետինգի պակաս - զբոսաշրջության շուկայում ՄԺՖՉ-ի ցածր տեսանելիություն	Բարձրացնել ՄԺՖՉ արտադրանքի տեսանելիությունը և մտցնել զբոսաշրջության շուկա
4	վատ մոտեցում, համագործակցություն տարբեր կառույցների միջև, ինչպես տեղական, այնպես էլ ազգային մակարդակում	Բարելավել լավ համագործակցություն մարզային և տեղական մակարդակներում,

	ծառայությունների մատակարարների միջև կապեր թույլ են (խոչընդոտվում է արհեստավորների ներգրավումը զբոսաշրջության շուկայում)	կառավարման և շփման հարցերում
--	---	------------------------------

ՏԱՐԱԾԱՇՐՋԱՆԱՅԻՆ ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆ՝ ՀՈՒՆԱՍՏԱՆ

Սույն հաշվետվությունը հանդիսանում է GAT1 աշխատանքային փաթեթի մաս, որը սահմանում է ԵՄ-ի ProExTour (Սևծովյան ավազանի երկրներում ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության խթանում) ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության ծրագրի ռազմավարական նպատակները և վերաբերում է Հունաստանի տարածաշրջանին, որը դասվում է Սևծովյան ավազանի երկրների շարքը (այսուհետ՝ ՍԱԵ-Հ): ՍԱԵ-Հ տարածաշրջանը բաղկացած է երկրի հյուսիսում գտնվող երկու վարչական շրջաններից՝ Կենտրոնական Մակեդոնիայի և Արևելյան Մակեդոնիայի ու Թրակիայի շրջաններից (համապատասխանաբար՝ EL52 և EL51 NUTS ծածկագրեր): 33.352 կմ² ընդհանուր տարածքով այս երկու շրջաններն ընդգրկում են Հյուսիսային Հունաստանի ամենամեծ մասը: ՍԱԵ-Հ-ի ընդհանուր բնակչությունը մոտ 2.5 միլիոն է, որը կազմում է ազգաբնակչության 23%-ը:

Կենտրոնական Մակեդոնիայի շրջանը Հունաստանի երկրորդ խոշոր շրջանն է՝ Ատտիկայից հետո: Մեծամասամբ այն քաղաքային շրջան է, որի կենտրոնն է հանդիսանում Սալոնիկը՝ երկրի երկրորդ խոշոր քաղաքը: Շրջանն ունի 1.882.108 բնակիչ, որը կազմում է Հունաստանի բնակչության 17%-ը: Բնակչության 58.7%-ն ապրում է Սալոնիկում: Շրջանը բաժանված է 7 վարչատարածքային միավորների, որոնք են Սալոնիկը, Սերրեսը, Իմաթիան, Պելլան, Պիերիան, Հալկիդիկին և Կիկլիսը՝ ըստ մեծության: Սալոնիկի, Հալկիդիկի և Պիերիայի վարչատարածքային միավորներն ունեն զբոսաշրջության ամենաբարձր ակտիվությունը Կենտրոնական Մակեդոնիայում: Արևելյան Մակեդոնիայի և Թրակիայի շրջանը Հունաստանի ամենափոքր շրջաններից մեկն է, որն ունի 608.182 բնակիչ, ինչը կազմում է երկրի ընդհանուր բնակչության 5.6%-ը: Շրջանի բնակչությունն առավել հավասարաչափ բաշխված է 6 վարչատարածքային միավորներից 5-ում՝ Էվրոսում, Կավալայում, Ռոդոպիում, Քսանթիում և Դրամայում, իսկ Թասոսը, որը գտնվում է Թասոս կղզու վրա, ամենափոքրն է: Կավալայի և Թասոսի վարչատարածքային միավորներն ունեն զբոսաշրջության ամենաբարձր ակտիվությունը Արևելյան Մակեդոնիայում և Թրակիայում:

ՍԱԵ-Հ շրջանները, ինչպես նաև ամբողջ երկիրը՝ հատկապես առափնյա շրջանները, ունեն լավ զարգացած զբոսաշրջային նկարագիր, որը հիմնականում ներառում է ամառային արձակուրդի զանգվածային զբոսաշրջություն և զբոսաշրջության «այլընտրանքային» ձևեր՝ ներառյալ փորձառական զբոսաշրջությունը: Վերջինս Հունաստանում զբոսաշրջության օրակարգ է մտել միայն վերջերս՝ տեղական նախաձեռնությունների, հատկապես մասնավոր հատվածի, կամ կառավարության քաղաքականության և 365-օրյա զբոսաշրջային քարոզարշավի միջոցով:

Ինչ վերաբերում է մշակութային ժառանգության ռեսուրսներին, ամբողջ ՍԱԵ-Հ տարածաշրջանն ունի պատմության տարբեր ժամանակաշրջաններին առնչվել նյութական մշակույթի հարուստ ռեսուրսներ, ժառանգություն, որը ծառայում է որպես ներքին և միջազգային զբոսաշրջության հիմնական գրավչություն: Այստեղ կա նաև սովորույթների և

ավանդույթների հետ կապված ոչ նյութական մշակութային ռեսուրսների հարուստ բազմազանություն, որոնք կերտում են ուշագրավ և բազմազան տեղական մշակույթ:

Սույն զեկույցը նպատակ ունի գնահատել ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման հիմնական խնդիրները, կարիքներն ու ներուժը ամբողջ ՍԱԵ-Յ տարածաշրջանում: Չեկույցը կազմվել է ազգային և տարածաշրջանային վիճակագրական տվյալների հետազոտության, տարբեր շահագրգիռ կողմերի, ինչպես օրինակ ՍԱԵ-Յ տարածաշրջանում գործող զբոսաշրջիկային ընկերությունների կամ մշակութային ժառանգության մատակարարների, տեղական, տարածաշրջանային և ազգային գործակալների հետ անց կացված կիսահամակարգված հարցազրույցների, ինչպես նաև սպառողների վերաբերմունքի և ընկալումների վերաբերյալ հարցաթերթիկի հիման վրա:

1. ՍԱԵ-Յ տարածաշրջանային տնտեսական պրոֆիլը, զբոսաշրջության ոլորտի մասնաբաժինը և մշակութային ոլորտների զարգացումը

1.1. Տնտեսական պրոֆիլը և զբոսաշրջության ոլորտի մասնաբաժինը

2018թ.-ին Կենտրոնական Մակեդոնիան արտադրել է երկրի ընդհանուր ՀՆԱ-ի 13.7%-ը (24.607 մլն եվրո) և ՀՆԱ-ի տեսանկյունից համարվում է երկրի երկրորդ շրջանը, Ատտիկայից հետո: Աճի առաջնային կետը Սալոնիկի վարչատարածքային միավորն է, որտեղ կենտրոնացված է շրջանի ՀՆԱ-ի 64.1%-ը: Արևելյան Մակեդոնիայի և Թրակիայի շրջանը 2018թ.-ին արտադրել է երկրի ընդհանուր ՀՆԱ-ի միայն 3.8%-ը (6.873 մլն. եվրո): Կենտրոնական Մակեդոնիայի ՀՆԱ-ն մեկ շնչի հաշվով (13.125 եվրո) ցածր է երկրի միջին ցուցանիշից և կազմում է ԵՄ 28 միջինի 54%-ը: Ինչպես ակնկալվում էր, Սալոնիկի վարչատարածքային միավորն ունի մեկ շնչի հաշվով ավելի բարձր ՀՆԱ (14.273 եվրո), որին հաջորդում է Չալկիդիկին (13.806 եվրո)՝ ամբողջ ՍԱԵ-Յ տարածաշրջանի խոշոր զբոսաշրջիկային բևեռը: Արևելյան Մակեդոնիայի և Թրակիայի շրջանն ունի մեկ շնչի հաշվով ՀՆԱ-ի երկրորդ ամենացածր ցուցանիշը երկրում (11.446 եվրո) և համարվում է Եվրոպայի ամենաաղքատ շրջաններից մեկը: Կավալա-Թասոսի վարչատարածքային միավորը, որը հանդիսանում է այս շրջանի հիմնական զբոսաշրջիկային բևեռը, ունի բնակչության մեկ շնչի հաշվով ամենաբարձր ՀՆԱ-ն:

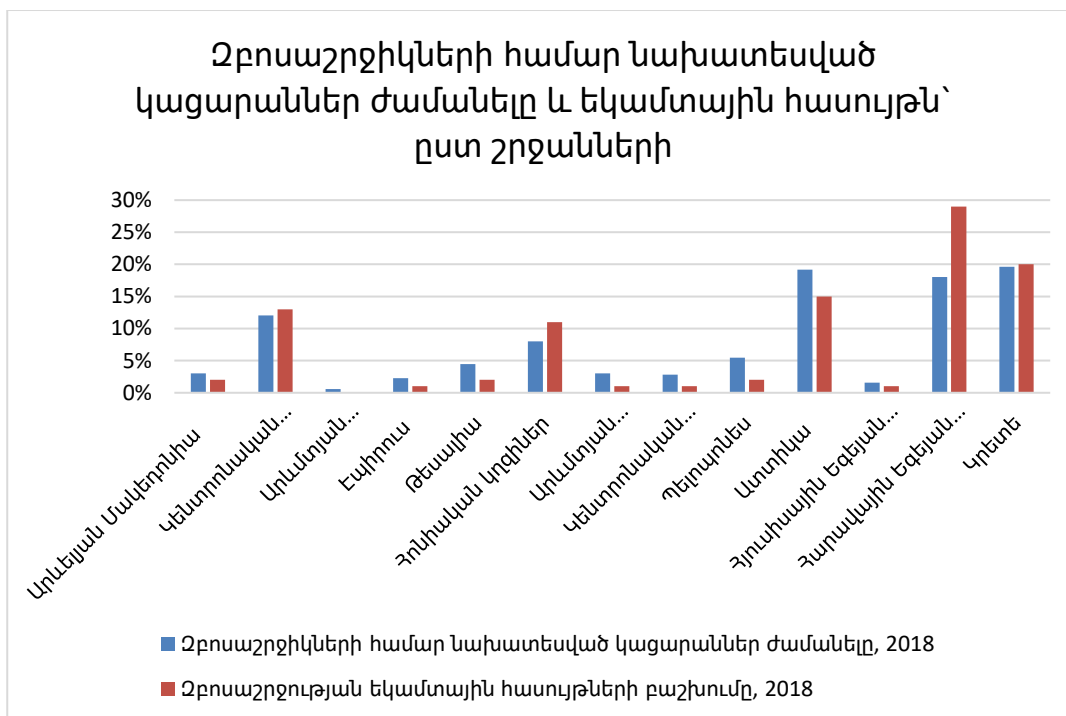
Արևելյան Մակեդոնիայի և Թրակիայի շրջանը Հունաստանի առավելապես գյուղական շրջաններից է և առաջնային հատվածի մասնաբաժինը շրջանային ՀԱԱ-ում ավելի քան 8% է: Կենտրոնական Մակեդոնիան նույնպես ունի առաջնային հատվածի ավելի բարձր մասնաբաժին՝ համեմատած երկրի միջին ցուցանիշի հետ: Կենտրոնական Մակեդոնիայում երրորդային հատվածը կազմում է շրջանի ՀԱԱ-ի 77.2%-ը (և երկրի ՀԱԱ-ի 13.1%-ը), իսկ երկրորդային հատվածը կազմում է շրջանային ՀԱԱ-ի 16.6%-ը: Արևելյան Մակեդոնիայում և Թրակիայում երրորդային հատվածը կազմում է ընդհանուր ՀԱԱ-ի 72.52%-ը (և երկրի ՀԱԱ-ի ընդամենը 3.4%-ը), իսկ երկրորդայինը՝ 19.2%-ը: Կենտրոնականում զբոսաշրջության արդյունաբերության հետ կապված ճյուղերի վրա՝ 2019 թ.-ին գիշերակացի և սննդի, ըմպելիքների սպասարկումը (զբոսաշրջության արդյունաբերության ճյուղը, որն արձանագրվում է ՀԱԱ-ի վիճակագրական տվյալներով) կազմում էր հանրապետության ընդհանուր ՀԱԱ-ի 7.8% մասնաբաժինը՝ ցուցադրելով գրեթե կայուն աճ 2010-2019 թթ. ընթացքում:

2018թ.-ին Կենտրոնական Մակեդոնիայում զբաղվածությունը կազմում էր երկրի ընդհանուր զբաղվածության 16.2%-ը: 73.1%-ը աշխատում է երրորդային հատվածում, 13.4%-ը՝ երկրորդային հատվածում և 12.9%-ը՝ առաջնային հատվածում: Արևելյան Մակեդոնիան և Թրակիան կազմում են երկրի զբաղվածության 5.1%-ը: Առաջնային հատվածում զբաղվածությունը զգալիորեն բարձր է (25.7%)՝ համեմատած ազգային միջին ցուցանիշի հետ և կազմում է այս հատվածում երկրի ընդհանուր զբաղվածության 11.7%-ը: Երրորդային

հատվածում զբաղվածությունը կազմում է 62.6% և նպաստում է երկրի ընդհանուր զբաղվածությանը միայն 4.2%-ով:

2019թ.-ին Հունաստանում ընդհանուր առմամբ 572.518 մարդ աշխատում էր գիշերակացի և սննդի, ըմպելիքների սպասարկման ոլորտում: 2010-2019թթ. ժամանակահատվածում այս ոլորտում զբաղվածությունն աճել է 60%-ով, իսկ 2014-2019թթ. ընթացքում՝ 27,8%-ով: ՍԱԵ տարածաշրջանում զբաղվածությունը նույն ոլորտում կազմում էր երկրի ընդհանուր զբաղվածության 11.7%-ը, որում Մակեդոնիայի մասնաբաժինը կազմում էր երկրի ընդհանուր զբաղվածության 8.5%-ը: Երկու շրջաններում էլ այս ոլորտում զբաղվածությունն աճել է 2014-19թթ. ընթացքում:

Գնահատվում է, որ զբոսաշրջությունն իր տարբեր ոլորտների և ճյուղերի միջոցով շատ կարևոր ներդրում ունի ազգային տնտեսության մեջ, որը 2018թ.-ին ապահովել է ՀՆԱ-ի ավելի քան 30% գնահատված ցուցանիշը և ընդհանուր զբաղվածության ավելի քան 25%-ը: Ինչպես և ակնկալվում էր, երկու կղզիների շրջանները՝ Հարավային Եգեյան կղզիները և Կրետեն, Հունաստանի շրջանների մեջ կենտրոնացնում են զբոսաշրջության եկամուտների հասույթի ամենամեծ մասը՝ ընդհանուր եկամուտների հասույթի գրեթե կեսը: ՍԱԵ տարածաշրջանի մասնաբաժինը զբոսաշրջության եկամուտների հասույթի 15%-ն է, ինչը կազմում է ընդհանուր ՀՆԱ-ի 13%-ը: Կենտրոնական Մակեդոնիայի շրջանն ունի Հունաստանի զբոսաշրջության եկամուտների հասույթի չորրորդ ամենամեծ մասնաբաժինը (13%), իսկ Արևելյան Մակեդոնիայի շրջանը՝ 2%:



Աղբյուր՝ INSETE, 2020

2018թ.-ին, ժամանումների առումով, Կենտրոնական Մակեդոնիայի շրջանը աջակցել է Հունաստանի զբոսաշրջային պատկերին 12.1% բաժնեմասով: Շրջանի զբոսաշրջության հիմնական երկու վայրերը Սալոնիկի և Հալկիդիկի վարչատարածքային միավորներն են: 2018թ.-ին Սալոնիկը առաջատարն էր աղյուսակում և գրանցել է շրջանում զբոսաշրջիկների համար նախատեսված կացարաններ ժամանելու 49.2%-ը, որին հաջորդում էին Հալկիդիկին (33.5%) և Պիերիան (9.5%): 2012-2018թթ. ընթացքում շրջանը ժամանումների զգալի աճ է գրանցել (37.7%-ով), չնայած երկրի համեմատ դա ցածր ցուցանիշ էր: Արևելյան Մակեդոնիայի

Common borders. Common solutions.

և Թրակիայի շրջանը բավականին սահմանափակ դեր է խաղում երկրի զբոսաշրջության ասպարեզում, քանի որ այն կենտրոնացնում է շրջանի զբոսաշրջիկների համար ընդհանուր նախատեսված կացարաններ ժամանելու ընդամենը 3%-ը: 2018թ.-ին ժամանումների գրեթե կեսը գրանցվել է Կալալա-Թասուսի վարչատարածքային միավորներում (48.9%): Այնուամենայնիվ, 2012-2018թթ. ժամանակահատվածում շրջանը գրանցել է ժամանումների զգալի աճ՝ ավելի քան 50%-ով: Գիշերակացը Կենտրոնական Մակեդոնիայի շրջանում կազմում է ընդհանուր երկրի ավելի քան 10%-ը: Արևելյան Մակեդոնիան և Թրակիան կենտրոնացնում են երկրի գիշերակացների միայն 2.3%-ը: 2012-18թթ. ընթացքում երկու շրջաններում էլ գիշերակացերն ավելացել են:

Չբոսաշրջիկների համար նախատեսված կացարաններ ժամանելը (2012-2018)				
BSB-GR	2012	2018	Երկրի մասնաբաժինը, 2018	Միջին տարեկան փոխարժեքի փոփոխությունը
Կենտրոնական Մակեդոնիա	1,954,631	2,691,440	12.07%	7.13%
Արևելյան Մակեդոնիա և Թրակիա	446,384	674,734	3.02%	5.48%
Հոլմաստան	14,790,696	21,304,135	100.00%	7.09%
Աղբյուր՝ EL.STAT., 2019				

Գիշերակացը զբոսաշրջիկների համար նախատեսված կացարաններում (2012-2018)				
BSB-GR	2012	2018	Երկրի մասնաբաժինը, 2018	Միջին տարեկան փոխարժեքի փոփոխությունը
Կենտրոնական Մակեդոնիա	7,707,423	9,538,709	10.42%	3.62%
Արևելյան Մակեդոնիա և Թրակիա	1,532,316	2,101,808	2.30%	5.41%
Հոլմաստան	64,384,415	91,569,437	100.00%	6.05%
Աղբյուր՝ EL.STAT., 2019				

1.2. Սևծովյան տարածաշրջանի մշակութային ոլորտները և նրանց կապը զբոսաշրջության հետ

ՍԱԵ-Յ շրջաններն ունեն ինչպես նյութական, այնպես էլ ոչ նյութական ժառանգության հարուստ և բազմազան պաշար, քանի որ ունեն բազմադարյան պատմության և մարդիկ ապրել են այս տարածքում նախապատմական դարաշրջանից մինչև մեր օրերը:

Ինչ վերաբերում է նյութական մշակութային ռեսուրսներին, շրջանը հանդիսանում է հին մակեդոնական քաղաքակրթության բնօրրանը և ունի հարուստ մշակութային ժառանգություն, որը ծառայում է որպես զբոսաշրջության հիմնական գրավչություն: ՍԱԵ-Յ շրջանն ընդգրկում է Հին Մակեդոնիայի տարածքների մեծ մասը, և ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի 18 համաշխարհային ժառանգության վայրերից 4-ը գտնվում են Հոլմաստանում, այդ թվում՝ Էգին (ժամանակակից Վերգինա), Մակեդոնիայի թագավորության առաջին մայրաքաղաքը, որտեղ գտնվում է աշխարհահռչակ թանգարանը և Պելլան՝ Մակեդոնիայի հին թագավորության պատմական մայրաքաղաքը և Ալեքսանդր Մեծի ծննդավայրը:

Common borders. Common solutions.

Հետաքրքրաշարժ տեսարժան վայրերից են Հալկիդիկի հինավուրց Ստագիրա քաղաքը (Արիստոտելի ծննդավայրը), Դիոնը՝ Պիերիայում (հին մակեդոնացիների ամենակարևոր սրբազան քաղաքը), ինչպես նաև Ամֆիպոլիսի, Ֆիլիպպիի (ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի համաշխարհային ժառանգության մեկ այլ վայր), Աբդերայի (Դեմոկրիտեսի և Պրոտագորասի հայրենիքը) և Մարոնիայի (հին հունական գաղութներից ամենակարևորը) հնագիտական տարածքները Արևելյան Մակեդոնիայում և Թրակիայում: Բյուզանդական կայսրության ժամանակաշրջանում Արևմտյան Թրակիան օգտվեց իր ռազմավարական դիրքից և դարձավ միջնադարյան հունական առևտրի և մշակույթի կենտրոն: Հետագայում՝ Օսմանյան կայսրության ժամանակաշրջանում, մի շարք մահմեդականներ հաստատվեցին այնտեղ, որով սկիզբ դրվեց Հունաստանի մահմեդական փոքրամասնությանը:

Շրջանի մայրաքաղաք Սալոնիկը գրավչության կարևոր կենտրոն է՝ փորձառական զբոսաշրջության աճի հատուկ ներուժով: Պատմականորեն Սալոնիկը կարևոր դեր է խաղացել հունական և բալկանյան մշակույթների ձևավորման գործում: Քաղաքի կենտրոնում գտնվում են պատմական բոլոր ժամանակաշրջանների ճարտարապետական նշանակություն ունեցող մեծ թվով շենքեր: Տասնհինգ հուշարձաններ գրանցված են որպես ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի համաշխարհային ժառանգության վայրեր: Քաղաքն ունեցել է սեֆարդական ծագման հրեաների ամենամեծ համայնքը Եվրոպայում, որոնք հալածվել են նացիստների կողմից Հոլոքոստի ժամանակ: Պատմական հուշարձաններից և կարևոր թանգարաններից գատ, Սալոնիկում, որը քաղաքային զբոսաշրջության և գաստրոնոմիական կարևոր հանգույց է, անց են կացվում միջազգային պարբերական տոնավաճառներ առևտրի և արվեստի բնագավառում: Վերիան, մեկ այլ կարևոր քաղաք, ունի բյուզանդական դարաշրջանի զգալի թվով հուշարձաններ, այդ թվում՝ բազմաթիվ եկեղեցիներ: Արևելյան Մակեդոնիայի և Թրակիայի շրջանի Քսանթի հին քաղաքը հայտնի է իր յուրահատուկ ճարտարապետությամբ: ՍԱԵ-Հ շրջանի մի քանի ավանդական բնակավայրերում տեղական ճարտարապետությունն իր հատկանիշներով նման է հին հունական և բյուզանդական ժամանակաշրջանի ճարտարապետությանը:

Ավելին, Հունաստանի ամենաբարձր լեռը՝ Օլիմպոսը, որն աշխարհում հայտնի է որպես հունական աստվածների տուն, ունի բացառիկ կենսաբազմազանություն, հարուստ բուսական աշխարհ և գտնվում է ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի ժառանգության ցանկում առաջադրվելու նախնական ցուցակում: Աթոս լեռը, որը հայտնի է որպես «Ագիոն Օրոս», ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի ժառանգության երրորդ վայրը՝ բազմաթիվ վանքերով և թերակղզու եզակի լանդշաֆտով, համարվում է կրոնական զբոսաշրջության կարևոր կենտրոն:

«Հյուսիսային Հունաստանի գինու ճանապարհները» գինի արտադրողների ասոցիացիայի նախաձեռնությամբ է, որն աջակցում է խաղողագործության և գինեգործության ավանդույթին և հնարավորություն է տալիս հույն և օտարերկրյա այցելուներին հայտնաբերել Հյուսիսային Հունաստանի խաղողի այգիները: Ասոցիացիային անդամակցում են 33 գինեգործներ, ովքեր այցելուներին առաջարկում են գինու զբոսաշրջություն և աջակցում են մշակութային ժառանգությանը՝ խաղողի աճեցմամբ, գինու արտադրությամբ և տեղական մշակութային գործունեությամբ:

Ինչ վերաբերում է ոչ նյութական ռեսուրսներին, երկու ՍԱԵ-Հ շրջաններն էլ ունեն սովորույթների և ավանդույթների շատ հարուստ բազմազանություն, որոնք կերտում են ուշագրավ և բազմազան տեղական մշակույթ: Այս ավանդույթները կերտում են պալիմփեստական, ծաղկուն և բազմազան մշակութային նկարագիր: Սովորությունների մեծ մասը հաճախ կապված են կրոնի հետ և կիրառվում են «Պանիգիրի» կոչվող տոնակատարություններում: Որոշ գյուղերում պահպանվել են նաև հայտնի ծեսեր իրենց նախնական ձևով, որոնք նման են Բուլղարիայում պահպանված ծեսերին: ՍԱԵ-Հ շրջանը հայտնի է իր խոհանոցով և այն վստահորեն կարող է դառնալ գաստրոնոմիական դեստինացիա: Տեղական խոհանոցը նախասիրությունների խճանկար է, որը ենթարկվել է հունական, ինչպես նաև բալկանյան և միջերկրածովյան խոհանոցների ազդեցությանը և

Common borders. Common solutions.

ներառում է նաև ուսուցաստներ հին բյուզանդական և օսմանյան խոհանոցներից: Այս ազդեցությունները կարելի է տեսնել Կապադոկիայի, Պոնտոսի, Արվանիդեի, հրեաների, տեղական մակեդոնացիների և Փոքր Ասիայի և Ստամբուլի փախստականների ուսուցաստների մեջ:

Ընդհանուր առմամբ, ՍԱԵ-Յ շրջանն ունի է հիմնալի պատմությունն և մեծ թվով տարբեր պատմական հուշարձաններ, որտեղ ապրում են հնագույն մշակութային ծագում ունեցող մարդիկ: Հաշվի առնելով նաև հարուստ բնական ռեսուրսները՝ տարածաշրջանը կարող է կարևոր դեր ունենալ փորձառական զբոսաշրջության զարգացման գործում ինչպես երկրում, այնպես էլ դրանից դուրս:

2. Ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջությունը ՍԱԵ-Յ տարածաշրջանում. առանձնահատկությունները, հիմնական խնդիրները և կարիքները

2.1. Դաշտային հետազոտության մեթոդաբանությունը

Մեթոդաբանության համար օգտագործվել են և՛ որակական (խորքային հարցազրույցներ՝ ուղեցույցի օգտագործմամբ), և՛ քանակական մեթոդներ (հարցում՝ հարցաթերթիկի օգտագործմամբ), որոնք մեզ հնարավորություն տվեցին հավաքագրել կարևոր կարծիքներ թեմայի վերաբերյալ: Որպես առաջին քայլ, հետազոտական թիմը կատարել է երկրորդային լայնածավալ հետազոտություն՝ նպատակ ունենալով ավելի լավ հասկանալ պատմական հիմքը և քարտեզագրել ՍԱԵ-Յ տարածաշրջանի մշակութային ժառանգությունը (և՛ նյութական, և՛ ոչ նյութական): Կազմվել է շահագրգիռ կողմերի բոլոր կատեգորիաները ներկայացնող մոտ 100 պոտենցիալ հարցվողներից բաղկացած նախնական ցուցակ: Հիմնվելով այս նախնական հարցման վրա, ընդհանուր առմամբ 25 խորքային հարցազրույց է անցկացվել ուղեցույցի միջոցով հեռախոսով կամ Skype-ով, ինչն ընդունված է ծրագրի բոլոր մասնակից երկրներում: Բացի այդ, կոնսորցիումի բոլոր անդամների համար հատուկ կառուցված առցանց հարցաշարի հիման վրա, 22-12-2020 -ից 11-01-2021-ը ընկած ժամանակահատվածում անցկացվել է սպառողների հարցում: Ընդհանուր առմամբ լրացվել է 554 հարցաթերթիկ:

2.2. Առաջարկվող զբոսաշրջության արտադրանքի / ծառայությունների առանձնահատկությունները. հիմնական խնդիրները և կարիքները

Զբոսաշրջության ընտրովի տեսակները ավելի են կարևորվում ՍԱԵ-Յ երկու շրջանների՝ Կենտրոնական և Արևելյան Մակեդոնիայի և Թրակիայի, զբոսաշրջային շուկայում: Մասնավորապես, նոր մրցակցային միջավայրը և զբոսաշրջության դինամիկ բնույթը պարտադրում են անցում կատարել դեստինացիայի ավանդական «արև և ծով» մոդելից դեպի այն մոդելը, որտեղ դեստինացիան ընկալվում է որպես ընդհանուր և ինտեգրված փորձառություն: Չանգվածային զբոսաշրջությունը, կարծես, ունի և կշարունակի ունենալ անվիճելի մեծ նշանակություն Յունաստանի զբոսաշրջային արդյունաբերության զարգացման համար: Այնուամենայնիվ, զբոսաշրջիկների ներկայիս պահանջարկը վերափոխման է ենթարկվում. փորձառությունը դառնում է ճանապարհորդության կարևոր մաս՝ ինտեգրելով բազմաչափ պարամետրեր, ինչպիսիք են՝ շրջակա միջավայրը, մշակույթը, գաստրոնոմիան և ընդհանուր կայունությունը:

Հունաստանում փորձառական զբոսաշրջության արտադրանքը տարբեր բարդ տարրերի դինամիկ համադրություն է: Այսպիսով, կարևոր է ճանաչել այն չափանիշները, որոնք դիվերսիֆիկացնում են փորձառական զբոսաշրջությունը ավանդականից: Նախ՝ արտադրանքի հիմքը մարդակենտրոն մոտեցումն է: Սա նշանակում է, որ արտադրանքի զարգացումը հիմնված է հաճախորդների և տեղական համայնքների վրա՝ կենտրոնանալով այցելուի արժեքների և կարիքների վրա: Օրինակ՝ ՍԱԵ-Յ տարածաշրջանում արդեն մշակված

փորձառական որոշ գործողություններ նախագծված են այցելուի հետաքրքրությունների և առանձնահատկությունների հիման վրա: Բացի այդ, այն բնութագրվում է ակտիվ և իրական կապով տեղական համայնքի հետ: Տեղական բնակչության և այցելուների միջև անհատականացված հանդիպումը, ինչպես նախատեսված է որոշ թեմատիկ զբոսանքներում, այլընտրանքային երթուղիներում և փորձառություններում, կարևոր դեր է խաղում զբոսաշրջության արտադրանքի և փորձառության որակի համար: Հոյների հյուրընկալությունն ու ընկերասիրությունը եզակի, «իրական» և հիշարժան զբոսաշրջային փորձառությունների ստեղծման հիմնական տարրերն են:

Փորձառական գործողություններն ապահովում են զգայարանների խթանում, հույզերի առաջացում, ինչպես նաև ֆիզիկական ակտիվություն: Այլ կերպ ասած, զբոսաշրջային փորձառության արտադրանքը կարող է սահմանվել որպես զգայարանների, սրտի, մտքի և մարմնի խթանման միջոց: ՍԱԵ-Հ երկու շրջաններում էլ փորձառության մեկ այլ հիմնական տարր է հիշողությունը: Հարցված զբոսաշրջային փորձագետները հավաստում են, որ հիշողությունը տեղական մշակույթի հետ, օրինակի համար խոհարարական եղանակով կապելը, բարելավում է այցելուի փորձառությունը և ազդում անցյալի ճանապարհորդական փորձառությունը վերհիշելու կամ դրա մասին վառ տեղեկություններ ստանալու կարողության վրա: Հիշարժան փորձառության հասնելու համար ընդգծվում է ակտիվ մասնակցության կարևոր դերը, իսկ որքան քիչ մասնակիցներ, այնքան ավելի իրական է ընկալվում փորձառությունը: Այսպիսով, գործողությունների մեծ մասը կազմակերպվում են փոքր խմբերով:

Շահառուների հարցաշարի արդյունքները ցույց են տվել, որ ՍԱԵ-Հ երկու շրջաններում էլ փորձառական զբոսաշրջությունը դիտվում է որպես «ընդհանուր տերմին», որն ընդգրկում է մշակույթ, գաստրոնոմիա, գյուղական և արկածային փորձառություններ:

Մշակութային ոլորտում կան զբոսավարով այլընտրանքային շրջագայություններ, թեմատիկ զբոսանքներ և երթուղիներ քաղաքում և հարակից հնավայրերում: Որոշ դեպքերում այս գործունեությունները համատեղում են այնպիսի ֆիզիկական աշխատանքներ, ինչպիսիք են հեծանվավազքը, զինու և սննդի համտեսը և տեղական խոհարարական դասերը: Ընտրված վայրերը պարտադիր չէ, որ լինեն պատմական տեսարժան վայրեր կամ քաղաքի հիմնական պատմական վայրեր, բայց դրանք թաքնված պատմություն ունեցող վայրեր են: Նման փորձառություններում զբոսաշրջային արտադրանքի հարստացումը ձեռք է բերվում տեղի տալով ֆանտազիային և բեմականացմանը: Այցելուներին հրավիրում են գաղտնիքներ բացահայտելու կամ հանելուկներ լուծելու, և շատ անգամ պատմական տեղեկատվությունը տրվում է դերասանների կողմից բեմադրվող փոքրիկ ներկայացման միջոցով:

Գաստրոնոմիական զբոսաշրջության համատեքստում կան գինեգործության արահետներ և գինու գործարաններ, որոնք այցելուներին ծանոթացնում են տեղի մշակույթին և ավանդույթներին ոչ միայն գինու համտեսի միջոցով, այլև գինու արտադրության գործընթացին նրանց ակտիվ մասնակցությամբ՝ կախված տարվա եղանակից (օրինակ՝ խաղողի բերքահավաքին): Երբեմն այցելուների համար կազմակերպվում են խոհարարական սեմինարներ՝ օգտագործելով ոչ միայն խաղողի այգու պտուղները, այլև տեղականը:

Գյուղատնտեսական զբոսաշրջության ոլորտում, ՍԱԵ-Հ երկու շրջաններում էլ, զբոսաշրջային փորձառության հետ կապված գործողությունները զարգացել են հիմնականում գյուղական, հեռավոր շրջաններում: Գյուղական տարածքները հաճախ ներկայացնում են յուրահատուկ բնական ռեսուրսների հարուստ շարք, որոնք տալիս են զբոսաշրջային «իրական» և հիշարժան փորձառության: Այս ոլորտի հետ կապված փորձառական գործողություններից են եթերայուղերի թորման գործարանը, ֆերմերային տնտեսություններ և ձիթապտղի այգիներ այցելությունները, գյուղատնտեսության և մեղվաբուծության գործընթացին մասնակցությունը, ինչպես նաև գյուղատնտեսության կենսակերպի վերաբերյալ շրջագայությունները: Այս փորձառությունների մեծ մասը

հնարավոր չէ դասակարգել հիմնական, գոյություն ունեցող զբոսաշրջության բաժիններում, ինչպիսիք են գիշերակացները, ռեստորանները, զբոսաշրջիկային գործակալները, զբոսավարները և այլն: Սա կարող է մեկնաբանվել որպես Հունաստանում գործող զբոսաշրջային մոդելի և համատեքստի վերանայման անհրաժեշտություն: Գյուղական վայրերում կան բազմաթիվ ֆիզիկական և արկածային գործողություններ, ինչպիսիք են՝ թրեքինգը, ծիսապորտը, գետով ուղևորությունը կայակով, ռաֆթինգը և լեռնային հեծանվավազքը: Դրանցից մի քանիսը կապված են մշակութային գործողությունների հետ, ինչպիսիք են սնկի և ավանդական խոտաբույսերի հավաքելը:

Փորձառական զբոսաշրջության արտադրանքը պետք է բնութագրվի բարձր որակով: Որակի չափումը բացի հիմնական զբոսաշրջության արտադրանքից և ծառայություններից բխում է նաև այլ գործոններից և հարակից ծառայություններից, ինչպիսիք են ենթակառուցվածքները, հասարակական տրանսպորտը, բանկերը, ապահովագրությունը (անվտանգության և ապահովության) և մատչելիությունը: Հետազոտությունը ցույց է տվել, որ ՍԱԵ-Հ երկու շրջաններն էլ չունեն մշակութային ենթակառուցվածքների ռազմավարական պլանավորում: Առանձնահատուկ նշանակություն ունեն տրանսպորտային համակարգի հետ կապված խնդիրները: Տրանսպորտի տարբեր միջոցների միջև առկա է անբավարար փոխգործունակություն և հեռավոր աշխարհագրական տարածքների և կենտրոնական հատվածների միջև կապը վատն է: Ինչ վերաբերում է հասանելիությանը, ապա առկա որոշ գործողություններում, մասնավորապես՝ այլընտրանքային շրջագայությանն առնչվող, հատուկ ուշադրություն է դարձվում որակավորված մասնագետների կողմից հաշմանդամների, տարեցների և սակավ հնարավորություններ ունեցող անձանց համար հատուկ մշակված շրջագայություններին: Այս բոլոր գործողությունները ներառում են մասնավոր նախաձեռնություններ:

Փորձը ցույց է տալիս, որ չկա փորձառությունները կառավարելու երկարաժամկետ ռազմավարական շրջանակ և պլանավորում, ինչպես նաև կառավարության կողմից բովանդակության հստակ սահմանում: Բոլոր աշխարհագրական տարածքներին ցուցաբերվում է միանման մոտեցում՝ առանց ուշադրություն դարձնելու փոքր տարածքների մի քանի տարբերակիչ առանձնահատկություններին և հատուկ բնութագրերին: Անախրոնիկ օրենսդրական դաշտը գործում է որպես փորձառական զբոսաշրջության աճի արգելակիչ: Բոլոր մակարդակներում մշակութային փորձառական զբոսաշրջության ռազմավարության իրականացման ստրատեգիական շրջանակի պակասը սրվում է ազգային, տարածաշրջանային և տեղական մակարդակներում համագործակցության բացակայության պատճառով: Հարցման արդյունքները ցույց են տալիս, որ անհրաժեշտ է մոբիլիզացնել մի քանի դերակատարների՝ էական մասնակիցների միջև արդյունավետ համագործակցության հասնելու և գրավիչ, բարձրորակ փորձառական զբոսաշրջության արտադրանք ստեղծելու համար: Կարող է պահանջվել այլընտրանքային գործառնական մարմին, ինչպիսին է դեստինացիաների կառավարման կազմակերպությունը (ԴԿԿ), որը խորը գիտելիքներ ունի յուրաքանչյուր դեստինացիայի առավելությունների և առանձնահատկությունների վերաբերյալ:

Վերոհիշյալ բոլոր ստացված տվյալներն ապացուցում են, որ փորձառական զբոսաշրջային արտադրանքը դիմամիկ է և բազմաչափ և կայուն դառնալու ու բոլոր մարտահրավերներին դիմակայելու համար պահանջում է մշտական արձագանք և հարմարեցում անկանխատեսելի կամ հրատապ պայմաններին, ինչպիսին է Covid -19 համաճարակը: Անհրաժեշտ է բոլոր մակարդակներում համագործակցության և համերաշխության մթնոլորտում ուժեղացնել առկա ենթակառուցվածքները և արդիականացնել զբոսաշրջությանը և դրա այլընտրանքային ձևերին վերաբերող օրենսդրությունը: Ստորև ներկայացված գծապատկերում ամփոփված են զբոսաշրջության արտադրանքի առանձնահատկությունները և սույն հետազոտության արդյունքում վեր հանված հիմնական խնդիրներն ու կարիքները:



2.3. Զբոսաշրջիկային ձեռնարկությունների առանձնահատկությունները

Զբոսաշրջիկային բիզնեսում այլընտրանքային ձևերի նկատմամբ հետաքրքրության աճը նկատվել է ինչպես ամբողջ Հունաստանում, այնպես էլ ՍԱԵ-Հ երկու շրջաններում: Սակայն, չնայած փորձառական զբոսաշրջության նկատմամբ ուշադրությունը միջազգայնորեն աճել է, զբոսաշրջիկային ձեռնարկությունների միայն մի փոքր տոկոսն է փորձառական գործունեություն ծավալել ՍԱԵ-Հ երկու շրջաններում:

Հարցում անցած ձեռնարկությունների շարքում միայն քչերն են խորությամբ հասկանում փորձառական զբոսաշրջության բնորոշումն ու չափերը: Դրանք նորաստեղծ բիզնեսներն են, որոնք առնչվում են այլընտրանքային շրջագայությունների և փորձառությունների հետ և կենտրոնացրել են իրենց գործունեությունը բացառապես փորձառության ոլորտում: Այլ կերպ ասած, նրանց գաղափարախոսությունն է այցելուների համար ստեղծել անմոռանալի հուշեր՝ կապված տեղի պատմության և կենսակերպի հետ: Հարցում անցած մյուս բոլոր զբոսաշրջիկային ձեռնարկությունները գիշերակացի կամ զբոսաշրջիկային ձեռնարկություններ են, որոնք զանգվածային զբոսաշրջային ծառայություններ առաջարկելուց անցել են այնպիսի ծառայությունների, որոնք ներառում են ֆիզիկական ակտիվություն, ինչպիսիք են ձիավարությունը, արշավները և զբոսանքները բնության գրկում: Հարցման արդյունքում պարզվել է, որ կա ճեղքվածք գործող և ավանդական զբոսաշրջիկային ձեռնարկությունների դասակարգումների միջև, քանի որ փորձառությունների ոլորտում գործող որոշ ձեռնարկություններ չեն կարող դասակարգվել զբոսաշրջության կատեգորիաների մեջ (գիշերակացի ձեռնարկություններ, ռեստորաններ, զբոսաշրջիկային գործակալներ, զբոսավարներ, պետական հաստատություններ և այլն): Բացի այդ, նկատվել է, որ որոշ ձեռնարկություններ (զբոսավարներ և գիշերակացի ձեռնարկություններ) սխալ են հասկանում «փորձառական զբոսաշրջություն» տերմինը: Սա

ապացուցում է, որ փորձառական զբոսաշրջությունը Հունաստանում դեռևս նոր ուսումնասիրության ոլորտ է:

Ինչ վերաբերում է գործող բիզնեսներին, ապա լիովին զարգացած զբոսաշրջիկային արտադրանքով փորձառական կողմնորոշում ունեցողներն առնչվում են այլընտրանքային շրջագայությունների հետ, ծավալում են գյուղատնտեսության և գինիների հետ կապված գործունեություն և գտնվում են հիմնականում Կենտրոնական Մակեդոնիայի շրջանում: ՍԱԵ-Հ տարածաշրջանի գյուղական և հեռավոր շրջաններում գիշերակացի ձեռնարկությունների կողմից մշակվել են գրավիչ և տարբերակիչ փորձառական առաջարկներ՝ միջազգային մրցակցային միջավայրում գոյատևելու համար: Գաստրոնոմիական փորձառական գործունեությունը, ինչպիսիք են սննդի և գինու համոտեքը, խոհարարական ավանդական դասերը, կազմակերպվում է գինու գործարանների, գյուղատնտեսական ձեռնարկությունների և ավանդական կոոպերատիվ կազմակերպությունների կողմից: ՍԱԵ-Հ երկու շրջաններում էլ արտացոլվում է այս ոլորտում ռեստորանային արդյունաբերության ներգրավվածության պակասը:

Զբոսաշրջիկային ձեռնարկությունները, որոնք զբաղվում են փորձառական շրջագայություններով, զբոսանքներով և այլ գործողություններով, նշել են, որ իրենց գործունեությունը պետք է գրավիչ լինի զբոսաշրջիկների համար և զուգորդվի նրանց ցանկությունների ու երևակայության հետ: Այդ անելու համար նրանք պետք է օգտվեն առասպելներից, պատմություններից և ֆանտաստիկ դեպքերից, որոնք հիմնականում կապված են տարածաշրջանի տեղական մշակույթի և պատմության հետ: Հաշվի առնելով, որ այցելուներն իրենց ուղևորությունների և փորձառության ընթացքում «խսկության որոնման» մեջ են, զբոսաշրջիկային ձեռնարկությունները առաջարկում են «բեմականացված խսկություն» տեղանքը ներկայացնելու համար՝ պատմություններ պատմելով: Բարձրորակ փորձառական արտադրանք առաջարկելու համար նրանք կարևորեցին ռազմավարական մշակված սցենարի անհրաժեշտությունը՝ շեշտը դնելով զգայարանները, զգացմունքները, հույզերն ու մտքերը խթանելու վրա: Հարկ է նշել, որ մասնավոր գործատերերի և այցելուների միջև համատեղ գործընթացը բացակայում է, սակայն հաճախ նկատվում է նրանց ակտիվ մասնակցությունը:

Հարցումները պարզել են, որ փորձառական զբոսաշրջիկային ձեռնարկությունների և զբոսաշրջիկային ձեռնարկությունների գաղափարախոսության և գնային քաղաքականության միջև առկա է հսկայական բաց: Լավ կազմակերպված փորձառական ձեռնարկությունները գիտակցում են, որ բարձրորակ արտադրանքը (լիովին ձևավորված և որակավորված անձնակազմով) պահանջում է ավելի բարձր գնային քաղաքականություն՝ համեմատած զանգվածային զբոսաշրջության ծառայությունների հետ: Հունաստանում զբոսաշրջիկային ձեռնարկությունները, ի տարբերություն միջազգային զբոսաշրջիկային ձեռնարկությունների, առաջարկվող փորձառական արտադրանքը համարում են չափազանց թանկ: Սա փաստում է այս ոլորտների միջև համագործակցության բացակայության և փորձառական արտադրանքի որակի կարևորության մասին գիտելիքների ցածր մակարդակի մասին:

Հաջողակ փորձառական տուրիստական առաջարկը պահանջում է խորը և հատուկ գիտելիքներ և հմտություններ տվյալ վայրի գործունեության, պատմության և մշակույթի, ինչպես նաև փորձառական զբոսաշրջության չափերի վերաբերյալ: Փորձառական տուրիզմի արտադրանքը նախագծելու, փաթեթավորելու և մատուցելու համար շատ կարևոր է բազմակողմանի մոտեցումը: Անհատում կիրքը, ոգեշնչումն ու ստեղծագործական մոտեցումը փորձառական տուրիզմի ոլորտի աշխատակցի հիմնական առանձնահատկություններն են: Կարևորագույն պահանջներից են նաև օտար լեզուների շատ լավ իմացությունը, ինչպես նաև սոցիալական և հաղորդակցման հմտությունները (օրինակ՝ պատմություններ պատմելը), որոնք անհրաժեշտ են բարեկամական և հետաքրքիր մշակութային շփում ձևավորելու և հունական հյուրընկալությունը խթանելու համար, ինչը

հանդիսանում է հունական մշակույթի հիմնական արժանիքներից մեկը: Կայուն զբոսաշրջության արտադրանքը պետք է հարմարեցվի գյուրալ մրցակցային միջավայրին: Ուստի աշխատակիցները պետք է անընդհատ վերապատրաստվեն և կրթվեն զբոսաշրջության նոր միտումների և մարտահրավերների առումով:

Փորձառական զբոսաշրջության արտադրանքի գաղափարը իրականացվում է հիմնականում նորաստեղծ բիզնեսների կողմից՝ քիչ աշխատակիցներով, որոնք, հիմնականում, ընտանեկան բիզնեսներ են: Փորձառական զբոսաշրջության արտադրանքի խթանման տեխնիկան կենտրոնացնում է ինտերնետ մարքեթինգի վրա և իրականացվում է սոցիալական մեդիայի, կայքերի և վեբ հարթակների միջոցով: Այնուամենայնիվ, ըստ հարցում անցած ձեռնարկությունների, «բերանացի» հաղորդակցությունը հանդիսանում է ամենակարևոր և արդյունավետ մարքեթինգային պրակտիկան: Այսօր համացանցը ճանապարհորդին հնարավորություն է տալիս հանրայնացնել փորձը ողջ գործընթացի ընթացքում: Գնապարհորդական փորձի հանրայնացումը հնարավորություն է տալիս խթանել ընկերությունը, երբ այն բավարարել կամ գերազանցել է իր հաճախորդների ակնկալիքները, բայց միևնույն ժամանակ կա նաև զրպարտության ռիսկ, եթե փորձառական զբոսաշրջության արտադրանքը չի բավարարել իր այցելուների ակնկալիքները:

Շուկայավարման և կառավարման տեսանկյունից կարևոր են փոխգործակցության և ցանցի ստեղծման ասպեկտները: Մինչ օրս միայն լավ կազմակերպված բիզնեսներն են մշակել ռազմավարական գործընկերային ցանցեր տարածաշրջանի խոշոր ընկերությունների, տեղական ձեռնարկությունների և հաստատությունների հետ: Հարցումները ցույց են տվել, որ փորձառական զբոսաշրջության ոլորտում կա համագործակցության բացակայություն բոլոր մակարդակներում (ազգային, տարածաշրջանային, տեղական): Տեղեկատվության փոխանակման և սիներգիայի միջոցով բարձրորակ փորձառական արտադրանք և ծառայություն ունենալու համար անհրաժեշտ է արդյունավետ համագործակցություն զբոսաշրջության ոլորտում ներգրավված բոլոր շահագրգիռ կողմերի հետ: Պետական և մասնավոր հատվածների համագործակցությունը կօգնի առավելագույնի հասցնել զբոսաշրջության օգուտը:

Հնայած այն հանգամանքին, որ փորձառական զբոսաշրջությունը նպաստում է համայնքների բարեկեցությանը, զանգվածային զբոսաշրջության գերակշռությունը և, հետևաբար, տնտեսական հեշտ օգուտը, խանգարում են տեղացիներին գիտակցել զբոսաշրջության այս մոդելի կարևորությունը: Այսպիսով, տեղացիների մեծ մասը դրական են վերաբերվում, բայց չեն աջակցում գործող փորձառական զբոսաշրջության բիզնեսներին:

Հիմնական խնդիրը բոլոր մակարդակներում փորձառական մշակութային զբոսաշրջության ռազմավարությունների ստեղծման և իրականացման հստակ իրավական դաշտի բացակայությունն է: Զբոսաշրջության անախրոն օրենսդրությունը, զուգորդված ռազմավարական պլանավորման և բովանդակության հստակ սահմանման բացակայության հետ, խոչընդոտում են փորձառական զբոսաշրջության գործունեությանը և բիզնեսների զարգացմանը: Սա ենթադրում է բյուրոկրատական ձգձգումներ և հարկային խնդիրներ, հատկապես զբոսաշրջիկային փոքր ձեռնարկությունների համար: Կառավարությունը դեռ պետք է մշակի գործողությունների ամբողջական ծրագիր զբոսաշրջության այլընտրանքային ձևերի համար, ինչպիսին է փորձառական զբոսաշրջությունը: Անհրաժեշտ հանրային ենթակառուցվածքների բացակայությունն էլ ավելի է բարդացնում զբոսաշրջիկային գործակալության պլանավորման և կազմակերպման պրակտիկան: Գյուղական և հեռավոր շրջաններում առկա է նաև տեղական, պատրաստված կադրերի պակաս, ուստի բիզնեսների համար դժվար է զարգանալ: Ստորև ներկայացված գծապատկերում ամփոփված են զբոսաշրջիկային ձեռնարկությունների առանձնահատկությունները և դաշտային հետազոտության արդյունքում վեր հանված հիմնական խնդիրներն ու կարիքները:



Դաշտային ուսումնասիրությունը լույս է սփռել ոչ միայն փորձառական զբոսաշրջության ձեռնարկությունների առանձնահատկությունների, այլև այդպիսի գործունեության հետ կապված ռիսկերի վրա: Փորձառական զբոսաշրջությունը Հունաստանի զբոսաշրջության արդյունաբերության մեջ նոր ոլորտ է: Նոր գործունեության զարգացումը, որտեղ դրա վերաբերյալ նույնիսկ բավարար գիտելիքներ չկան, պահանջում է մանրակրկիտ ծրագիր և բազմաթիվ գործոնների ու չափերի համադրություն: Ռազմավարական ծրագրի բացակայությունը, որը սահմանում է պարտականությունները, կառավարման և շուկայավարման պրակտիկաները, պետական և մասնավոր հատվածների համագործակցությունը, ռիսկային է փորձառական զբոսաշրջության արտադրանքի անհավասար զարգացման համար և բացասաբար կազդի տեղական համայնքի վրա: Օրինակ՝ համայնքի անդամներին ֆինանսական օգուտների անհավասար բաշխումը, տեղական կյանքի անհանգստությունները և տեղացիների կենսական ծախսերի բարձրացումը այս բացասական արդյունքների մի մասն են: Անկանխատեսելի, չնախատեսված կամ անհետաձգելի պայմանները, ինչպիսին է COVID-19-ի համաճարակը, միշտ մեծացնում են զբոսաշրջիկային բիզնեսների զարգացման ռիսկը, հատկապես, երբ չկա ամբողջական ռազմավարական ծրագիր: Ցածր որակի պատճառով բիզնեսի զրպարտության ռիսկը նվազեցնելու համար անհրաժեշտ է զբոսաշրջիկային ձեռնարկություններին պարտադրել առաջարկվող արտադրանքի որակի հսկողություն կամ որակի սերտիֆիկացում:

2.4. Սպառողների վերաբերմունքը և ընկնումները

Սպառողների հարցման նպատակն էր բացահայտել սպառողների ակնկալիքները մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական տուրիզմից և հնարավորություն տալ բաղադրականությունը մշակողներին և զբոսաշրջության ղեկավարներին դրանք օգտագործելով առավել բարելավել զբոսաշրջային արտադրանքի կամ ծառայությունների առանձնահատկությունները, որի արդյունքում սպառողները կստանան բարելավված

հարցումներ, ինչպես նաև հիշարժան և բովանդակալից ճանապարհորդության փորձառություն: Ընդհանուր առմամբ լրացվել է 554 հարցաթերթիկ (117 անգլերենով և 437 հունարենով): Ժողովրդագրական առումով հարցվածների ավելի քան երկու երրորդը կանայք էին (մոտ 70%): Մասնակիցների մեծամասնությունը 19-35 տարեկան էր (մոտ 60%):

Հարցումների արդյունքներն ընդգծում են մի քանի կարևոր ասպեկտներ, որոնք թույլ են տալիս հետազայում բարելավել մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության հանդեպ սպառողների վերաբերմունքի և ընկալումների վերաբերյալ մեր ըմբռնումը:

- Ճամփորդելու նպատակի տեսանկյունից՝ մարդկանց մեծ մասը ճանապարհորդում է նոր տարածքներ հայտնաբերելու, տեղանքի կենդանի մշակույթը ուսումնասիրելու, ինչպես նաև ակտիվ արձակուրդների և հանգստի համար: Սա նշանակում է, որ դեստինացիան/փորձառությունն առաջարկելիս կարևոր է ունենալ «հաղթական խառնուրդ»՝ համատեղելով երեք գործոններ՝ ա) նոր վայրեր, բ) կենդանի մշակույթ և գ) հանգիստ:
- Ճանապարհորդները նախընտրում են պլանավորել իրենց ճանապարհորդությունը առցանց, ինչպես նաև հիմնվելով իրենց ներքին վստահելի շրջանի արձագանքների վրա: Հաշվի առնելով համացանցից օգտվողների մեծ թվաքանակը, պարզ է դառնում, որ ցանկացած դեստինացիա պետք է համացանցում առկա լինի, որպեսզի տեսանելի լինի հնարավոր պոտենցիալ զբոսաշրջիկների համար և այցելուներ գրավի: Չնայած զբոսաշրջիկային տեղեկատվական կենտրոններն ու գրքույկները այցելուներին գրավելու ամենաանարդյունավետ ձևերն են, մենք տեսնում ենք, որ դրանք հաճախ օգտագործվում են որպես տարբերակ՝ հատկապես պետական կամ տեղական կազմակերպությունների կողմից: Կայքերից բացի, մարդիկ չեն կարևորում տեխնոլոգիաների կիրառումը այցելուների փորձառությունը բարելավելու համար (օրինակ՝ թվային շրջագայությունները): Կարելի է ենթադրել, որ տեխնոլոգիան ինքնին (դեռևս) ճանապարհորդական փորձի մաս չէ, և որ թվային շրջագայությունը չի կարող փոխարինել կենդանի այցին:
- Մարդիկ կարծես նախընտրում են այցելել մշակութային ժառանգության ավանդական (և «բնորոշ») վայրեր՝ հուշարձաններ, թանգարաններ և պատկերասրահներ, փառատոներ և տոնավաճառներ՝ խոհարարական կամ արվեստի և արհեստի դասընթացներին մասնակցելու փոխարեն: Չնայած նրանց մեծ մասին հետաքրքրում է ժառանգության և մշակութային վայրեր այցելելը, տեղական/ավանդական միջոցառումներին մասնակցելը նրանց չի հետաքրքրում:
- Ճամփորդելիս այցելուների մեծ մասը նախօրոք չի պլանավորում իր ճանապարհորդության և արձակուրդի բոլոր հստակ կողմերը, ոչ էլ նախընտրում է ճանապարհորդել որպես տուրիստական խմբի անդամ: Ընդհակառակը, նրանք սիրում են արկածներ և կցանկանան ամեն անգամ ճանապարհորդելիս նոր փորձառություն ունենալ: Դեստինացիայում գտնվելու ընթացքում նրանք պատրաստակամ են համոզել նոր ուսուցիչներ, հանդիպել տեղի մարդկանց և մասնակցել տարբեր աշխուժացնող/ոգևորող իրադարձությունների:
- Ընդհանուր առմամբ, մասնակիցները կարծես պատրաստ են ավելի շատ գումար վճարել բովանդակալից և հարուստ տուրիստական փորձ ձեռք բերելու համար, ինչպես նաև պատրաստ են զոհաբերել հարմարավետությունն ու հարմարությունները հիշարժան և հարուստ հուշեր ունենալու համար: Ի վերջո, պետք է ընդգծել, որ մեր նկարագրական վերլուծության արդյունքները չեն տարբերվում կախված հարցման մասնակիցների սեռից կամ տարիքային խմբից: Հատկապես երկրորդի դեպքում, չնայած պատասխանների քանակը տարբեր է, հետաքրքիրն այն է, որ նրանց հերթականությունը նույնն է բոլոր տարիքային խմբերի համար:

2.5. Կայունությունը և նորարարությունը

Փորձառական զբոսաշրջության ոլորտում հետազոտությունը կարևորել է փոքր զբոսաշրջիկային ձեռնարկությունների (ՓՀՀ) գերակայությունը: Հետևաբար, ինչ վերաբերում է շրջակա միջավայրի կայունությանը, կարելի է ենթադրել, որ ՓՀՀ-ները կարող են մեծ դեր խաղալ, որոնց օգնությամբ դեստինացիաները կհասնեն կայունության նպատակներին: Դա բացատրվում է նրանով, որ փոքր և տեղական զբոսաշրջիկային ձեռնարկությունները ավելորդ ճնշում չեն գործադրում շրջակա միջավայրի վրա՝ հեռացնելով ռեսուրսները տեղական տարածքից կամ ոչնչացնելով բնական բուսականությունը և խաթարելով վայրի բնությունը: Այնուամենայնիվ, վատ գործարկվող փոքրածավալ զբոսաշրջիկային բիզնեսը, որը գտնվում է սխալ տեղում, կարող է լինել նույնքան վնասակար և անկայուն, որքան մեկ խոշոր բիզնեսը:

Վերջին տարիներին բնապահպանական կայունության համատեքստում գիշերակացները որդեգրել են էկոլոգիապես մաքուր քաղաքականություն և ռազմավարություն: Չարգացած փորձառական գործողություններից շատերը կապված են գյուղական և գյուղատնտեսական փորձառության հետ, ուստի կարելի է համարել, որ դրանք նպաստում են տեղական գյուղատնտեսական, սոցիալական և տնտեսական ռեսուրսների կայուն կամ հավասարակշռված զարգացմանն ու խթանմանը: ՍԱԵ-Հ տարածաշրջանի ոչ հիմնական պատմական տեսարժան վայրերում և տեղանքներում կատարվող փորձառական գործունեությունը կարող է ուղղորդել այցելուների հոսքը դեպի այն տարածքներ, որոնք կարող էին որպես այդպիսին չհետաքրքրել այցելուներին, այսպիսով թեթևացնելով «զանգվածային զբոսաշրջության» ճնշումը տեղանքների վրա, խթանելով ժառանգության պահպանումը, նվազեցնելով ներտարածաշրջանային անհավասարությունները և սոցիալ-տնտեսական, մշակութային և բնապահպանական օգուտներ բերելով անապահով տեղանքներին: Կայունության տնտեսական իմաստով, հարցվողների մեծ մասը նշել է, որ անցումը փորձառական գործունեությանը և, ընդհանուր առմամբ, զբոսաշրջության այլընտրանքային ձևերին զբոսաշրջության դիվերսիֆիկացման և գոյատևման միակ միջոցն է համաշխարհային մրցակցային զբոսաշրջային շուկայում:

ՍԱԵ-Հ տարածաշրջանի մրցունակության ռազմավարությունը պահանջում է նորարարության կառավարում: Հարցվողները նկարագրել են նորարարությունը որպես ռեսուրսների յուրահատուկ խառնուրդ՝ շեշտը դնելով ՍԱԵ-Հ տարածաշրջանի անհայտ, գրավիչ առանձնահատկության վրա, որը կարելի է օգտագործել այնպիսի գործողություններից բաղկացած նորարարական զբոսաշրջային արտադրանք ստանալու համար, որոնք ի սկզբանե պատկանել են զբոսաշրջության տարբեր տեսակների՝ գյուղական, գաստրոնոմիական, մշակութային և այլն: Նման արտադրանքը պետք է անսպասելի հաճույքներ պարգևի զբոսաշրջիկներին, բավարարի նրանց հուզական կարիքները և առաջացնի այնպիսի հույզեր, որոնք նրանց կկապեն դեստինացիայի հետ և կշահագրգռեն նրանց նորից գալ և/կամ երկարացնել իրենց մնալը:

ՍԱԵ-Հ տարածաշրջանի շահագրգիռ կողմերը նորարարությունն ընկալում են որպես «ոչ այն ուղին, որով գնում են մրցակիցները»: Դաշտային հետազոտությունն ընդգծեց, որ նման զբոսաշրջային արտադրանք ստանալու համար անհրաժեշտ է վստահություն ստեղծել տարբեր պետական և մասնավոր խաղացողների միջև, որոնք նորարարական զբոսաշրջային մոդուլի տարբեր մասերն են մատակարարում: Նման բարդ արտադրանքի համար անհրաժեշտ է ժամանակի ընթացքում փորձարկված բաղադրիչների մեծ բազմություն, ուստի անհնար է ունենալ մեկ խաղացող, ով վերահսկում է ամեն ինչ: Չբոսաշրջային բիզնեսին անհրաժեշտ է ստեղծագործական մոտեցում՝ զբոսաշրջության փորձառությունը բարելավելու և դեստինացիաներում յուրօրինակ մթնոլորտ ապահովելու համար: Հետևաբար, ստեղծագործական գաղափարների իրականացումը, ի վերջո, բերում է նորարարության: Ըստ հարցման մասնակիցների՝ նոր տեխնոլոգիաները ևս հնարավորություններ են ստեղծում նորարարական զբոսաշրջային արտադրանք ստանալու

համար: ՍԱԵ-Յ տարածաշրջանում գոյություն ունեցող փորձառական զբոսաշրջային ձեռնարկությունների շարքում ոմանք պարզեցվել են իրենց նորարարական գործունեության համար, իսկ մյուսներն իրականացնում են նորարարական տեխնոլոգիական պրակտիկա: Այնուամենայնիվ, զբոսաշրջիկային ընկերությունների նորարարական վարքը դեռևս սահմանափակ է:

3. Եզրակացություն՝ հնարավորություններ և գործողությունների հետ կապված հետևություններ

Կենտրոնական Մակեդոնիայի և Արևելյան Մակեդոնիայի ու Թրակիայի շրջանները (ՍԱԵ-Յ երկու շրջանները) ունեն հարուստ պատմություն, բնական ռեսուրսների մեծ հարստություն, պատմական կարևորության հուշարձաններ, ինչպես նաև վառ և բազմազան մշակութային ծագմամբ բնակչություն: Այսպիսով, ՍԱԵ-Յ տարածաշրջանում առկա են բոլոր նյութական և ոչ նյութական բաղադրիչները, որոնք օգտագործելով կարելի է այցելուներին առաջարկել ուշագրավ փորձառություն և ստեղծել բազմաթիվ հնարավորություններ փորձառական զբոսաշրջության զարգացման համար: ՍԱԵ-Յ տարածաշրջանն արդեն ունի հաստատված զբոսաշրջային նկարագիր, որը հիմնված է հիմնականում զանգվածային զբոսաշրջության վրա: Այնուամենայնիվ, ինչպես ցույց տվեց սույն հետազոտական նախագծի դաշտային ուսումնասիրությունը, կայուն զբոսաշրջության այլընտրանքային ձևը կարող է էլ առավել աջակցել ոչ միայն բուն շրջանների, այլ նաև ավելի լայն տարածաշրջանի և երկրի տնտեսական, սոցիալական և շրջակա միջավայրի զարգացմանը: Ինչպես նշեց հարցվողներից մեկը.

«Համաճարակի տնտեսական և սոցիալական պայմանները ստեղծում են զբոսաշրջության այլընտրանքային ձևի անհրաժեշտություն, «փորձառություններ» առաջարկելու անհրաժեշտություն: Այլ կերպ չես կարող գոյատևել: Կայուն զարգացումը կարևոր է, հակառակ դեպքում դուք չեք կարող առաջխաղացում ունենալ կոմիդի պայմաններում: Որպեսզի այցելուները վերադառնան, անհրաժեշտ է հարմարվել զբոսաշրջության նոր ձևին: Փորձառական զբոսաշրջությունը կարող է լինել այդ նոր միտումը ցանկացած վայրի համար»:

COVID-19-ի համաճարակից հետո դեստինացիան ընտրելու չափանիշները կարող են փոխվել: Այսպիսով, զբոսաշրջության կառուցվածքը պետք է վերակառուցել և հետևել «նոր իրողության» սահմանած կանոններին: Այդ նպատակով փորձառական զբոսաշրջության զարգացմանը նպաստելու համար անհրաժեշտ է վերանայել օրենսդրական դաշտը: Կարևոր է, որ համաճարակային ճգնաժամից հետո ակնկալվում է, որ զբոսաշրջությունը կառաջարկի ավելի բարձրորակ արտադրանք, որը կունենա հավելյալ նշանակություն բոլոր շահագրգիռ կողմերի, ներառյալ այցելուների և տեղական համայնքի համար: Այնուամենայնիվ, զբոսաշրջության մոդելի վերափոխումը, անկասկած, ժամանակատար կլինի և անորոշության շրջաններ կառաջացնի, հատկապես կարճաժամկետ:

Մեկ այլ կարևոր գործոն, որը հնարավորություններ կընձեռի նաև փորձառական զբոսաշրջության համար, միջսահմանային համագործակցությունն է: ՍԱԵ տարածաշրջանն ունի շատ հարուստ սովորույթներ և ավանդույթներ, և հարկ է նշել, որ նրանցից որոշները պահպանվել են նաև ավելի լայն տարածաշրջանում: Փորձառական զբոսաշրջությունը կօգնի նաև զբոսաշրջիկային ընկերությունների և տեղական արտադրողների համագործակցությանը տեղական համայնքին աջակցելու նպատակով:

Թվային տեխնոլոգիաներն ունեն տարբերակված առաջարկների հնարավորություն և հարստացնում են այցելուների փորձառությունը՝ օգտագործելով վիրտուալ գործիքներ, ինչպիսիք են «սոցիալական ռոբոտը», որը այցելուների հետ խոսում է արհեստական բանականության միջոցով և տալիս անհատականացված տեղեկատվություն, թվային շրջագայությունները ժամանակակից քաղաքում և վիրտուալ շրջագայությունները հին



ՏԱՐԱԾԱՇՐՋԱՆԱՅԻՆ ԿԱՐԻՔՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՀԱՇՎԵՏՎՈՒԹՅՈՒՆ՝ ՌՈՒՄԻՆԻԱ, ՄՈԼԴՈՎԱ, ՌԵԿԱՆԱ ԵՎ ԹՈՒՐՔԻԱՅԻ ՍԵՎԾՈՎՅԱՆ ԱՎԱԶԱՆ

Սույն հաշվետվության մեջ ներկայացված է Սևծովյան ավազանի երկրներում, մասնավորապես, Ռումինիայում, Մոլդովայում, Թուրքիայում և Ուկրաինայում փորձառական զբոսաշրջության զարգացման հեռանկարների կարիքների գնահատման վերլուծությունը: Այն համահունչ է Հայաստանի, Բուլղարիայի, Վրաստանի և Հունաստանի կարիքների գնահատման հաշվետվություններին, որոնք մշակվել են PRO EXTOUT ծրագրի գործընկերների կողմից:

Քանի որ Ռումինիան, Մոլդովան, Ուկրաինան և Թուրքիան ներկայացված չեն PRO EXTOUT ծրագրում, այս կարիքները գնահատվել են հարցաթերթիկների և համակարգված հարցազրույցների վրա հիմնված առաջնային հետազոտությամբ և քաղաքականության փաստաթղթերի, նախագծերի, գիտական և վիճակագրական հետազոտությունների վրա հիմնված երկրորդային հետազոտությամբ, որոնք իրականացվել են այդ երկրների գիտական և քաղաքականություն մշակող հաստատությունների, ինչպես նաև տարածաշրջանային և միջազգային մակարդակով աշխատող հաստատությունների կողմից:

Զբոսաշրջությունը էապես նպաստել է Սևծովյան ավազանի տնտեսության աճին և զբաղվածությանը՝ նպաստավոր կլիմայի և բնական ու մշակութային ռեսուրսների բարենպաստ համադրության շնորհիվ: Զբոսաշրջության ոլորտը մինչև 2020 թվականը գրանցել է կայուն տարեկան աճ տնտեսական օգուտների և զբաղվածության տեսանկյունից, որին առավելագույնս նպաստել են հանգստի և ծովափնյա զբոսաշրջությունները, սակայն վերջին համաշխարհային ճգնաժամն ազդեց դրա վերելքի հետագծի վրա: Ներկայումս ճանապարհորդության և հյուրընկալության ծառայությունների համեմատաբար ցածր գների պատճառով տարածաշրջանի երկրների նշանակալի մրցակցային առավելությունը նույնպես բացասական երանգ ունի ոչ կայուն բիզնես պրակտիկայի և անվտանգության անբավարար մակարդակի պատճառով:

Ակնկալվում է, որ 2020թ.-ից հետո ՍԱԵ-ում զբոսաշրջության և հյուրընկալության միտումները պայմանավորված կլինեն երեք հիմնական գործոններով՝ (i) տարածաշրջանային տնտեսական զարգացումով, (ii) կայունության ակնկալիքով, (iii) COVID-19-ի գլոբալ համավարակով: Փորձառական զբոսաշրջությունը, որպես փորձառական տնտեսության մի մաս, նախանշում է առկա ճգնաժամից վերականգնման հնարավոր ուղիները՝ կախված բոլոր շահագրգիռ կողմերի համատեղ ջանքերից և այդ նպատակով համարժեք պետական քաղաքականության իրականացումից: Միևնույն ժամանակ, զբոսաշրջության և հյուրընկալության ոլորտը, ինչպես նաև մշակույթը և զվարճանքը, COVID-19-ի համավարակից առավել տուժած արդյունաբերություններից են: Նոր իրավիճակը պահանջում է կտրուկ փոփոխություններ կատարել զբոսաշրջության հարացույցում և նոր վերաբերմունք ցուցաբերել ճանապարհորդության նկատմամբ:

1. Ռումինիայի, Մոլդովայի, Ուկրաինայի և Թուրքիայի զբոսաշրջության համակարգերը և փորձառական առաջարկների հնարավորությունները

1.1 Ռումինիա

2010-2019 թվականների ժամանակահատվածում Ռումինիայում զբոսաշրջության արդյունաբերությունը կազմել է երկրի ՀՆԱ-ի 5,2 - 5,97%-ը: Այս պարագայում հատկապես հետաքրքրականն այն է, որ ինչպես ներքին, այնպես էլ միջազգային ժամանումները կայուն աճել են: Ներքին ճանապարհորդությունը Ռումինիայում այս ոլորտի համար նույնքան կարևոր է, որքան միջազգայինը: Այդ առումով միջազգային գիշերակացների գրեթե մեկ քառորդ մասին գրավորում է Սև ծովի սահմանակից հարավարևելյան տարածաշրջանը:

Զբոսաշրջության արդյունաբերությունը Ռումինիայում ապավինում է պատմական ժառանգության վայրերին, միջնադարյան ամրոցներին, լեռներին, ծովափնյա հանգստավայրերին և Դանուբի դելտային:

Շատ փորձագետների և հետազոտողների կարծիքով, ծովափնյա զբոսաշրջությունը չի եղել Ռումինիայի հյուրընկալության արդյունաբերության դրոշակակիրը: Այս տարածքի հյուսիսում գտնվող Դանուբի դելտան համարվում է շատ ավելի գրավիչ և հարմար՝ բնության վրա հիմնված զբոսաշրջության համար: Բացի այդ, Ռումինիայի հարավ-արևելքում կան բազմաթիվ այլ ռեսուրսներ, որոնք կարող են այցելուներին նույնքան գրավել, որքան ավիամերձ շրջանը: Դրանք են քաղցրահամ լճերը, քարանձավներն ու լանդշաֆտները, հնագիտական մնացորդներն ու դակերի նախահայրերը, տեղական տարբեր միջոցառումներն ու փառատոնները:

Ռումինիայի զբոսաշրջության զարգացման ազգային ռազմավարությունը նպատակ ունի մինչև 2030 թվականը երկիրը դարձնել հայտնի, կլոր տարվա առաջատար զբոսաշրջության դեստինացիա, որի հիմնական նպատակները կլինեն մշակութային և բնական ժառանգությունը և հաճախորդների առաջնակարգ սպասարկումը: Դրա չորս գործառնական նպատակները վերաբերում են ենթակառուցվածքների կապի և որակի բարելավմանը, մասնավոր հատվածի նորարարություններին, դեստինացիաներում այցելուների փորձառության և ծառայությունների որակի բարձրացմանը, ինչպես նաև թվայնացմանը և որակյալ մարկետինգին:

1.2 Մոլդովա

Շատ հետազոտողներ Մոլդովայի Հանրապետությունը համարում են Եվրոպայում ամենաքիչ այցելված երկիրը, որը զբոսաշրջիկների համար անհայտ է մնացել և չունի համապատասխան զբոսաշրջային կառուցվածք: Այնուամենայնիվ, զբոսաշրջության արդյունաբերությունը 1995 թ.-ից ի վեր բացարձակ թվերով կայուն աճում է, բայց աճի տեմպը մնում է 2.9%-ից - 5.2%-ի սահմաններում և 2018 թ.-ին կազմել է ՀՆԱ-ի 4.4%-ը: Միջազգային զբոսաշրջիկների մեծամասնությունը ժամանում է Ռումինիայից, Ուկրաինայից, Ռուսաստանից, Ավստրիայից, ԱՄՆ-ից և այլն, և այդ ճանապարհորդների զգալի մասը գալիս է ընտանեկան հավաքույթների պատճառով:

Մոլդովայում զանգվածային զբոսաշրջությունն ակներեվ չէ: Խնդրի մի մասի պատճառը նաև թերզարգացած ենթակառուցվածքներն են, մասնավորապես գիշերակացների և բնակեցման հաստատությունների միասնական դասակարգման համակարգի բացակայության առումով:

Մոլդովայի կառավարությունը վերջին տասնամյակում որպես գերակայություն է սահմանել զբոսաշրջության չորս տեսակ, դրանք են՝ գյուղական, գինու, մշակութային, առողջապահական և գեղեցկության զբոսաշրջությունները: Մշակութային ժառանգության պահպանումը (ինչպես նյութական, այնպես էլ ոչ նյութական), ինչպես նաև յուրօրինակ էթնիկ և էթնոմշակութային բազմազանության պահպանումը քաղաքականության գերակայություն և զարգացման հնարավորություն են մի երկրի համար, որն ունի 18 ճանաչված էթնոմշակութային փոքրամասնություններ, որոնք պահպանում, վերականգնում և զարգացնում են իրենց ավանդույթները, մշակույթներն ու արվեստները և այցելուներին առաջարկում են յուրօրինակ բազմազան իրադարձություններ և տեսարժան վայրեր:

ԱՄՆ ՄԶԳ աջակցությամբ ձեռնարկվել են մի քանի նորարարական քայլեր Մոլդովայի զբոսաշրջության խթանման համար, ինչպիսիք են ազգային սոցիալական մեդիա արշավը, բարձրակարգ հյուրանոցների և գինու գործարանների որակի ստանդարտների բարձրացումը՝ համապատասխանեցնելով միջազգային գիշերակացների ստանդարտներին, առաջատար նախաձեռնությունների և մշակութային միջոցառումների կազմակերպումը և այլն:

Մոլդովայի զբոսաշրջության և հյուրընկալության արդյունաբերությունը խիստ տուժեց COVID-19-ի համավարակի հետևանքով, քանի որ Մոլդովայի գիշերակացներում մնալը տարվա առաջին ինն ամիսների ընթացքում կրճատվեց 78%-ով՝ համեմատած 2019 թ.-ի հետ, ըստ պետական վիճակագրական ծառայության: Ակնկալվում է, որ հարևան երկրներից զբոսաշրջիկները կվերադառնան կարճատև այցերով, երբ իրավիճակը բարելավվի:

1.3 Ուկրաինա

Զբոսաշրջության ոլորտը Ուկրաինայում համարվում է թերզարգացած, բայց հոյակապ աճի ներուժ ունեցող, քանի որ երկրի տարածքի մեծ մասն ունի հսկայական լեռներ, ափամերձ գոտի, հարուստ մշակույթ և ժառանգության ռեսուրսներ՝ գտնվելով երեք կրոնների խաչմերուկում, Եվրոպայի և Ասիայի սահմանին:

2020 թ.-ին զբոսաշրջությանը բաժին է ընկել Ուկրաինայի ՀՆԱ-ի 5,3%-ը, որը տատանումներով նվազել է 2001-2020թթ.-ին: Բացասական քաղաքական գործոնները, ինչպիսիք են անվտանգության չկարգավորվածությունն ու ռազմական գործողությունները Ուկրաինայի արևելքում, ներառյալ Ղրիմի բռնակցումը Ռուսաստանի Դաշնության կողմից, զգայուն էկոլոգիական իրավիճակը և Չեռնոբիլի աղետի կրկնությունը, ինչպես նաև կոռուպցիոն սկանդալները, խոչընդոտում էին ոլորտի զարգացմանը: Այնուամենայնիվ, առկա են նաև ոլորտի հետ կապված խնդիրներ, օրինակ՝ երկրի ռեսուրսների անհավասարակշիռ օգտագործումը, պատմական, մշակութային և բնական ռեսուրսների անտեսումը և թերի զբոսաշրջային ենթակառուցվածքները:

Ուկրաինայի հարավային և հարավ-արևելյան շրջանները պատկանում են Սևծովյան ավազանին: Սևծովյան զբոսաշրջության ներուժը դեռ ամբողջությամբ չի շահագործվում՝ սահմանափակ ներդրումների, տրանսպորտային անբավարար ենթակառուցվածքների, զբոսաշրջային ոչ բավարար օբյեկտների և ծառայությունների համեմատաբար ցածր որակի պատճառով:

Ուկրաինայի «2017-2026թթ. Չբոսաշրջության և առողջարանների ռազմավարությունը» սահմանում է զբոսաշրջության ազգային քաղաքականությունը զբոսաշրջիկների անվտանգության, նորմատիվ ակտերի, զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների և մարդկային ռեսուրսների զարգացման, զբոսաշրջության և հանգստավայրերի մարկետինգային քաղաքականության առումով: Կառավարությունը նպատակ ուներ երկրի համար ստեղծել նոր դրական դեստինացիայի իմիջ՝ ապավինելով օտարերկրյա այցելուների թվի 2.5 անգամ աճին և ներքին զբոսաշրջիկների 5 անգամ աճին:

2020 թ.-ի ամռանը Սև ծովի ափին գտնվող ուկրաինական հանգստավայրերը այցելուների 30%-անոց աճ գրանցեցին, քանի որ ուկրաինացիները անվտանգության նկատառումներից ելնելով և COVID-19-ի սահմանափակումների պատճառով նախընտրում էին ներքին դեստինացիաները: Այնուամենայնիվ, սա համարվում էր ժամանակավոր ալիք, և դեռ պետք է գնահատել COVID-19-ի համավարակի հետևանքները:

1.4 Թուրքիա

Թուրքիան զբոսաշրջության զարգացման առաջատար է Սևծովյան ավազանի երկրներում և Եվրոպայում, որը հայտնի է որպես զանգվածային զբոսաշրջության դեստինացիա: Ազգային մակարդակում զբոսաշրջությունը ամենակենսունակ և ամենաարագ զարգացող ոլորտներից մեկն է, որն ապահովել է ՀՆԱ-ի 3.8%-ը և զբաղվածության 7.7%-ը: Ներգնա զբոսաշրջության աճն ուղեկցվել է ներքին զբոսաշրջության աճով, և 2018 թվականը դրական առումով ռեկորդային էր 5-ամյա ժամանակահատվածում:

Թուրքիայում «Չբոսաշրջության ազգային զարգացման 2019-2023 թթ. ծրագիրը» և «Նոր տնտեսության 2019-2021 թթ. ծրագիրը» կոչ են անում դիվերսիֆիկացնել և նորացնել զբոսաշրջային գործողությունները սպառողական միտումների և տեխնոլոգիայի փոփոխմանը համապատասխան՝ օգտագործելով զբոսաշրջությունը որպես տարածաշրջանային զարգացման և այցելության հանրաճանաչ դեստինացիաների բեռը մեղմելու գործիք և բարելավելով ոլորտի բնապահպանական կատարողականը: Մշակույթի և զբոսաշրջության նախարարությունը Թուրքիայի ժառանգության ռեսուրսների պահպանումը կապում է երկրի իմիջի և դրա միջազգային բրենդավորման բարելավման հետ՝ խթանելով թեմատիկ շեշտադրումներ տարեկան կտրվածքով, օրինակ՝ 2018 թվականը Տրոյայի տարին էր, 2021 թվականը՝ Պատառայի տարին և այլն: Այնուհանդերձ, որոշ հետազոտողներ գտնում են, որ քաղաքական փաստաթղթերը համարում են մշակույթի վրա հիմնված զբոսաշրջությունը որպես այլընտրանքային և ոչ հիմնական զարգացման նպատակ, քանի որ երկիրը շարունակում է քարոզվել որպես արևի, ավազի և ծովի դեստինացիա:

Սևծովյան տարածաշրջանը չի եղել Թուրքիայի ամենաճանաչված զբոսաշրջային շրջանների շարքում, բայց մինչև 2020 թվականը այն նույնպես ունեցել է այցելուների աճող թիվ: Իր բազմազան ռելիեֆով և մշակութային հարստությամբ այն լավ տարբերակ է մարդաշատ վայրերի զբոսաշրջությունը զարգացնելու համար և սիրված է ներքին զբոսաշրջիկների շրջանում: Չբոսաշրջության և մշակույթի նախարարությունը կայունություն խթանելու համար տարածաշրջանում ստեղծել է 38 զբոսաշրջության կենտրոն և մշակույթի և զբոսաշրջության պաշտպանության և զարգացման 4 մարզ: Փորձառական գործողությունների ներուժն առկա է: Որոշ մարտահրավերներ կապված են ենթակառուցվածքներ կառուցելու, այցելուների քանակի արագ աճի դեպքում կայունության

հավասարակշռությունը պահպանելու և, ի վերջո, տարածաշրջանային ապրանքանիշ ստեղծելու անհրաժեշտության հետ:

Չնայած COVID-19-ի համավարակն ազդել է զանգվածային զբոսաշրջության վրա, Սևծովյան տարածաշրջանը կարող է վերածվել կարճաժամկետ փորձառության վրա հիմնված գործողությունների դեստինացիայի:

2. Ռումինիայում, Մոլդովայում, Ուկրաինայում և Թուրքիայի Սևծովյան ավազանում մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման վերաբերյալ շահագրգիռ կողմերի վերաբերմունքի և ընկալումների ուսումնասիրություն

2.1 Մեթոդաբանությունը

Մասնավորապես մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության (ՄԺՖՓՁ) մեջ ներգրավված շահագրգիռ կողմերի վերաբերմունքն ու ընկալումները ուսումնասիրելու համար անց են կացվել էմպիրիկ հարցմամբ երկրորդային հետազոտություն, որի համար օգտագործվել են հարցաթերթիկներ՝ փորձառական զբոսաշրջության առաջարկների վերաբերյալ այցելուների ընկալումներն ու վերաբերմունքը պարզելու համար, ինչպես նաև կիսահամակարգված հարցազրույցներ շահագրգիռ կողմերի հիմնական խմբերի ներկայացուցիչների հետ: Կիրառվել է նույն մեթոդաբանությունը, որով անց են կացվել Հայաստանի, Բուլղարիայի, Վրաստանի և Հունաստանի հետազոտությունները: Հարցման հասանելիությունն ընդլայնելու համար հարցաթերթիկները և կիսահամակարգված հարցազրույցների ձևերը թարգմանվել են ռուսերեն և թուրքերեն և տարածվել են եռալեզու տարբերակներով: Որակական պատասխաններ հավաքագրելու համար լայնորեն օգտագործվել են առցանց լրատվամիջոցները և ոչ պաշտոնական շահառու խմբեր: ՍԱԵ տարածքից դուրս գտնվող երկրների ներկայացուցիչները կամավոր մասնակցել են հարցաթերթիկների վրա հիմնված հետազոտությանը և նրանց պատասխանները դիտարկվել են, քանի որ հարցվողների հետ կապ են հաստատել՝ ելնելով Սևծովյան ավազանի նկատմամբ նրանց հետաքրքրությունից:

2.2. Ռումինիայում, Մոլդովայում, Ուկրաինայում և Թուրքիայում փորձառական զբոսաշրջության նկատմամբ այցելուների ընկալումների և վերաբերմունքի հետազոտության արդյունքները

Այցելուների/զբոսաշրջիկների ընկալումներն ու վերաբերմունքը ուսումնասիրելու համար անգլերեն, ռուսերեն և թուրքերեն լեզուներով հարցաթերթիկները բաց են եղել պատասխանների համար 2020թ.-ի դեկտեմբերի 1-ից 31-ը Google Ձևաթղթերով: Ընդհանուր առմամբ, 81 հարցաթերթիկ է լրացվել երեք լեզուներով, որոնցից 66-ը լրացվել են վերլուծության մեջ ներգրավված երկրների բնակիչների կողմից, ևս 15 պատասխան ստացվել են այլ երկրների (Ավստրալիա, Գերմանիա, Էստոնիա, Իտալիա, Սլովակիա, Շվեդիա, Տաջիկստան, Ռուսաստան) բնակիչներից:

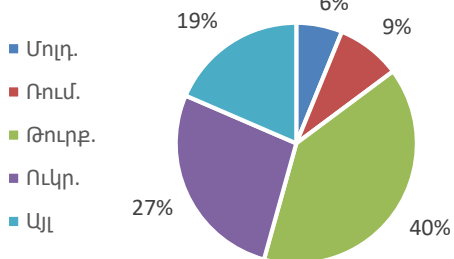
Հարցվողների ժողովրդագրական պատկերը

Գծապատկեր 1

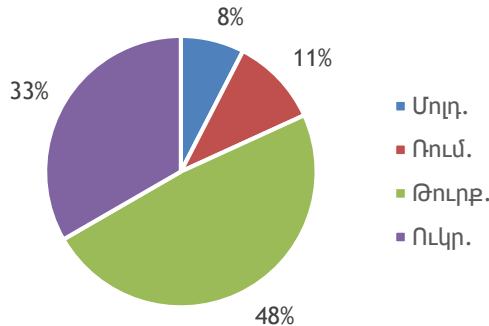
Գծապատկեր 1ա

93

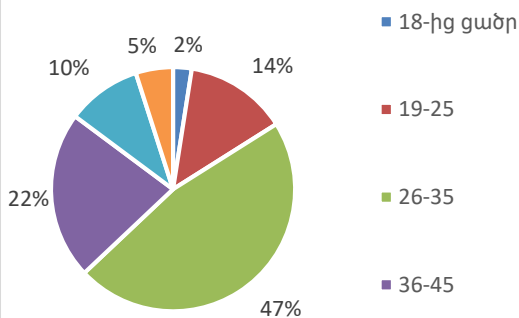
Բաշխումն ըստ բոլոր երկրների (բոլոր պատասխանները)



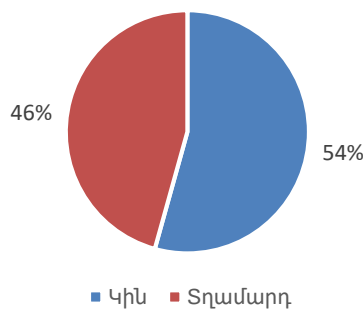
Բաշխումն ըստ ՍԱԵ 4 երկրների



Բաշխումն ըստ տարիքի



Բաշխումն ըստ սեռի



Գծապատկեր 2

Գծապատկեր 3

Հարցվողների մեծամասնությունը (47%) եղել են 26-ից 35 տարեկան միջակայքում, ևս 22%-ը՝ 35-ից 45: Հարցվողների շուրջ 15%-ի տարիքը 46 տարեկանից բարձր է, իսկ մնացած 16%-ինը՝ 25 տարեկանից ցածր: Վերջին երկու խմբերի մասնակցության ցածր մակարդակը կարելի է տարբեր կերպ բացատրել. հարցաթերթիկները տարածվել են հիմնականում սոցիալական մեդիայի միջոցով, որտեղ բարձր տարիքային խմբի ներկայացուցիչներն ընդհանուր առմամբ ավելի քիչ ակտիվ են, ուստի այս տարիքային խմբից ավելի քիչ մարդիկ են կարողացել գտնել դրա վերաբերյալ տեղեկատվությունը և լրացնել հարցաշարը: Մյուս կողմից, հարցվողների ավելի երիտասարդ խմբերին կարող են հետաքրքրել փորձառական զբոսաշրջության այլ տեսակներ, որոնք տարբերվում են ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված զբոսաշրջությունից, և նրանց ցածր մասնակցության պատճառը կարող է բացատրվել դրանով (Գծապատկեր 2):

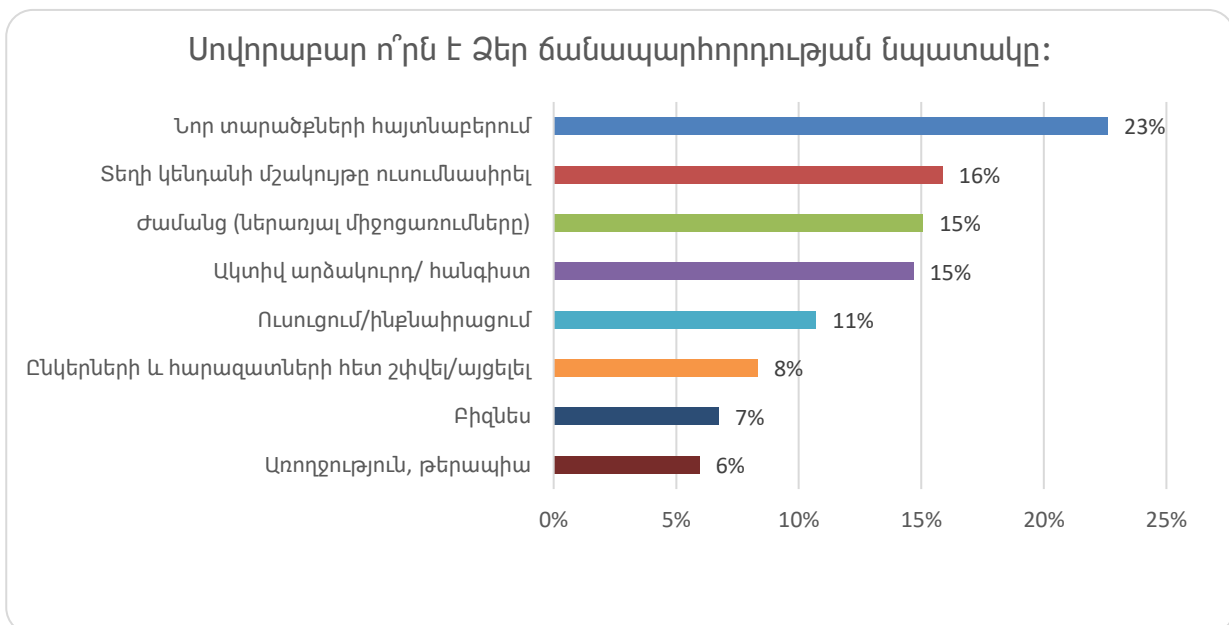
Երկու սեռերը (արական և իգական) գրեթե հավասարապես են ներկայացված, ինչը ցույց է տալիս, որ փորձառական զբոսաշրջությունը չեզոք ընկալում ունի (Գծապատկեր 3):

Ճանապարհորդական սովորությունները և նախասիրությունները

Հետազոտության հիմնական նպատակն էր ավելի լավ հասկանալ և գնահատել ճանապարհորդների վերաբերմունքը, ընկալումները, վարքագիծը և որոշումներ կայացնելու գործոնները՝ կապված փորձառական զբոսաշրջության գործողություններին մասնակցելու հետ: Հարցաշարի հիմնական մասը ներառել է չորս հարց, որոնք տեղեկություն են հավաքագրել այս ասպեկտների վերաբերյալ:

Առաջինը հարցը վերաբերում էի **ճանապարհորդության նպատակին**, և հարցվողները կարող էին նշել մի քանի տարբերակ, որոնք առավելագույնս համապատասխանում էին նրանց ճանապարհորդական նպատակներին: Արդյունքները ցույց են տալիս բավականին բազմազան նախապատվություններ, սակայն կարելի է տարբերակել, որ բոլոր չորս տարբերակները, որոնք հավաքել են ձայների ավելի քան 10%-ը, կապված են **փորձառությունների հարստացման** հետ՝ նոր տարածքներ հայտնաբերել (23%), ուսումնասիրել տեղի կենդանի մշակույթը (16%), ժամանցային և ակտիվ արձակուրդները (յուրաքանչյուրը 15%) և ուսուցում/ինքնաիրացումը (11%): Նույնիսկ ընկերների և հարազատների հետ շփվելու/այցելելու տարբերակն ավելի քիչ ձայներ է հավաքել վերը նշվածներից, այնպես որ ճանապարհորդների համար նոր բան հայտնաբերելու /փորձելու/սովորելու հնարավորությունն ավելի կարևոր է, քան ճանապարհորդության սոցիալական ասպեկտները (Գծապատկեր 4):

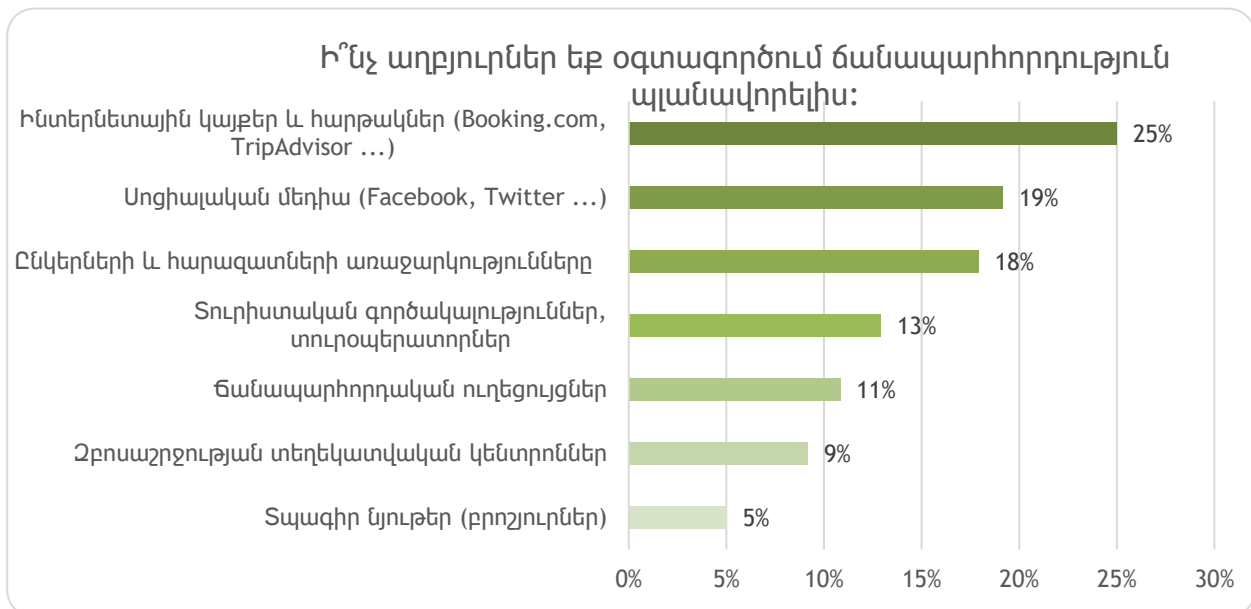
Գծապատկեր 4. Պատասխանների բաշխումն ըստ ճանապարհորդության նպատակի



Երկրորդ հարցը վերաբերում էր **տեղեկատվության աղբյուրներին**, որոնք հարցվողները սովորաբար օգտագործում են իրենց ուղևորությունները պլանավորելիս (Գծապատկեր 5): Երկու ինտերնետային տարբերակներն առավելագույն ձայներ են հավաքել՝ 25%-ը տեղեկատվության համար օգտվում են մասնագիտացված կայքերից և հարթակներից, և 19%-ը՝ սոցիալական լրատվամիջոցներից: Երրորդ ամենատարածված պատասխանը վստահելի մարդկանց (ընկերների կամ հարազատների) առաջարկներն են. հարցվողների 18%-ը նշել է այս տարբերակը: Սա նշանակում է, որ զբոսաշրջության ծառայությունների

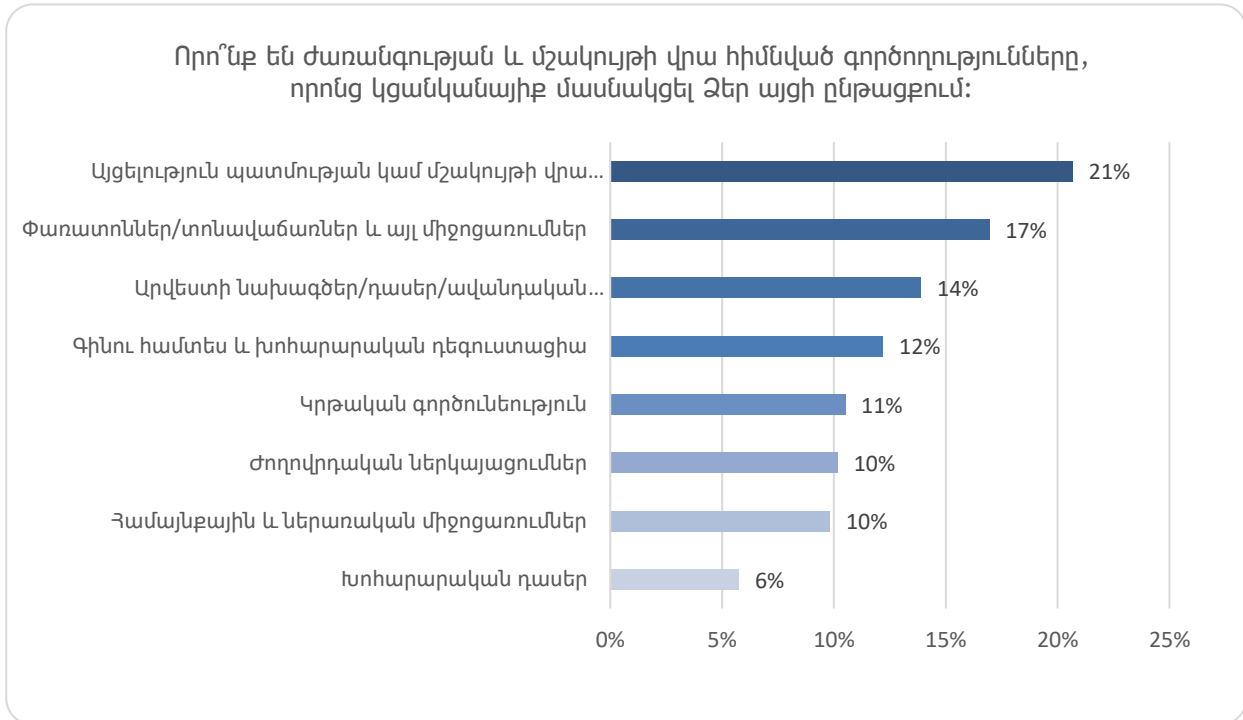
մատակարարները պետք է հատուկ ուշադրություն դարձնեն իրենց ներկայությանը ինտերնետում, ինչպես նաև «բերանացի հաղորդակցմանը», ներառյալ դրական առաջարկություններին առցանց շահագրգիռ խմբերի շրջանակներում: Հարցվողների 13%-ը օգտագործում է տուրիստական գործակալությունների և տուրօպերատորների տրամադրած տեղեկատվությունը, և միայն 9%-ն է օգտվում զբոսաշրջության տեղեկատվական կենտրոններից՝ իրենց ճանապարհորդությունը պլանավորելիս: Սա նշանակում է, որ հարցման մասնակիցների մեծամասնությունը հակված է ինքնուրույն պլանավորել իրենց ուղևորությունները, և նրանք հիմնականում առավել նախընտրում են առցանց աղբյուրները, քան իրական (ներառյալ տպագիր նյութերը և բրոշյուրները, որոնք նշել են հարցվողների միայն 5%-ը), երբ պատրաստվում են ճանապարհորդության:

Գծապատկեր 5. Պատասխանների բաշխումն՝ ըստ ուղևորություն ծրագրելիս օգտագործվող տեղեկատվության աղբյուրների



Հարցման երրորդ հարցը վերաբերում էր **մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված գործողություններին**, որոնք հարցվողներն առավել շատ են նախընտրում (Գծապատկեր 6): Առավել նախընտրելի տարբերակն է «Այցելություն պատմության կամ մշակույթի վրա հիմնված տեսարժան վայրեր (օրինակ պատկերասրահներ, պատմական զբոսայգիներ, հին հուշարձաններ և այլն)», որը նշել է հարցվողների 21%-ը: Ամենաշատ ձայներ հավաքած հաջորդ երեք տարբերակները վերաբերում են իրական գործողություններին և փորձառություններին. «Փառատոններ/տոնավաճառներ և այլ միջոցառումներ» հավաքել է պատասխանների 17%-ը, «Արվեստի նախագծեր/դասեր/ավանդական արհեստների գործողություններ» տարբերակը՝ 14% և «Գինու համոես և խոհարարական դեգուստացիա»՝ ձայների 12%:

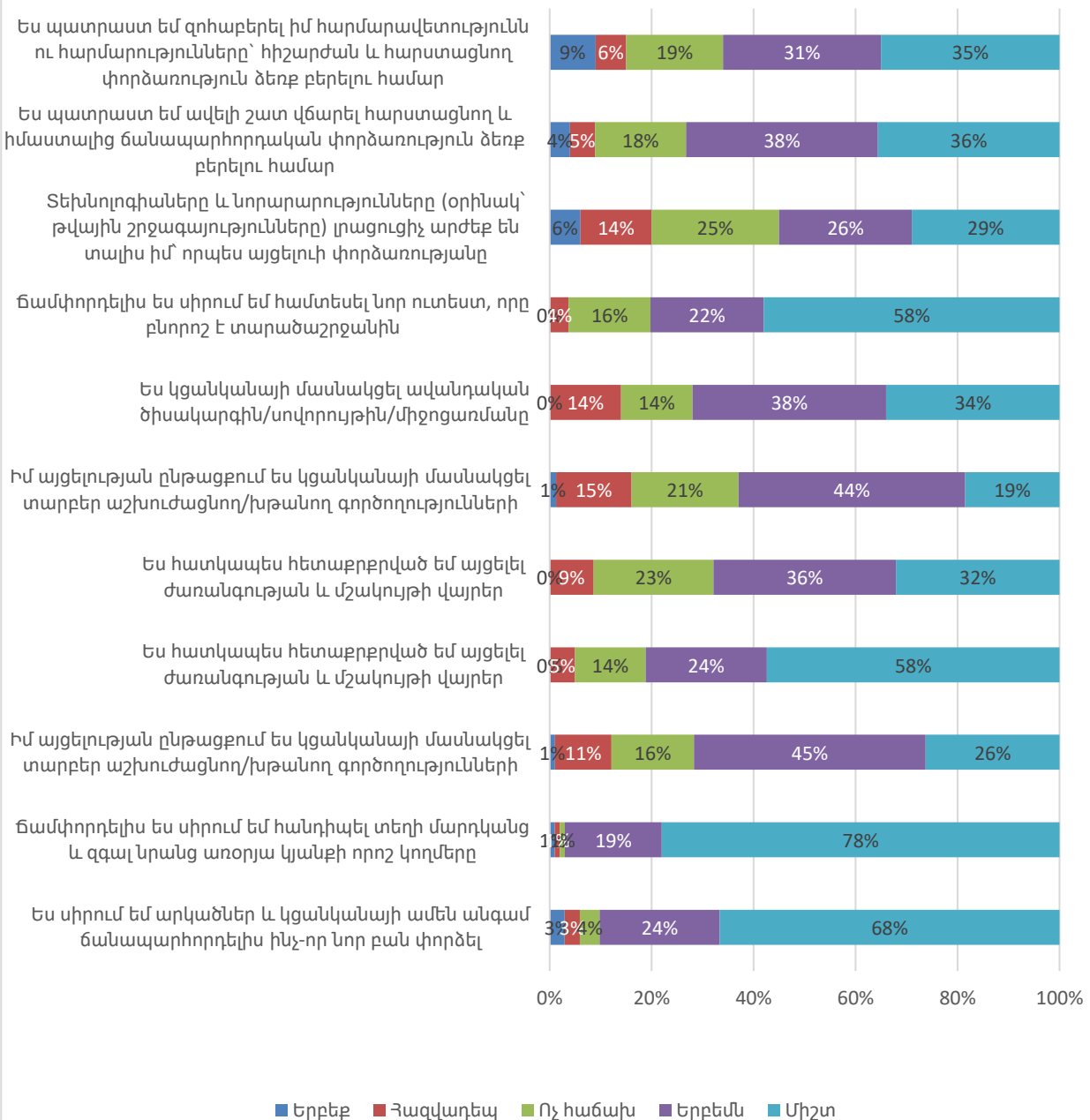
Գծապատկեր 6. Պատասխանների բաշխումն՝ ըստ առավել նախընտրելի ՄԺՖՓ2 գործողությունների



Հարցման չորրորդ հարցը նպատակ ուներ ուսումնասիրել մասնակիցների ճանապարհորդական սովորություններն ու նախասիրությունները (Գծապատկեր 7): Նշվել է վարքի և վարքագծի 11 տարբերակ, և յուրաքանչյուր հարցվողի խնդրվել է նշել, թե ինչ չափով է այդ տեսակի վարքագիծը կիրառելի իրենց համար: Վերաբերմունքի մասին խոսելիս՝ հարցվողների 63%-ը պատրաստ է (միշտ և երբեմն) ավելի բարձր գին վճարել, իսկ 62%-ը պատրաստ է (միշտ և երբեմն) զոհաբերել իրենց հարմարավետությունը՝ հարստացնող և իմաստալից ճանապարհորդական փորձառություն ձեռք բերելու համար: Հարցվողների ճնշող մեծամասնությունը նախընտրում է (միշտ և երբեմն) ամեն անգամ ճանապարհորդելիս ինչ-որ նոր բան զգալ (75%), հանդիպել տեղի մարդկանց և փորձել նրանց առօրյա կյանքի որոշ ասպեկտներ (67%) և համոտեսել նոր սնունդ, որը բնորոշ է տարածաշրջանին (80%): Կազմակերպված ճանապարհորդությունը (կապված ավելի ցածր գների հետ) նախընտրելի տարբերակ չէ, իսկ փորձառությունը մեծացնելու համար տեխնոլոգիաներին ապավինելը նախասիրության հարց է:

Գծապատկեր 7. Պատասխանների բաշխումն՝ ըստ ճանապարհորդական սովորությունների և նախասիրությունների

ճանապարհորդելու սովորություններ և
նախասիրություններ



2.3 Հարցազրույցներ շահագրգիռ կողմերի ներկայացուցիչների հետ

Առաջնային հետազոտության երկրորդ մասում ներգրավվել են տարբեր շահագրգիռ կողմերի ներկայացուցիչներ, որպեսզի գնահատվեն փորձառական զբոսաշրջության առաջարկների ստեղծման և մատակարարման գործընթացում

- ինչպես են շահագրգիռ կողմերը գնահատում մատակարարների «Ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության» հայեցակարգի ընկալումը,
- Ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության զարգացման ներուժը, հնարավորությունները և ռիսկերը,
- կառավարության աջակցության կարիքները:

Հարցազրույցի ձևաչափերը հարմարեցվել են զբոսաշրջության տարբեր տեսակի ծառայությունների մատակարարների հատուկ պրոֆիլներին: Հետազոտության արդյունքում ստեղծվել է 120 կոնտակտներից բաղկացած տվյալների բազա, որից 25-ը համաձայնել են հարցազրույցին մասնակցել, կամ հարցերին պատասխանել են էլեկտրոնային փոստով:

Հետազոտությանը մասնակցել են շահագրգիռ կողմերի հետևյալ խմբերը՝

Աղյուսակ 1՝

	Ռումինիա	Սլովակա	Ուկրաինա	Թուրքիա	Ընդհանուր
Հասարակական կազմակերպություններ	3	1	0	1	5
Գիշերակացներ	1	4	3	2	10
Չբոսավարներ	2	2	1	1	6
Տուրիստական գործակալություններ	0	0	3	1	4
Ընդհանուր	6	7	7	5	25

«Ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջություն» հայեցակարգի ընկալումը Ռումինիայի, Սլովակայի, Ուկրաինայի և Թուրքիայի շահագրգիռ կողմերի մոտ

Հետաքրքիր է նշել, որ հարցմանը մասնակցած շահագրգիռ կողմերը պատկերացում ունեին, թե ինչ է փորձառական զբոսաշրջությունը, և դա էր պատճառներից մեկը, որ նրանք համաձայնեցին հետազոտական թիմի հետ քննարկել այս հարցը: Բոլոր 25-ն էլ հասկանում էին փորձառական զբոսաշրջությունը այնպես, ինչպես դա մեկնաբանվում է գիտական գրականության մեջ, այսինքն՝ որպես այցելության վայրի մեջ ընկղմվելու միջոց, որպեսզի մշակույթը, ավանդույթները, ապրելակերպը ավելի լավ ճանաչեն, տեղական սնունդը և

խոհանոցը համատեսեն, տեղական միջոցառումներին և տոնակատարություններին մասնակցեն և այլն: Հարցվողները գրեթե հավասարապես «մշակույթ» ասելով նույնացնում են պատմական ասպեկտները (նշվում է հարցվողներից 9-ի կողմից) և ժամանակակից մշակույթը, այսինքն մարդկանց այժմյան ապրելակերպը (նշվում է հարցվողներից 7-ի կողմից): Հարցվողներից 25-ից 9-ը (կամ 36%-ը) կապում են ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջությունը որոշակի վայրի այցելության (պատմական վայր, հուշարձան կամ նույնիսկ հին գյուղ) հետ: 4 հարցվողներ այցելությունների համար իմաստավոր հիշողություններ ստեղծելու գործընթացը բնութագրում են որպես ՄԺՀՓԶ-ի մեկ այլ կարևոր կողմ:

Ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջության (ՄԺՀՓԶ) զարգացման հնարավորությունները, ռիսկերը և մարտահրավերները

Հարցվողների ճնշող մեծամասնությունը (25-ից 23-ը) համաձայն է, որ ՄԺՀՓԶ-ի զարգացման կարողությունը մեծ է, քանի որ այն կայուն բիզնեսի զարգացման համար ձևավորվող թիրախ է, որը կարող է գործել ամբողջ տարվա ընթացքում (անկախ սեզոնից և եղանակային պայմաններից): Հիմնական մարտահրավերը, կարծես, կառավարության կողմից աջակցության պակասն է, որն ունի երկու ուղղվածություն.

- Անբավարար (կամ ոչ մի) աջակցություն բիզնեսին (նշվում է հարցվողներից 6-ի կողմից),
- Աջակցության պակաս ոլորտին ընդհանուր առմամբ. զբոսաշրջության ոլորտում անհետևողական քաղաքականություն (նշվում է հարցվողներից 2-ի կողմից), երկիրը և նրա մարզերը՝ որպես դեստինացիա ավելի լավ խթանելու անհրաժեշտություն (նշվում է հարցվողներից 4-ի կողմից), վատ ենթակառուցվածքներ (նշվում է հարցվողներից 3-ի կողմից), կոռուպցիա (նշվում է 1 հարցվողի կողմից):

Բացի այդ, 3 հարցվողներ ընդգծել են կառավարությունների դերը զբոսաշրջության այս տեսակը պատշաճ կարգավորման հարցում այնպես, որ (բնական և պատմական) ռեսուրսները չշահագործվեն:

Հարցվողների մեծ մասի կողմից որպես մարտահրավեր է նշվում այս տեսակի զբոսաշրջության մարկետինգը և պատշաճ ներկայացումը: Նրանցից 4-ը մտահոգություն հայտնեցին, որ զբոսաշրջության և հյուրընկալության ոլորտում աշխատող մարդիկ բավարար պատրաստված չեն ժառանգության և մշակույթի վրա հիմնված զբոսաշրջության արտադրանքը այցելուներին պատշաճ կերպով ներկայացնելու և «վաճառելու» համար, ինչը կարող է հանգեցնել զբոսաշրջիկների կողմից հետաքրքրության պակասի (նշվել է 5 հարցվողների կողմից): 2 հարցվողներ նշել են, որ այս ոլորտի շահագրգիռ կողմերի միջև ավելի լավ համագործակցության և ՄԺՀՓԶ-ի զարգացմանը լիարժեք մոտեցում ցուցաբերելու անհրաժեշտություն կա:

COVID-19-ը և դրա ազդեցությունը ոլորտի վրա

Բոլոր 25 հարցվողները նշել են, որ համավարակն ուժեղ ազդեցություն է ունեցել իրենց աշխատանքի վրա: Չնայած 19 հարցվողներ նշել են, որ ազդեցությունը խիստ բացասական է, այնուամենայնիվ, 4-ը նշում են, որ իրենց կազմակերպությունները գտել են իրավիճակը

Common borders. Common solutions.

ավելի լավ օգտագործելու միջոց՝ իրենց կազմակերպական ռազմավարությունը վերանայելու, ներքին զբոսաշրջիկների համար նոր արտադրանք մշակելու և առկա արտադրանքները կատարելագործելու, կարճաժամկետ (օրական) փաթեթներ գործարկելու, լրացուցիչ առցանց գործողություններ ստեղծելու և համացանցում դրանց ներկայացումը բարելավելու, ինչպես նաև անվտանգության նոր և բարելավված միջոցներ ներդնելու առումով:

Կառավարության դերի ընկալումը

Բոլոր 25 հարցվողները նշել են, որ հանրային քաղաքականությունները կարևոր են ՄԺՖՉ-ի զարգացման գործում: Արդյունքների համաձայն, կառավարության կողմից աջակցության գործողությունները սահմանվել են որպես անհրաժեշտության հետևյալ ուղղություններով.

- Ժառանգության վայրերի բարելավում (նշվել է հարցվողներից 13-ի կողմից): Հարցվողներից 3-ը մատնանշել են զբոսաշրջիկների և այցելուների համար ժառանգության վայրերի հասանելիությունը և շահագործումը կարգավորող պատշաճ օրենսդրության կարևորությունը, որպեսզի և՛ ապահովվի բոլորին հավասար հասանելիություն, և՛ կանխվի արտեֆակտերին հասանելի վնասը («Մարդիկ պետք է ունենան մոտոք դեպի պատմական վայրերը, բայց կառավարությունը պետք է հոգ տանի, որ դրանք չշահագործվեն:», «Պետությունը պետք է բարելավի մեր մշակութային ժառանգության «անվտանգության և խթանման» մասին օրենսդրությունը:» և այլն):
- Աջակցություն բիզնեսներին, հատկապես COVID-19-ի համավարակի համատեքստում (նշվել է հարցվողներից 10-ի կողմից):
- Չբոսաշրջության ազգային քաղաքականության կատարելագործում. «Երկրում և առանձին մարզերում զբոսաշրջության արդյունաբերության զարգացման կայուն և գլոբալ ծրագիր», «զբոսաշրջության այս տեսակը (ՄԺՖՉ) պետք է ունենա ուժեղ գովազդային արշավ կառավարական մակարդակով» և այլն:
- Ենթակառուցվածքների (մասնավորապես ճանապարհների) բարելավում՝ գյուղական շրջանները զբոսաշրջիկների համար ավելի մատչելի ու գրավիչ դարձնելու համար (նշվել է հարցվածներից 3-ի կողմից):

ՄԺՖՉ կողմից առաջարկվող գործողությունները

Տուրօպերատորները և տուրիստական գործակալները ՄԺՖՉ-ը համարում են իրադարձությունների և առիթների վրա հիմնված փորձառություն և փորձել են առաջարկել մասնակցային գործողություններ: Նրանք ներառել են տեղական գործողություններ իրենց առաջարկած ծրագրերում՝ ձեռագործ աշխատանքների վարպետաց դասեր և արվեստի սեմինարներ (որոնք առաջարկել են բոլոր 10 գիշերակացի մատակարարները) և տարածաշրջանի ավանդական ուտեստներ և խմիչքներ համոտեսելու հնարավորություններ (բոլոր 10 գիշերակացի մատակարարներն ունեն իրենց ռեստորանները, որտեղ նրանք կարող են առաջարկել իրենց հատուկ ընտրացանկը, զբոսավարները և տուրիստական գործակալությունները իրենց կազմակերպած շրջագայությունների մեջ ներառում են այցելություն ավանդական ռեստորաններ): Նրանք նաև առաջարկում են կարճաժամկետ փաթեթներ ազգային և/կամ կրոնական տոների կապակցությամբ: Հետազոտության մեջ

ներկայացված 4 հասարակական կազմակերպությունները, ինչպես նաև 2 գիշերակացի մատակարարներ կազմակերպում են ազգային տոնակատարությունների կանոնավոր միջոցառումներ, որոնք շատ այցելուներ են գրավում և տարիների ընթացքում վերածվել են ամենամյա միջոցառումների: Այս միջոցառումներն ընդգրկված են տեղական բիզնեսների շահագրգիռ կողմերի առաջարկներում:

Մարկետինգի խողովակները

Բոլոր 25 հարցվողները նշել են, որ հավանական զբոսաշրջիկների շրջանակներում իրենց խթանելու համար օգտագործում են համացանցը, հիմնականում սոցիալական մեդիայի միջոցով: Նրանց մեծամասնությունը ունի մի քանի պրոֆիլ՝ ավելի շատ հաճախորդներ ձեռք բերելու համար: Տուրիստական գործակալությունները և գիշերակացի մատակարարներն ունեն իրենց սեփական վեբ-կայքերը, որոնք վարվում են մի քանի լեզուներով: Գիշերակացի բոլոր 10 մատակարարներն իրենց խթանում են մասնագիտացված հարթակների միջոցով (ինչպիսիք են TripAdvisor-ը, Booking-ը, LonelyPlanet-ը):

Կայունությունը և նորարարությունները

Կայունությունն ու նորարարությունները ներառված են եղել զբոսաշրջիկներին առաջարկվող բիզնես մոդելներին և ՄԺՅՓԶ գործողություններին առնչվող հարցերի մեջ: Նախապես սահմանված հարցերից բացի, կայունության և նորարարությունների խնդիրները ոչ ֆորմալ կերպով քննարկվել են հետազոտությանը մասնակցած զբոսավարների և տուրօպերատորների հետ: Նրանք կարծես թե կապում են կայունությունը հիմնականում դրա բնապահպանական ասպեկտի հետ (օրինակ՝ զբոսաշրջիկների հանգստի համար նախատեսված բնությունը պահպանելու անհրաժեշտությունը և հիմնական ծառայություններ մատուցելիս ավելի քիչ աղտոտող տեխնոլոգիաներ օգտագործելու անհրաժեշտությունը, ինչպիսիք են արևային էներգիան և հյուրանոցների ու ռեստորանների համատեղ արտադրությունը, սրբիչների վերօգտագործման պրակտիկան, զրոյական թափոններով կերակուր պատրաստելը և այլն): Սոցիալական և տնտեսական ասպեկտները ուղղակիորեն չեն նշվել, բայց հարցվողները անուղղակիորեն տեղյակ են եղել դրանցից, երբ բարձրացրել են ժառանգության վայրերի պատշաճ պահպանման հարցը և առաջարկել են, որ այցերն այնտեղ պետք է իրականացվեն ողջամիտ սահմաններում: Իրականում, հարցվողները տեղյակ էին տուրիստական արդյունաբերության զարգացման տնտեսական, սոցիալական և բնապահպանական ասպեկտների հնարավոր փոխզիջման մասին, չնայած նրանք դա չէին համարում կայունություն: Նորարարությունների իմաստը կապվել է ՏՀՏ-ների օգտագործման հետ՝ շուկայում ընկերությունների և գրավչությունների ներկայացումը բարելավելու համար: Վիրտուալ և/կամ ուռճացված իրականության կամ թվային ներկայացումների փորձերը համարվել են որպես ժամանակավոր գործողություններ, ինչը ցույց է տալիս, որ այստեղ դեռ զարգանալու տեղ կա: Նոր բիզնես մոդելները համարվել են նորարարություններ, այնուամենայնիվ, հարցվողները պատասխանել են, որ զբոսաշրջությունն ու հյուրընկալությունը իրենց երկրներում դիտվում են որպես «ավանդական», ոչ թե նորարարական ոլորտներ:

3. Եզրակացություններ և գործողությունների հետ կապված հետևություններ

Կարիքների գնահատումը հաստատում է, որ մշակույթի և ժառանգության վրա հիմնված փորձառական զբոսաշրջությունը (ՄԺՅՓՉ) մեծ, բայց չօգտագործված ներուժ ունի Ռումինիայի, Մոլդովայի, Ուկրաինայի և Թուրքիայի Սևծովյան տարածաշրջաններում:

Այս գլխում ներկայացված վերլուծության հիմնական մարտահրավերը չորս երկրների բազմազան պրոֆիլներն են՝ զբոսաշրջության և հյուրընկալության ոլորտների տեսանկյունից: Դժվար է համեմատություններ անցկացնել միջազգային զբոսաշրջության հաստատված դեստինացիա հանդիսացող Թուրքիայի, չնայած նրա Սևծովյան դեստինացիաներն այնքան զարգացած չեն, որքան Միջերկրածովյանները, Ռումինիայի՝ իր նորաստեղծ դեստինացիաներով, Մոլդովայի, որտեղ զբոսաշրջության ոլորտը ամենաքիչն է զարգացած Եվրոպայում և Ուկրաինայի միջև, որը շարունակվող ռազմական հակամարտության ֆոնին պայթարում է իր ներուժն օգտագործելու համար:

Ռումինիայի, Ուկրաինայի և Թուրքիայի Սևծովյան տարածաշրջանների հիմնական ընդհանուր առանձնահատկությունը ներքին զբոսաշրջության համեմատաբար բարձր արժեքն է, իսկ Մոլդովայի, Ուկրաինայի և Թուրքիայի ընդհանուր առանձնահատկությունը մինչև համավարակի միջսահմանային զբոսաշրջությունն է, ինչը ժառանգության վրա հիմնված ընդհանուր առաջարկների գերազանց հնարավորություններ է ընձեռում: 2020 թվականի ամառային սեզոնի ընթացքում Սևծովյան զբոսաշրջությունն իրականացրել է ներքին և միջսահմանային ճանապարհորդություններ, և սպասվում է, որ իրավիճակը կմնա նույնը 2021 թվականին:

Երկրորդային հետազոտության արդյունքում պարզվել է, որ փորձառական կամ փորձառության վրա հիմնված զբոսաշրջությունը անուղղակիորեն դիտարկվում է հետազոտվող երկրների կառավարությունների քաղաքականության մեջ: Միայն Ռումինիայում է, որ զբոսաշրջության ազգային ռազմավարությունը մշակույթը և ժառանգությունը կապում է փորձառության և նորարարությունների հետ: Մյուս երեք երկրներում ուշադրությունը կենտրոնանում է ավելի շատ մշակույթի և ժառանգության հատուկ հետաքրքրությունների վրա հիմնված զբոսաշրջության վրա: Այս առումով քաղաքականության փաստաթղթերում պետք է լինի ավելի ինտեգրված մոտեցում, իսկ մարզերի և համայնքների զարգացման ռազմավարություններում, որտեղ ստեղծվում և պահպանվում է մշակույթը, ռազմավարական նպատակների և գերակայությունների պատշաճ տեղայնացման ուղիներ են անհրաժեշտ: Բացի այդ, զբոսաշրջության և մշակույթի քաղաքականությունները պետք է համահունչ լինեն, որպեսզի պահպանենք Սևծովյան տարածաշրջանի եզակի ռեսուրսները և խուսափենք դրանց գերշահագործումից: Ավելի շատ պետք է օգտվել ազգային և միջազգային դրոշակակիր նախաձեռնություններից, ինչպիսիք են՝ «ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի ժառանգությունների ցանկը», «Եվրոպայի մշակութային մայրաքաղաքը», «Եվրոպայի երիտասարդության մայրաքաղաքը», «Եվրոպայի խորհրդի տարիները» և այլն, որոնք նպաստում են Եվրոպայի քաղաքների և մարզերի զարգացմանը:

Առաջնային ուսումնասիրությունը հաստատել է, որ ինչպես զբոսաշրջիկները/այցելուները, այնպես էլ ծառայությունների մատակարարները համամիտ են և աջակցում են ՄԺՅՓՉ-ի զարգացմանը: Երկու խմբերն էլ որպես ճանապարհորդության փորձառության երկու հիմնական տարր մատնանշում են որոշակի վայր այցելելը և դրա հետ կապված

փորձառությունը: Սակայն, եթե ճանապարհորդների համար առաջնային գործողությունը դեստինացիա այցելելն է, ապա ծառայությունների մատակարարներն ավելի կարևոր են համարում փորձառությունը (և դրա հետ կապված հիշողությունները): Ըստ այդմ, ծառայությունների մատակարարների հիմնական խնդիրն է այցելուների մոտ գրավչություն առաջացնել որոշակի վայրի/ դեստինացիայի հանդեպ: Այս առումով, ինչպես հարցման մասնակիցները, այնպես էլ հետազոտողները կոչ են անում բարելավել իրենց երկրների ազգային բրենդավորումը, ապահովել դեստինացիայի մատչելիությունը՝ բարելավելով ենթակառուցվածքները, և սահմանել անվտանգության ավելի բարձր ստանդարտներ:

Տեղեկատվության հավաքագրման առումով զբոսաշրջիկները/այցելուները հիմնականում օգտվում են համացանցից և սոցիալական լրատվամիջոցներից: Սա ընդունում են այն ծառայությունների մատակարարները, ովքեր շատ ավելի շատ ժամանակ և ռեսուրսներ են ներդնում համացանցում իրենց ներկայության համար: Այնուամենայնիվ, ՄԺՖՓԶ-ի մասով ակնկալվում է, որ առցանց լրատվամիջոցները կօգտագործվեն ոչ միայն խթանման, այլ նաև մշակութային և պատմական ժառանգության ներկայացումը և փորձառությունը մեծացնելու համար: ՍԱԵ-ի ավելի արդյունավետ փոխկապակցվածությունը կնպաստի դրան: Տեխնոլոգիական առաջընթացից հետո մնալը խնդրահարույց կլինի, եթե հաշվի առնենք, որ զբոսաշրջության ծառայությունները կապված են զարգացող տեխնոլոգիաների և տնտեսության թվայնացման հետ: Անհրաժեշտ է առաջարկել թիրախավորված ուսուցում, որպեսզի զբոսաշրջության առաջարկները և մասնակցային գործողություններն օգտագործեն ՏՀՏ և առցանց տեխնոլոգիաներ՝ ինչպես փորձառություն ստեղծելու, այնպես էլ դեստինացիաները և ռեսուրսները պահպանելու համար:

Փորձառությունները դառնում են կարևոր, երբ այցելուները տեղ են հասնում: Կայունությունն ու նորարարությունը հստակ չեն նշվել որպես այս գործընթացի բաղկացուցիչ մասեր, չնայած որ հարցման մասնակիցները կռահում էին դրանց կարևորությունը: Այցելուները հակված են օգտագործել տեխնոլոգիաները՝ իրենց փորձառությունն ուժեղացնելու համար, և այդ պատճառով ծառայություն մատուցողները պետք է դրանք խելամտորեն օգտագործեն: Խնդիրն անհրաժեշտ է ցուցաբերել ամբողջական մոտեցում՝ ներառելով տեղական համայնքին, տեղական և մարզային իշխանություններին և ծառայությունների մատակարար ընկերություններին: Անձնական ներգրավվածությունը զբոսաշրջիկների մոտ ձևավորում է հոգատարության և պատասխանատվության զգացում և առաջացնում երկարատև, հիշարժան ասոցիացիաներ այցելվող դեստինացիաների հետ:

ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԱՐԲՅՈՒՐՆԵՐ

ՏԿԳՅ՝ Հայաստան

1. Կատվայան Մ.Ա., Հովհաննիսյան Պ.Յ., Մինասյան Պ.Յ., Է.Գ. Հայոց պատմություն: Հնագույն ժամանակներից մինչև մեր օրերը, Բուհական դասագիրք, խմբ.՝ արոֆ. Հր. Ռ. Սիմոնյան, ԵՊՀ հրատ., 2012 թ. 874 էջ
2. Հայաստանի ազգային ատլաս, Հատոր Ա: Խմբագրական խորհուրդ. - Եր., 2007
3. ՀՀ Կարմիր գիրք, Եր., 2013
4. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, Travel and Tourism at a Tipping Point
5. WTTC. Armenia 2020 annual research: key highlights
6. <http://hdr.undp.org/en/content/latest-human-development-index-ranking>(վերջին ստուգում՝ 04/02 2021, 15:15), ՄԱԿ-ի Չարգացման ծրագրեր, Մարկային զարգացման հաշվետվություններ
7. <http://www.parliament.am/> (վերջին ստուգում՝ 04/02 2021, 15:15), ՀՀ Ազգային ժողովի
8. <http://www.rtd.am/en/>(վերջին ստուգում՝ 04/02 2021, 15:15), Ինտեգրված գյուղական զբոսաշրջության զարգացման ծրագրերի
9. <https://escs.am/en/>(վերջին ստուգում՝ 04/02 2021, 15:15), ՀՀ կրթության, գիտության, մշակութային և սպորտի նախարարության
10. <https://hushardzan.am/>(վերջին ստուգում՝ 04/02 2021, 15:15), «Պատմամշակութային արգելոց-թանգարանների և պատմական միջավայրի պահպանության ծառայություն» ՊՈԱԿ
11. <https://ich.unesco.org/en/state/armenia-AM?info=elements-on-the-lists>(վերջին ստուգում՝ 04/02 2021, 15:15), ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի ոչ նյութական մշակութային ժառանգության
12. <https://myarmenia.si.edu/en/>(վերջին ստուգում՝ 04/02 2021, 15:15), Իմ Հայաստան ծրագրի
13. <https://whc.unesco.org/en/statesparties/am>(վերջին ստուգում՝ 04/02 2021, 15:15), ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի նյութական մշակութային ժառանգության
14. <https://www.arlis.am/>(վերջին ստուգում՝ 04/02 2021, 15:15), Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգի
15. <https://www.armstat.am/>(վերջին ստուգում՝ 04/02 2021, 15:15), ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի
16. <https://www.petekamutner.am/DefaultCs.aspx?sid=cs>(վերջին ստուգում՝ 04/02 2021, 15:15), ՀՀ մաքսային ծառայության
17. <https://www.spyur.am/>(վերջին ստուգում՝ 04/02 2021, 15:15), Սփյուռն տեղեկատվական համակարգի

ՏԿԳՅ՝ Բուլղարիա

- Godovykh M., Tasci, A.D. (2020), Customer experience in tourism: a review of definitions, components and measurements, Tourism Management Perspectives
- Pine J.B. and Gilmore J.H. (1999), The experience economy, Harvard Business Review
- S. Chang, 2018, Experience economy in hospitality and tourism: Gain and loss values for service and experience, Tourism Management, 64 (2018), էջ 55-63

Csikszentmihalyi, 1990, *Flow: The psychology of optimal experience*, Harper & Row, New York, NY (1990)

Pine and Gilmore, 1998, *Welcome to the experience economy*, Harvard Business Review, 78 (1) (1998), 97-105

Berry and Carbone, 2007, *Build loyalty through experience management*, Quality Progress, 40 (9) (2007), 26

Meyer and Schwager, 2007, *Customer experience*, Harvard Business Review, 85 (2) (2007), 116-126

Gentile et al., 2007, How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer, European Management Journal, 25 (5) (2007), 395-410

Larsen, 2007, Aspects of a psychology of the tourist experience, Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 7 (1) (2007), 7-18

Palmer, 2010, Customer experience management: A critical review of an emerging idea, Journal of Services Marketing, 24 (3) (2010), 196-208

<https://skift.com/2018/11/06/five-trends-that-will-shape-experiential-travel-in-2019/>

<https://medium.com/vadoapp/the-rise-of-experiential-travel-how-is-the-industry-adapting-6c625519fb07>

http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_nin2&lang=en

<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2019/bulgaria2019.pdf>

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>

<https://www.nsi.bg/en/content/7090/tourism-satellite-accounts>

<https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni/statisticheski-danni-za-mezhdunaroden-turizum-v-bulgariya-za-2020-g>

<https://www.tourism.government.bg/bg/tourist-destinations/2308>

საერთაშორისო ტურისტული

European Travel Commission, 2020. *EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS, Quarterly report (Q3/2020)*

GACC, 2012. *The Heritage crafts in Georgia, Comprehensive Research and Development Strategy of the Sector*

GEA and DEPA Consulting, 2019. *GRETA Project: Baseline and Market Feasibility Study for Sustainable Mountain Tourism*

GNTA, 2019. *Georgian Tourism in Figures 2018*

Khartishvili, L., 2020. *The concept of Experiential Tourism in Georgia*, GACC

Municipal Development Fund of Georgia & GNTA, 2018. *Marketing, Branding and Promotional Strategy for Georgia. Part II-Strategy*

- National Statistics Office of Georgia, 2021. *Geostat Official Website*. [անցանց]
հասանելի է՝ <https://www.geostat.ge/en/modules/categories/23/gross-domestic-product-gdp>
- Parliament of the Republic of Georgia, 2014. [անցանց]
հասանելի է՝ <http://www.parliament.ge/en/gavigot-meti-evrokavshirtan-asocirebis-shetanxmebis-shesaxeb/associationagreement1>
- Republic of Georgia, *Marketing, Branding and Promotional Strategy*.

ՏԿԳՅ՝ Հոլմաստան

- Buhalis D. 2001. 'Tourism in Greece: strategic analysis and challenges'. *Current Issues in Tourism*. 4(5). 440-480.
- Buhalis D. & Deimezi O. 2004. 'E-tourism developments in Greece: Information communication technologies adoption for the strategic management of the Greek tourism industry'. *Tourism and hospitality research*. 5(2). 103-130.
- Coccosis H. & Constantoglou M. 2005. 'The Need Of Spatial Typologies In Tourism Planning And Policy Making-The Greek Case'. In: *45th Congress of the European Regional Science Association "Land Use and Water Management in a Sustainable Network Society"*. Vrije Universiteit Amsterdam. 23-27 August 2005.
- INSETE (2020a) Region of Eastern Macedonia and Thrace, Annual Report of Competitiveness and Structural Adaptation in the section of Tourism for the year 2019. https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/21-01_Eastern_Macedonia_Thrace.pdf
- INSETE (2020b) Region of Central Macedonia, Annual Report of Competitiveness and Structural Adaptation in the section of Tourism for the year 2019. https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/21-01_Central_Macedonia-1.pdf
- INSETE (2020b)
- Kouri M. 2012. 'Merging Culture and Tourism in Greece: An Unholy Alliance or an Opportunity to Update the Country's Cultural Policy?'. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*. 42(2). 63-78.
- Mylonas P., Voumvaki F., Savva M. & Koutouzou A. 2014. *Land: An asset with great potential for Greece, but with significant development challenges*. National Bank of Greece: Athens, Greece.
- Polyzos S. & Minetos D. 2011. 'An ordinal regression analysis of tourism enterprises' location decisions in Greece'. *Anatolia-An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. 22(1). 102-119.
- Smith A. 2011. 'Obstacles to the growth of alternative tourism in Greece'. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 1(3). 1-8.

ՏԿԳՅ՝ ՍՍԵ Տարածաշրջան

- BSC. (2019). Retrieved January 15, 2021 from The Commission on the Protection of the Black Sea Against Pollution, Permanent Secretariat: http://www.blacksea-commission.org/_socio-economy.asp, վերջին ստուգում՝ 15.01.2021

- Dickinson, P. (2020). վերջին ստուգում՝ 15 հունվարի, 2021 Atlantis Council-ի <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/ukrainian-resorts-see-30-growth-as-coronavirus-crisis-boosts-domestic-tourism/>
- Dulgher, M. (2019). *Inbound tourism in the Republic of Moldova, facts and figures*. The Moldova Foundation. The Moldova Foundation. վերջին ստուգում՝ 12 հունվարի, 2021 <https://www.moldova.org/en/inbound-tourism-in-the-republic-of-moldova-facts-and-figures>
- ENI CBC Black Sea Basin Programme 2014-2020. (2020). Territorial Analysis Interreg NEXT Black Sea Basin Programme. <https://blacksea-cbc.net/wp-content/uploads/2021/01/Territorial-analysis-Interreg-NEXT-Black-Sea-Basin-Programme.pdf>
- European Neighbourhood Instrument Cross-Border Cooperation. (2015). Joint Operational Programme Black Sea Basin 2014-2020. <https://blacksea-cbc.net/black-sea-basin-2014-2020/reference-documents>
- France 24. (2020, December 6). վերջին ստուգում՝ 12 հունվարի, 2021 France 24-ի <https://www.france24.com/en/live-news/20201206-pandemic-hits-tiny-moldova-s-hopes-for-wine-tourism-boom>
- Government of the Republic of Moldova. (n.d.). վերջին ստուգում՝ 12 հունվարի, 2021 Մոլդովայի Հանրապետության պաշտոնական կայքի <https://moldova.md/en/content/culture>
- Karabaza, I., Kozhukhova, T., & Ivanova, N. (2020). Development of Tourism in Ukraine: Trends and Factors that Create the Negative Image. *Scientific Conference on Economics and Entrepreneurship Proceedings*, 38-43.
- Knoema. (2020). <https://knoema.com>. վերջին ստուգում՝ 12 հունվարի, 2021 <https://knoema.com/atlas/Ukraine/topics/Tourism>
- Korsun, P. (2017). *Special Ukraine Tours*. վերջին ստուգում՝ 15 հունվարի, 2021 <https://ukraine-kiev-tour.com/2017/strategy-tourism-resorts-2017-2026.html>
- Ministry of Tourism and Culture, Republic of Turkey. (2020). վերջին ստուգում՝ 16 հունվարի, 2021 <https://www.ktb.gov.tr>.
- OECD. (2020). *OECD Tourism Trends and Policies 2020, Turkey*. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/f3b16239-en/index.html?itemId=/content/component/f3b16239-en#:~:text=Tourism%20is%20one%20of%20Turkey's,income%20represented%203.8%25%20of%20GDP.&text=Domestic%20tourism%20is%20growing%20in,million%20trips%20recorded%20>
- Okumus, F., Avci, U., Kılınc, I., & Walls, A. (2012). Cultural Tourism in Turkey: A Missed Opportunity. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(6), 638-658.
- Postelnicu, C., & Dabija, D.-C. (2016). Challenges and Development Prospects for Tourism in Romania. *EcoForum*, 5(1), 1-10. "Stefan cel Mare" University of Suceava, Romania, Faculty of Economics and Public Administration - Economy, Business Administration and Tourism Department.
- Simon, T., Marzilu, M., Andrei, M.-T., Marinescu, R., & Dimitrascu, C. (2011). Aspects of the tourist development on the Romanian black sea coastline. *Proceedings of the 4th WSEAS international conference on Energy and development - environment - biomedicine*, 65-70.



- Statista. (2021). Romania. վերջին ստուգում՝ 12 հունվարի, 2021 <https://www.statista.com/forecasts/1153403/tourism-sector-gdp-share-forecast-in-romania>
- USAID. (2018). <https://www.usaid.gov>. վերջին ստուգում՝ 12 հունվարի, 2021 <https://www.usaid.gov/moldova/fact-sheets/fact-sheet-moldova-competitiveness-project-tourism-industry-0>
- WorldData.info. (2019). վերջին ստուգում՝ 12 հունվարի, 2021 <https://www.worlddata.info>: <https://www.worlddata.info/europe/moldova/tourism.php>, վերջին ստուգում՝



The editor of the material: Yerevan State University

Address: Armenia, 0025 Yerevan, 1 Alex Manoogian str.

Phone: +374 460 710000

E-mail: info@ysu.am

Website: www.ysu.am

Joint Operational Programme Black Sea Basin 2014-2020

Yerevan State University

January 2021

Joint Operational Programme Black Sea Basin 2014-2020 is co-financed by the European Union through the European Neighbourhood Instrument and by the participating countries: Armenia, Bulgaria, Georgia, Greece, Republic of Moldova, Romania, Turkey and Ukraine. This publication was produced with the financial support of the European Union. Its contents are the sole responsibility of Yerevan State University and do not necessarily reflect the views of the European Union.