



*Հերագորական խմբի ղեկավար՝
ՍԱՄՎԵԼ ԱՎԵՏԻՍՅԱՆ
յնպրեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր,
ՀՊՏՀ «Ամբերդ» հերագորական կենտրոնի
ավագ փորձագետ*

*Հերագորական խմբի անդամներ՝
ԳԱՅԱՆԵ ԹՈՎՄԱՍՅԱՆ
յնպրեսագիտության թեկնածու,
ՀՊՏՀ «Ամբերդ» հերագորական
կենտրոնի ավագ հերագորող
ԼՈՒՍՅԱ ՄԻՐԻՋԱՆՅԱՆ
ՀՊՏՀ «Նախագծերի կառավարում»
մասնագիտության մագիստրանտ
ՔՐԻՍՏԻՆԵ ԹԱԹՈՍՅԱՆ
ՀՊՏՀ «Գործարար վարչարարություն»
մասնագիտության մագիստրանտ
ԻՆԳԱ ԳԱԼՈՒՍՏՅԱՆ
ՀՊՏՀ «Հանրային կառավարում»
մասնագիտության մագիստրանտ
ԱՐԳԻՆԵ ՌՈՒՇԱՆՅԱՆ
ՀՊՏՀ «Նախագծերի կառավարում»
մասնագիտության մագիստրանտ*

**ԱԳՐՈՋԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ
ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ
ԳՆԱՀԱՏՈՒՄԸ ՀՀ ՄԱՐԶԵՐՈՒՄ
(ՀՀ ԼՈՒՌԻ ԵՎ ՏԱՎՈՒՇԻ ՄԱՐԶԵՐԻ ՕՐԻՆԱԿՈՎ)**

DOI: 10.52174/978-9939-61-219-5

Ե Ր Ե Վ Ա Ն
«ՏՆՏԵՍԱԳԵՏ» ՀՐԱՏԱՐԱԿՉՈՒԹՅՈՒՆ
2021

Մասնագիտական խմբագիր՝

Դ. Հախվերդյան
տ.գ.դ., պրոֆեսոր

Գրախոսներ՝

Ա. Ոսկանյան
տ.գ.թ., դոցենտ

Ս. Աղաջանյան
տ.գ.թ.

Խմբագրական խորհուրդ՝

Դ. Գալոյան
տ.գ.դ., պրոֆեսոր

Թ. Մկրտչյան
տ.գ.դ., դոցենտ

Դ. Հախվերդյան
տ.գ.դ., պրոֆեսոր

Գ. Նազարյան
տ.գ.թ., դոցենտ

Ա 183

ԱԳՐՈՋԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ
ԳՆԱՀԱՏՈՒՄԸ ՀՀ ՄԱՐԶԵՐՈՒՄ (ՀՀ ԼՈՌԻ ԵՎ ՏԱՎՈՒՇԻ ՄԱՐԶԵՐԻ
ՕՐԻՆԱԿՈՎ) / Ս. Ավետիսյան և ուրիշներ.- Եր.: Տստեսագետ, 2021.- 142 էջ .-
(«Ամբերդ» մատենաշար):

Սույն հետազոտությունը նվիրված է ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերում ագրո-
գրոսաշրջության զարգացման ներուժի բացահայտմանը: Հեղինակները վեր-
լուծել են մարզերի գրոսաշրջային ռեսուրսները, ասկա ենթակառուցվածքնե-
րը, հարցումներ են իրականացրել շահառուների շրջանում (ներքին և ներգնա
գրոսաշրջիկներ, համայնքապետեր, հյուրընկալողներ), բացահայտել են ագ-
րոգրոսաշրջության զարգացման խոչընդոտները և մշակել դրանց հաղթա-
հարմանն ուղղված առաջարկությունների փաթեթ:

Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի «Ամբերդ» հե-
տազոտական կենտրոնը հետազոտությունն իրականացրել է ներքին շահա-
ռուների հետ խորհրդակցությունների արդյունքներով ուսանողների, մագիս-
տրանտների և ասպիրանտների ներգրավմամբ գիտական հետազոտության
մրցույթում շահած «Ագրոգրոսաշրջության զարգացման հնարավորություն-
ների գնահատումը ՀՀ մարզերում (ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերի օրինա-
կով)» հետազոտական ծրագրի շրջանակում:

ՀՏԴ 338.43:63
ԳՄԴ 65.433+4

ISBN 978-9939-61-219-5

© «Ամբերդ» հետազոտական կենտրոն, 2021 թ.
© «Տստեսագետ» հրատարակչություն, 2021 թ.

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

Ներածություն.....	5
Գլուխ 1. ԱԳՐՈՋԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԷՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՓՈՐՁԸ.....	7
1.1. Ագրոգրոսաշրջության էությունը և նշանակությունը.....	7
1.2. Ագրոգրոսաշրջության զարգացման միջազգային փորձը.....	10
Գլուխ 2. ՀՀ ԼՈՌՈՒ ԵՎ ՏԱՎՈՒՇԻ ՄԱՐԶԵՐՈՒՄ ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԱՌԿԱ ԻՐԱՎԻՃԱԿԻ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ	22
2.1. ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերի սոցիալ-տնտեսական զարգացման ընդհանուր բնութագիրը	22
2.2. ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերի գրոսաշրջային ռեսուրսները.....	27
2.3. ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերում գրոսաշրջության ենթակառուցվածքները	39
Գլուխ 3. ԱԳՐՈՋԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ՈՒ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՀԵՌԱՆԿԱՐՆԵՐԸ ՀՀ ԼՈՌՈՒ ԵՎ ՏԱՎՈՒՇԻ ՄԱՐԶԵՐՈՒՄ.....	43
3.1. ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերում ագրոգրոսաշրջության հնարավորությունների գնահատումը սոցիոլոգիական հարցումների միջոցով.....	43
3.2. Ագրոգրոսաշրջության զարգացման հիմնադրույթները.....	66
3.3. ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերում ագրոգրոսաշրջության զարգացման մարքեթինգի ռազմավարությունը	74
3.4. Ագրոգրոսաշրջության կլաստերների ձևավորման կառուցակարգերը	92
Եզրակացություն.....	103
Օգտագործված գրականություն	106
Հավելվածներ.....	112
Համառոտագրեր.....	129

Ներկայիս քաղաքային բնակչության մեծամասնության արմատները գյուղում են, ուստի բնական ցանկություն է առաջանում երբեմն կտրվելու քաղաքի լարված ու աղտոտված մթնոլորտից, աղմուկից ու բարձրահարկերի ճնշող տեսադաշտից, այցելելու գեղատեսիլ բնության մեջ առանձնահատուկ կյանքով ապրող գյուղերը, վայելելու գյուղական անդորրն ու բնական սնունդը: Այս մղումով է սկզբնավորվել գյուղական կամ ագրոգրոսաշրջության զարգացման գործընթացը, որն ունի կարևոր գեղագիտական, ճանաչողական, սոցիալական ու տնտեսական նշանակություն:

Գյուղական զբոսաշրջության ընդհանրական բնորոշում դեռևս չկա, սակայն մասնագիտական գրականության մեջ ընդունելի է, որ **գյուղական զբոսաշրջությունը (ագրոգրոսաշրջությունը) մշտական բնակության վայրից քաղաքացիների ճանապարհորդությունն է դեպի գյուղական բնակավայրեր, որտեղ զբոսաշրջության նպատակով ժամանակավոր բնակություն են հաստատում հյուրանոցներում, հյուրատներում և գյուղաբնակների կացարաններում¹:**

Հայաստանն ունի զբոսաշրջության զարգացման բարենպաստ պայմաններ՝ լեռնային ռելիեֆ, գեղատեսիլ բնություն, մաքուր օդ, պատմամշակութային հուշարձաններ, ազգային խոհանոց, հյուրընկալության ավանդույթներ, առողջարանային ռեսուրսներ և այլն: Այդուհանդերձ, դեռևս անբավարար է օգտագործվում ագրոգրոսաշրջության զարգացման ներուժը, մինչդեռ այն էական նշանակություն ունի գյուղական տարածքների կայուն զարգացման, գյուղական բնակչության այլընտրանքային զբաղվածության և եկամուտների ավելացման համար: Ագրոգրոսաշրջության զարգացումը կարևոր խթան է նաև գյուղի սոցիալական զարգացման, գյուղական բնակչության արտահոսքի կանխարգելման, կրթական ու մշակութային մակարդակի բարձրացման համար:

Հետազոտության նպատակն է ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերում ագրոգրոսաշրջության արդի վիճակի ու զարգացման ներուժի վերլուծության և առկա հիմնախնդիրների բացահայտման հիման վրա մշակել ագրոգրոսաշրջության կայուն զարգացմանն ուղղված ռազմավարական քայլեր:

Առաջադրված նպատակին հասնելու համար ձևակերպվել են հետևյալ խնդիրները՝

1. ուսումնասիրել ագրոգրոսաշրջության էությունը, զարգացման միջազգային փորձը և բացահայտել վերջինիս ներդրման հնարավորությունները ՀՀ մարզերում,

¹ Տե՛ս **Уланов Д. А.**, Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы, Молодой ученый, 2013, №6(53), էջ 455-459:

2. ուսումնասիրել ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերում սոցիալ-տնտեսական ընդհանուր վիճակը, գնահատել ագրոգրոսաշրջության զարգացման հնարավորությունները և հիմնախնդիրները,
3. սահմանել ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերում հիմնական զբոսաշրջային կլաստերները, մշակել մարքեթինգային արդյունավետ գործիքակազմ,
4. բացահայտել ագրոգրոսաշրջության զարգացման հնարավոր ազդեցությունը ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերի տնտեսական ակտիվության ու բնակչության կյանքի որակի բարձրացման վրա,
5. ագրոգրոսաշրջության և զբոսաշրջության այլ տեսակների (էկո, պատմամշակութային, արկածային, գաստրոնոմիական, փառատունային և այլն) համադրմամբ մշակել առավել գրավիչ զբոսաշրջային ծրագրեր,
6. մշակել ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերում ագրոգրոսաշրջության կայուն զարգացման գործնական առաջարկություններ:

Նշված խնդիրներն ամփոփ ձևով ներկայացնում են գյուղական զբոսաշրջության տնտեսական, բնապահպանական, մշակութային և կենցաղային դերակատարությունը և կարևոր նշանակություն ունեն գյուղական համայնքների զարգացման, զբաղվածության ապահովման, արտագաղթի նվազման, ենթակառուցվածքների զարգացման, շրջակա միջավայրի և պատմամշակութային արժեքների պահպանման համար:

ԱԳՐՈՋԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԷՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ՓՈՐՁԸ

1.1 Ագրոգրոսաշրջության էությունը և նշանակությունը

Ջրոսաշրջությունն ունի զարգացման հին և հարուստ պատմություն: Այն կապված է մարդկանց՝ տարբեր նպատակներով մի վայրից դեպի մյուսը ճանապարհորդելու հետ:

Ըստ «Ջրոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» ՀՀ օրենքի՝ «Ջրոսաշրջությունը ճանաչողական, հանգստի, առողջարարական, մարզական, կրոնական, ազգականներին այցելության, մասնագիտական, գործնական և այլ նպատակներով բնակության մշտական վայրից (երկրից) այլ վայր (երկիր) առավելագույնը մինչև մեկ տարի անընդմեջ ժամկետով ճանապարհորդություն իրականացնող քաղաքացիների գործունեությունն է»²:

Ջրոսաշրջության տեսակներից է ագրոգրոսաշրջությունը, որն էական տեղ ունի զբոսաշրջության համակարգում, քանի որ նպաստում է գյուղական տարածքների ռեկրեացիոն ռեսուրսների օգտագործմանը և գյուղի սոցիալական զարգացմանը:

Ագրոգրոսաշրջություն (agritourism և agrotourism) եզրույթն ունի հետևյալ ծագումը. *agri*-բառն առաջացել է լատիներեն *ager*-դաշտ բառից, իսկ *agro*-ն՝ հունարեն *agros*-հող և *agronomos*-հողատեր բառերից, *tourism*-զբոսաշրջություն նշանակում է ակտիվ հանգստի ձև բնակության վայրից հեռու՝ ճանաչողական, հանգստի, սպորտային և այլ նպատակներով³:

Ագրոգրոսաշրջության հետ մեկտեղ, կարելի է հանդիպել «գյուղական զբոսաշրջություն» հասկացությանը: Ըստ Եվրահանձնաժողովի բնորոշման՝ «Գյուղական զբոսաշրջությունը գյուղական միջավայրում հանգստի կազմակերպման, գործարար և այլ նպատակներով (ճանապարհորդության հիմնական նպատակը ժամանման վայրում վճարովի աշխատանքային գործունեությունը չէ) առավելագույնը մինչև մեկ տարի անընդմեջ ժամկետով ճանապարհորդություն իրականացնող քաղաքացիների գործունեությունն է»⁴ գյուղական միջավայրում:

Գյուղական զբոսաշրջությունը բաղկացած է հանգստի կազմակերպման մի շարք տեսակներից՝ ագրոգրոսաշրջություն, համայնքային էկոզբոսա-

² «Ջրոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» ՀՀ օրենք, 2003, հոդված 2:
³ Sté u Sznajder M., Przezborska L., Scrimgeour F., Agritourism, CAB International 2009, Printed and bound in the UK by the MPG Books Group, էջ 3:
⁴ Ոսկանյան Ա., Գյուղական զբոսաշրջություն, ուսումնամեթոդական ձեռնարկ, Գասպրինտ, Եր., 2015, էջ 8:

շրջություն, էթնոգրոսաշրջություն, սպորտային զբոսաշրջություն, գաստրո-նոմիական զբոսաշրջություն և ուղղակի հյուրընկալության կազմակերպում գյուղական միջավայրում⁵:

Գյուղական զբոսաշրջությունը ներառում է գործունեության մի շարք տեսակներ՝ գյուղատնտեսական աշխատանքների մասնակցություն, հողագործություն, խտտհունձ, կենդանիների խնամք, որսորդություն, ձկնորսություն, զբոսանք ձիով, մեղվաբուծություն, գորգագործություն, արհեստագործություն, բերքահավաք, գինու պատրաստում, ազգային կերակրատեսակների պատրաստում, հացի թխում, պանրի պատրաստում, ինչպես նաև այցելություն պատմամշակութային վայրեր, մասնակցություն տարբեր փառատոների և այլն:

Ներկայացնենք առանձին սուբյեկտների՝ պետության, գյուղական տարածքների և ագրոզբոսաշրջիկների համար ագրոզբոսաշրջության դրական կողմերը:

Ագրոզբոսաշրջության դրական կողմերը⁶ | Աղյուսակ 1.1.1

Պնկություն	Գյուղական փարածքներ	Ագրոզբոսաշրջիկներ
Բյուջեի եկամուտների աճ	Հավելյալ եկամուտ	Ակտիվ հանգիստ գյուղական տարածքներում
Գործազրկության մակարդակի անկում	Նոր աշխատատեղերի ստեղծում	Թարմ սնունդ
Գյուղական համայնքների ակտիվացում	Ենթակառուցվածքների բարելավում	Մերտ շփում բնության հետ
Ազգային-մշակութային ավանդույթների հանրայնացում	Բնակչության ակտիվացում	Մասնակցություն գյուղական բնակչության կյանքին
Քիչ ծախսապարտևտույանների օգրագործում՝ բնական, պարունական, սոցիալ-մշակութային	Հարակից ոլորտների զարգացման խթանում	Տեղի մշակույթի և պատմության ուսումնասիրում
Հավելյալ ներդրումների և եկամուտների ավելացում	Մշակույթի և պատմական ժառանգության պահպանում	Նոր հնտությունների ձևավորում
Ժողովրդագրական ցուցանիշների բարելավում	Նոր գիտելիքի, հնտությունների տարածում	Տարատեսակ պրոդուկտների օգտագործում
Գործարար և մշակութային կապերի զարգացում	Գյուղական բնակչության ինքնագնահատականի բարձրացում	Մշակութային զարգացում

Ագրոզբոսաշրջության զարգացումից ակնկալվող հիմնական արդյունքներն են.

⁵ Տե՛ս նույն տեղում, էջ 9:

⁶ Агротуризм сегодня, <http://dranik.org/%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%BE%D1%82%D1%83-%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC-%D1%81%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8F/>

- *սոցիալ-հոգեբանական* (նոր հմտությունների, փորձառության ձեռք բերում, օտար լեզուների ուսուցանում, ձեռնարկատիրական հմտությունների յուրացում, գյուղական կյանքի աշխուժացում, նոր ծանոթությունների և կապերի հաստատման հնարավորություն, աշխարհայացքի ընդլայնում, նոր գիտելիքի ձեռք բերում, գյուղական ավանդույթների և սովորույթների պահպանում և վերականգնում, գյուղական մշակույթի զարգացում, առողջության վերականգնում բնական սննդի, մաքուր օդի շնորհիվ և այլն),
- *տնտեսական* (գյուղական զբաղվածության ապահովում, գործազրկության մակարդակի կրճատում, գյուղատնտեսական արտադրանքի սպառում, գյուղական արհեստների զարգացում, հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների ընդլայնում, լրացուցիչ եկամտի ապահովում, գյուղատնտեսության զարգացում, սոցիալ-տնտեսական կյանքի աշխուժացում և այլն),
- *տարածական և բնասպահական* (բնության պահպանություն, ջրամատակարարման, կոյուղու համակարգերի, ճանապարհների, հասարակական տրանսպորտի, հանգստի օբյեկտների և տեղական այլ ենթակառուցվածքների զարգացում, գյուղական տների, փողոցների և հասարակական այլ տարածքների գեղագիտական արժեքի ապահովում, հին, քանդվող շենքերի օգտագործում, որոնք կարող են նպաստել գյուղական մշակութային ժառանգության պահպանմանը, գյուղական բնակավայրերի արտագաղթի կանխարգելում և այլն)⁷:

Աղյուսակ 1.1.2

ՀՀ բնակչության փոփոխությունն անկախության տարիներին⁸

Տարիները	Ընդամենը տարեկազրին, հազ. մարդ	Այդ թվում՝		Փոփոխությունը 1992 թ. համեմատությամբ, %		
		քաղաքային	գյուղական	ընդամենը	քաղաքային	գյուղական
1992	3633,3	2503,3	1130,0	100	100	100
2000	3226,9	2095,8	1131,1	88,8	83,7	100,1
2010	3055,2	1941,5	1113,7	84,1	77,5	98,5
2020	2959,7	1892,1	1067,6	81,4	75,6	94,5

Աղյուսակ 1.1.2-ի տվյալներից երևում է, որ ՀՀ-ում անկախության տարիներին բնակչության թվաքանակը կրճատվել է 673,6 հազարով կամ 18,6%-ով: Ի դեպ, ավելի մեծ չափով է կրճատվել քաղաքային բնակչությունը (24.6%): Ինչ վերաբերում է գյուղական բնակչությանը, ապա այստեղ 5,6%-ով կրճատմանը զուգընթաց դիտարկվում է 1000 բնակչի հաշվով հավելաճի կտրուկ անկում: Եթե 1991 թ. այդ ցուցանիշը կազմում էր 19,4, ապա 2019 թ. կազմել է

⁷ Տե՛ս Sznajder M., Przezborska L., Scrimgeour F., Agritourism, CAB International 2009, Printed and bound in the UK by the MPG Books Group, էջ 9-11:

⁸ Տե՛ս ՀՀ ՎԿ, Հայաստանի ժողովրդագրական ժողովածու, 2020, էջ 22, https://www.armstat.am/file/article/demog_2020_2.pdf:

ընդամենը 2,8 կամ պակասել շուրջ 7 անգամ: Այս երևույթի պատճառով գյուղերը ծերանում են, և մեծանում է որոշ գյուղեր կորցնելու վտանգը: Այս առումով, ագրոգրոսաշրջության կայուն զարգացումը կարևոր միջոց է քաղաքից դեպի գյուղ մարդկանց հոսք ապահովելու, գյուղական կյանքն աշխուժացնելու և բնակչության եկամուտներն ավելացնելու համար:

Այսինքն, ագրոգրոսաշրջությունը կնպաստի գյուղական համայնքների զարգացմանը, զբաղվածության ապահովմանը, արտագաղթի նվազմանը, բնության պահպանմանը, գյուղական համայնքների մշակութային արժեքների պահպանմանն ու արժևորմանը, ենթակառուցվածքների զարգացմանը:

1.2

Ագրոգրոսաշրջության զարգացման միջազգային փորձը

Ներկայումս ագրոգրոսաշրջությունը լայն տարածում է ստանում աշխարհի տարբեր երկրներում: Այս մասին են վկայում համաշխարհային ճանաչում ունեցող մի շարք հետազոտական կենտրոնների ուսումնասիրությունները: Որպես վառ օրինակ կարող ենք դիտարկել Լոնդոնի «Տեխնավիո» հետազոտական և խորհրդատվական ընկերության կողմից 2019 թ. փետրվարին հրապարակված ուսումնասիրությունը «Համաշխարհային ագրոգրոսաշրջությունը 2019-2023 թթ. ընթացքում» թեմայով: Հետազոտության շրջանակում ագրոգրոսաշրջության ոլորտը դիտարկվում է հատվածաբար՝ առանձնացնելով եվրոպական, ասիական, Հյուսիսային և Հարավային Ամերիկայի երկրները: Ուսումնասիրության համաձայն՝ համաշխարհային ագրոգրոսաշրջության ոլորտում 2019-2023 թթ. ընթացքում կանխատեսվում է ոլորտի 18% աճ, որը համարժեք է 56,63 մլրդ ԱՄՆ դոլարին: Կանխատեսվող աճին մեծապես նպաստելու են՝

- տեխնիկական առաջընթացը,
- համացանցային հասանելիության ապահովումը գյուղական բնակավայրերում,
- մարքեթինգային արդյունավետ գործիքակազմի կիրառումը:

Հետազոտության համաձայն՝ ոլորտի 30% աճն ապահովելու են եվրոպական երկրները⁹:

Ներկայումս գյուղական զբոսաշրջությունը համարվում է զբոսաշրջության առավել դինամիկ զարգացող տեսակներից մեկը: Որպես օրինակ

⁹ Տե՛ս Technavio, Global Agritourism Market 2019-2023, London, February 2019, https://www.technavio.com/thankyou?report=IRTNTR30793&type=Request%20Free%20Sample&tpl=&src=report&rfs_links=https://samples.technavio.com/samplereports/files/IklrbHJNVIZXVkJaUFVrWIZIRIjzVWslTlJURINVRIF3YVNPJSI=/IjIwMTlcl0ISVE5UUiMwNzkzX0dsb2JhbCBBZ3JpdG91cmIzbSBNYXJrZXQgMjAxOS0yMDIzLVNBTVBMRSl=&utm_source=pressrelease&utm_medium=bw&utm_campaign=t_auto_r1_s_week7

նշենք, որ Ֆրանսիայում յուրաքանչյուր երրորդ զբոսաշրջիկ գյուղական զբոսաշրջիկ է: Մեծ Բրիտանիայում գործարարների 10%-ը գործունեություն է ծավալում գյուղական համայնքներում և ծառայություններ է առաջարկում գյուղական զբոսաշրջության ոլորտում, Գերմանիայում վերջիններիս թիվը հասնում է շուրջ 4%-ի¹⁰:

Ամերիկյան ֆինանսատնտեսական «Ֆորբս» հանդեսն ընտրել է այն երկրները, որտեղ գյուղական զբոսաշրջությունը բավականաչափ գրավիչ է: Ըստ այդմ, ադյուսակ 1.2.1-ում բերված տվյալները ցույց են տալիս տարբեր երկրներում գյուղական կյանքին հաղորդակցվելու արժեքները:

Ադյուսակ 1.2.1

Տարբեր երկրներում գյուղական արհեստագործությանը հաղորդակցվելու արժեքը¹¹

Երկիր	Գյուղական արհեստագործություն	Արժեքը 1 անձի հաշվով
Խորվաթիա	Մասնակցել ձիթապտղի և խաղողահավաքի աշխատանքներին, տրյուֆելի որոնմանը՝ հատուկ պատրաստված շների հետ	Օրական արժեքը՝ 30-80 եվրո
Չեխիա	Կով կթել, մասնակցել ոչխարախուզման աշխատանքներին, այծի պանիր պատրաստել և որսորդություն անել	Վրանային գիշերակաց՝ 3 եվրո
Շրի Լանկա	Փորագրել փայտի և փղոսկրի վրա, աշխատել թելի, կաուչուկի և կոկոսի այգիներում	13 օրվա համար՝ սկսած 2000 ԱՄՆ դոլարից
Լեհաստան	Պանիր պատրաստել	Վրանային գիշերակաց՝ 8 եվրո
Կիարու	Հետևել այծերին և ոչխարներին, հաց թխել, մրգեր հավաքել	1 օրվա համար՝ սկսած 40 եվրոյից
Իտալիա	Մասնակցել պիցցայի պատրաստման, նարինջ հավաքելու աշխատանքներին	1 օրվա համար՝ սկսած 30 եվրոյից

Գյուղական զբոսաշրջության զարգացման առումով ուշադրության են արժանի այն ազգային ասոցիացիաները, որոնք զբաղվում են տարբեր երկրներում այդ ոլորտի զարգացմամբ (հավելված 1):

Սրանք կազմակերպություններ են, որոնք ուղղակի կամ անուղղակի կերպով նպաստում են ագրոզբոսաշրջության զարգացմանն ամբողջ աշխարհում:

Պետք է նշել, որ EuroGites-ը գյուղական զբոսաշրջության եվրոպական ասոցիացիա է: Իր կազմում ունենալով 31 մասնագիտացված ընկերություններ՝ այն Եվրոպայի բնակչությանն առաջարկում է ավելի քան 100.000 հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներ՝ աշխարհի 28 երկրների գյուղական համայնքներում¹²:

¹⁰ Տե՛ս Заричная А. А., Экономика Крыма, 2011, N4(37), էջ 265-269, https://tourlib.net/statti_tourism/zarichnaya.htm:

¹¹ Տե՛ս Казначеева С. Н., Челнокова Е. А., Коровина Е. А., Агротуризм как одно из перспективных направлений индустрии туризма//, Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований, 2017, N3 (часть 2), էջ 248-252, <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=11436>:

¹² EUROGITÉS - European Federation of Rural Tourism, <https://uia.org/s/or/en/1100001214>

Ագրոգրոսաշրջության ոլորտում գործող ազգային սառցիացիաներ¹³

Երկիր	Առցիացիա, համագանգային կայքէջ	Նկարագրություն
Մեծ Բրիտանիա	Farm Stay (UK) Ltd. www.farmstayuk.co.uk	<p>Առցիացիայի հիմնական գործառնություններն են.</p> <ul style="list-style-type: none"> • գործունեություն իրականացնել Մեծ Բրիտանիայում՝ ագրոգրոսաշրջության հայեցակարգին համապատասխան, • իր անդամներին օգնել ընդլայնել իրենց բիզնեսը՝ ակտիվ շուկայավարման/վաճառքի աջակցության միջոցով, • աջակցել ֆերմերներին իրենց կողմից մատուցվող տեսականու բազմազանացման հարցում՝ եկամուտը ընդլայնելու նպատակով: Համավարակի պայմաններում Մեծ Բրիտանիայի Կառավարության կոչերը հաշվի առնելով՝ բրիտանական գյուղական գրոսաշրջությունը բացել է իր դռները բոլոր գրոսաշրջիկների համար, սակայն վերջիններիս սպասարկումն իրականացվում է հսկահամավարակային կանոնների խիստ պահպանմամբ¹⁴:
Ֆրանսիա	Federation Nationale des Gotes de France. http://www.gites-de-france.com/ ¹⁵	<p>Հիմնադրվել է 1954 թ.: Գյուղական հյուրատների առաջին եվրոպական ցանցն է: Աջակցում է գյուղական գրոսաշրջության տնտեսական, սոցիալական և մշակութային զարգացմանը, ինչպես նաև գյուղի զարգացմանը՝ գրոսաշրջության առաջխաղացման նպատակով: Ֆրանսիայում գործող առցիացիան ղեկավարվում է ազգային դաշնության կողմից:</p> <p>Տեղական թիմերը տիրապետում են յուրաքանչյուր տարածքի մասին տեղեկությանը, գործունեությանը և տարածքի գրոսաշրջային առավելություններին: Առցիացիան իր անդամներին աջակցում է իրենց բնակավայրերում արդյունավետ շուկայավարում իրականացնելու հարցում առավելապես շեշտադրելով ամրագրման համակարգի արդյունավետության բարձրացումը:</p>
Իտալիա	Terra Nostra. www.terranostra.it	<p>Ազգային առցիացիա, որը միավորում է 18 տարածաշրջանային և 96 ազգային առցիացիաներ, նպաստում է գյուղական գրոսաշրջության զարգացմանն առանձնահատուկ տարածաշրջաններում, աջակցում է տեղական նախաձեռնություններին, հրապարակում է ուղեցույցներ, իրականացնում է անձնակազմի վերա-</p>

¹³ St' u Печерица Е. В., Шевченко М. И., Мировой опыт развития агротуризма, 2003, <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovoy-opyt-razvitiya-agroturizma>:

¹⁴ Farm Stay UK, <https://www.farmstay.co.uk/About>

¹⁵ Gites de France, <http://www.gites-france.info>

		<p>պատրաստում, դասընթացներ գյուղական զբոսաշրջության թեմայով¹⁶: Նաև նախաձեռնում է մարքեթինգային հմտությունների զարգացմանն ուղղված դասընթացներ և ծրագրերի զարգացման տեղեկատվություն տեղական մակարդակով: Ասոցիացիան համագործակցում է նաև այն դպրոցների հետ, որտեղ իրականացնում են ագրոզբոսաշրջության թեմայով դասընթացներ:</p>
<p><i>Բասայնիս</i></p>	<p>ASETUR–Asociaciyn Espacola de Turismo Rural</p>	<p>EuroGites-ի անդամ: Ստեղծվել է 1994 թ.: Միավորում է ամբողջ երկրում տեղակայված գյուղական զբոսաշրջության տարածաշրջանային դաշնությունները: Ընդհանուր պաշտոնական ուղեցույց է հրատարակում գյուղական զբոսաշրջության վերաբերյալ: Բացի դրանից, ասոցիացիայի կողմից մշակվել են ագրոզբոսաշրջության հարմարությունների չափելի գնահատման կառուցակարգեր, որոնք իրականացվում են 1-5 բալային սանդղակով: Գնահատման ժամանակ հաշվի է առնվում ագրոզբոսաշրջության հարմարությունների մակարդակը, շրջակա միջավայրը և ծառայությունների հասանելիությունը¹⁷:</p>
<p><i>Գերմանիս</i></p>	<p>ECEAT Germany www.eceat.org</p>	<p>Մշակում և հրատարակում է ամբողջ Գերմանիայում տեղակայված էկոլոգիապես մաքուր ֆերմաների կատալոգը: ECEAT International-ի անդամ է: ECEAT International-ի, էկո- և ագրոզբոսաշրջության Եվրոպական կենտրոնի նախաձեռնությամբ իրականացվել է ուսումնասիրություն, որտեղ ներկայացվում է ամբողջ գործիքակազմը՝ ինչպես կառավարել զբոսաշրջությունը պահպանվող (protected) տարածքներում: Հետազոտությունում առանձնացվում են նաև կայուն զբոսաշրջության զարգացման 12 նպատակները, որոնցից մի քանիսն առնչվում են տեղական մակարդակում զբոսաշրջության զարգացմանը, տեղական վերահսկողությանը, մշակութային հարստության գնահատմանը/արժևորմանը, բնապահպանական մաքրությանը և այլն¹⁸:</p>

¹⁶ Food, Agri-Culture and Tourism: Linking Local Gastronomy and Rural Tourism, edited by Katia Laura Sidali, Achim Spiller, Birgit Schulze, https://books.google.am/books?id=JdtmDgUMFTcC&pg=PA165&lpg=PA165&dq=terra+nostra+association+Italy&source=bl&ots=I_pdBpN2bW&sig=ACfU3U0wQrVZjuXWA6MWrjmjW07Q05YkbXw&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwibj_vLq67qAhXC0qYKHRqqCDsQ6AEwAXoECAkQAQ#v=onepage&q=terra%20nostra%20association%20Italy&f=false.

¹⁷ Spanish Associations of Rural Tourism (Asetur), <https://fincaelpicacho.com/spanish-associations-of-rural-tourism-asetur>.

¹⁸ Practical, profitable, protected. A starter guide to developing sustainable tourism in protected areas, Latvia, 2012, <http://www.eceat.org/images/Practical,%20profitable,%20protected%204%20MB.pdf> .

Վրաստանի
 Ագրոտուրիզմի
 ազրոգրոսաշրջության
 ասոցիացիա,
<https://georgia-agritourism.org>

Ասոցիացիան նպատակ ունի.

- ընդլայնելու անդամակցության ցանցը՝ պահպանելով յուրաքանչյուր անդամի առավելությունները և ցանցային հաղորդակցությունը,
- ուսումնասիրելու, տարածելու և կիրառելու ագրոգրոսաշրջության արդյունաբերության մարքեթինգային արդյունավետ գործիքները,
- շարունակելու զարգացնել հարաբերությունները պետական կառավարման մարմինների, բուհերի, քոլեջների և այլ կազմակերպությունների հետ:

<p>Բրազիլիա</p>	<p>Ագրոգրոսաշրջության երիտասարդ ֆերմերների միավորում</p>	<p>Բրազիլիայի AC ասոցիացիան միավորում է շուրջ 200 ֆերմերային ընտանիքների: Անդամագրված ֆերմերները հիմնականում բնակվում են լեռնային շրջաններում: Ասոցիացիայի հիմնական նպատակներից է ընդլայնված ցանցի ստեղծումը, որտեղ ագրոգրոսաշրջությամբ զբաղվողները, իրար մոտ գտնվող, փորձառու և սկսնակ, կկարողանան միմյանց աջակցել, ինչպես նաև ներգրավել երիտասարդներին, որպեսզի նրանք կարողանան օգտագործել անմշակ հողատարածքները: Ընդ որում, ուսումնասիրությունները ցույց են տվել, որ կանանց 45%-ը, իսկ տղամարդկանց՝ 46%-ը, որպես հմուտ մասնագետներ, ընդգրկված են ագրոգրոսաշրջության աշխատանքներում¹⁹:</p>
-----------------	--	---

Գոյություն ունեն միջազգային 2 խոշորագույն կազմակերպություններ, որոնք ամբողջ աշխարհում զբաղվում են ագրոգրոսաշրջության զարգացմամբ: Այդ կազմակերպություններից առաջինը World Wide Opportunities on Organic Farms-ն է (այսուհետ՝ WWOOF)²⁰, որը գործունեություն է ծավալում՝ սկսած 2006 թ. օգոստոսից: Դիմելով կազմակերպությանը՝ զրոսաշրջիկը լրացնում է վերջինիս կայքէջում տեղադրված դիմումի ձևը, վճարում է 40-55 ԱՄՆ դոլար: Որպես կանոն, լրացուցիչ վճար չի պահանջվում: Դրանից հետո զրոսաշրջիկի տվյալները տեղադրվում են տվյալների բազայում և նրան են տրամադրվում 53 երկրների տարբեր ֆերմաների անուններ, որոնք պատրաստ են հյուրընկալել:

WWOOF-ը համաշխարհային շարժում է, որն օրգանական ապրանքներ արտադրող ֆերմերներին կապում է կամավորներին և նպատակ ունի խթանելու վստահության վրա հիմնված մշակութային ու կրթական փորձը:

¹⁹ Տե՛ս Chiodo E., Fantini A., Dickes L., Arogundade T., Lamie D., Assing L., Stewart C., Salvatore R., Agritourism in Mountainous Regions—Insights from an International Perspective, 2019, <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewjxrc2yj5rQAhVjkIsKHUULDDAQFjACegQIBRAB&url=https%3A%2F%2Fwww.mdpi.com%2F2071-1050%2F11%2F13%2F3715%2Fpdf&usg=AOvVaw2jCFrVNGVB0y7UNpXa0dBE>:

²⁰ WorldWide Opportunities on Organic Farms, <https://wwof.net>.

Երկրորդ խոշոր կազմակերպությունը Help Exchange-ն²¹ է, որի գործունեությունը փոքր-ինչ նման է WWOOF-ին: Հիմնական առանձնահատկությունն այն է, որ Help Exchange-ը հանգստի կամ աշխատանքի նպատակով առաջարկում է ոչ միայն ֆերմաներ, այլ նաև դպրոցներ, մանկատներ, եկեղեցիներ և այլ կազմակերպություններ, որոնք օգնության կարիք ունեն²²:

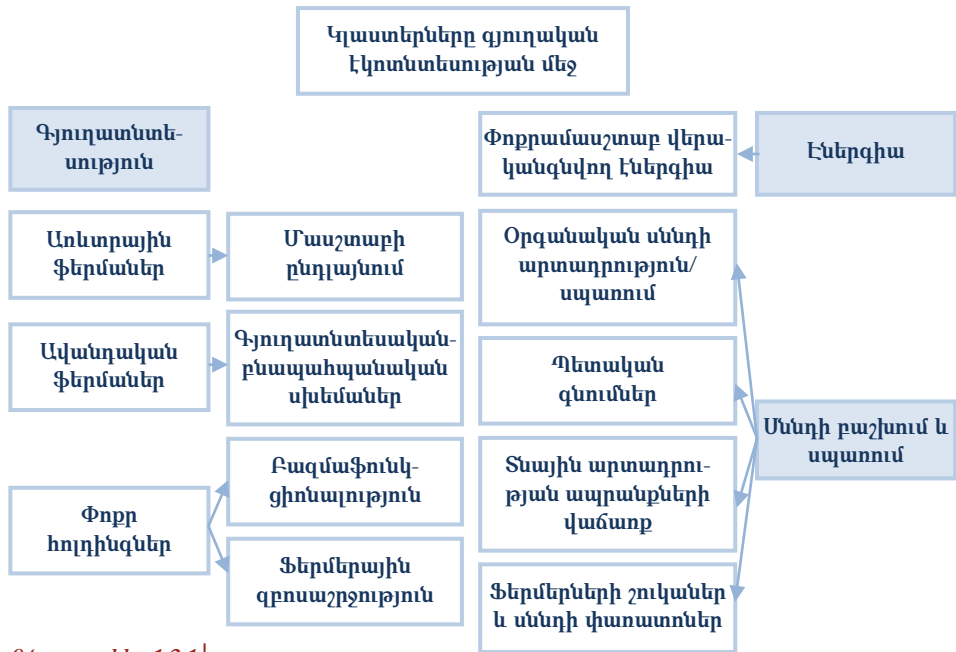
Help Exchange-ն առցանց հարթակ է, որտեղ ներկայացված ագրոգրոսաշրջության ենթակառուցվածքների ներկայացուցիչները՝ օրգանական/ոչ օրգանական արտադրությամբ զբաղվող ֆերմերային տնտեսությունները, տնային տնտեսությունները, հյուրատները, backpackers-բուժական հանրակացարանները և նույնիսկ առագաստանավերի անձնակազմերը հրավիրում են կամավոր օգնականների, որոնք աշխատում են տերերի հետ՝ ապահովված լինելով սննդով և գիշերակացով:

Այս ծրագիրը լավ հնարավորություն է այն մարդկանց համար, ովքեր ցանկանում են իրենց արձակուրդն անցկացնել՝ համատեղելով հանգիստը աշխատանքի հետ: Սովորական պայմանավորվածության դեպքում կամավորըն աշխատում է օրական 4 ժամ: Սակայն ժամանակացույցը կարող է շատ տարբեր լինել՝ կախված առաջադրանքներից և հյուրընկալողի նախասիրություններից, ինչպես նաև աշխատանքի ուղղվածությունից: Շատ դեպքերում պայմանավորվածությունը կարող է ձեռք բերվել օրական 2 ժամ բեռնվածությամբ, սակայն այս պարագայում կամավորն ինքն է պատրաստում իր սնունդը:

Գյուղական զբոսաշրջության տեսանկյունից զարգացած երկրներ են համարվում Մեծ Բրիտանիան, Ֆրանսիան, Իտալիան, Գերմանիան, Իսպանիան, Լեհաստանը, Լատվիան և այլն: Այս երկրներում գյուղական զբոսաշրջության ձևավորման փորձի հիման վրա կառուցվել են դրա հետագա զարգացման հիմնական մոդելները: Մասնավորապես, հետաքրքրական է **Դևոնի (Մեծ Բրիտանիա)՝ գյուղական զբոսաշրջության զարգացման փորձը**, ըստ որի՝ մեծ կարևորություն ունի էկոտնտեսագիտական մոդելի կիրառումը, որը ենթադրում է զբոսաշրջության զարգացում՝ հիմնվելով տնտեսության մյուս ոլորտների վրա: Այն նաև հաշվի է առնում տվյալ տարածքում տնտեսական բիզնես-ցանցերը, որոնք զբոսաշրջության ոլորտի անմիջական մատակարարողն են: Էկոտնտեսագիտական մոդելը նպատակ է հետապնդում ապահովելու կայուն զբոսաշրջության զարգացում՝ ոչ միայն չվնասելով շրջակա միջավայրը, այլև հավելյալ արդյունք ապահովելով վերջինիս զարգացման համար:

²¹ Help Exchange, <https://www.helpx.net>.

²² St'uk **Казначеева С. Н., Челнокова Е. А., Коровина Е. А.**, Агротуризм как одно из перспективных направлений индустрии туризма. Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований, 2017, N3-2, էջ 248-252:



Գծապատկեր 1.2.1

Դևոնի էկոտնտեսական զարգացող կլաստերի օրինակ²³

Դևոնի զարգացման առանցքային ոլորտը գյուղատնտեսությունն է, հատկապես՝ հովվական անասնաբուծությունը (այսինքն՝ կաթնամթերք, տավարաբուծություն, ոչխարաբուծություն): Հյուրընկալող ֆերմերային տնտեսությունների մեծ մասը սեփականատերեր են և ամբողջովին կամ հիմնականում ապավինում են ընտանիքի անդամների աշխատանքին:

Դևոնում հիմք դրվեց տնտեսական կլաստերի զարգացման, որը ներկայացնում էր ֆերմերային զբոսաշրջության, տեղական սննդի, ավելի կայուն գյուղատնտեսության և նվազագույն ծախսերի համակցման մոդել²⁴:

Ֆրանսիական մոդելը, ի տարբերություն բրիտանականի, ավելի բարդ կառուցվածք ունի: Այստեղ ներկայացված են գյուղական զբոսաշրջության մի շարք այլընտրանքներ: Զբոսաշրջիկների տեղաբաշխման տեսանկյունից առանձնացվում է տնակների և բնակարանների դերը: Ֆրանսիացիները գերադասում են սնունդն իրենց ձեռքով պատրաստել՝ էկոլոգիապես մաքուր գյուղական մթերք օգտագործելով:

Զբոսաշրջության այս տեսակի կազմակերպման գործում մեծ դեր ունեն բնական ջրամբարները՝ ջրավազաններն ու լճերը: Ֆրանսիացիները գյուղա-

²³ Տե՛ս **Horlings I., Kanemasu Y.**, Rural Development and Farm Tourism in Devon(UK), Cardiff, 2010, <https://edepot.wur.nl/175640>, <https://edepot.wur.nl/175640>:

²⁴ Տե՛ս **Horlings I., Kanemasu Y.**, Rural Development and Farm Tourism in Devon(UK), Cardiff, 2010, <https://edepot.wur.nl/175640>:

կան զբոսաշրջության զարգացման մոդելը հիմնում են բնության՝ պահպանվող արժեքների վրա և մարդկանց հնարավորություն են տալիս վայելելու էկոլոգիապես մաքուր օդ ու ջուր: Հենց այդ է պատճառը, որ գյուղական զբոսաշրջության կազմակերպման վայրերը շրջապատված են անտառներով, լճերով, դաշտերով, նաև առաջնային է համարվում գոլֆի դաշտ ունենալը, որը ֆրանսիացիների սիրելի մարզաձևերից է: Հատկանշական է այն փաստը, որ Ֆրանսիան զգալի հաջողությունների է հասել գաստրոնոմիական և գինու զբոսաշրջության ասպարեզում:

Ֆրանսիայում գյուղական զբոսաշրջությանը սկսեցին մեծ ուշադրություն դարձնել միայն 15 տարի առաջ, երբ երկրի մի շարք գյուղական համայնքներում բացվեցին շուրջ 35 հազար ֆերմաներ՝ փոքրիկ հյուրատներով: Տեղական իշխանությունները, տեսնելով զբոսաշրջիկների հետաքրքրվածությունն այս տեսակով, մշակեցին հատուկ ծրագրեր, ըստ որոնց՝ գյուղական համայնքների բնակիչները ֆինանսական աջակցություն էին ստանում իրենց տները բարեկարգելու, միջազգային ստանդարտներին համապատասխանեցնելու համար: Սակայն գյուղացիներն էլ, իրենց հերթին, պարտավորվում էին 10 տարի շարունակ՝ տարվա ընթացքում նվազագույնը 2 ամիս, ընդունել զբոսաշրջիկների: Այսպիսով, փոխշահավետ համագործակցություն ձևավորվեց տեղացի բնակիչների և պետության միջև: Այս ծրագիրն ունեցավ աննախադեպ հաջողություն: Գյուղացիները նույնիսկ վերանորոգեցին իրենց լքված, բավականին հին տները՝ պահպանելով ավանդական արտաքին հարդարանքը, որը մեծացրեց գրավչությունը:

Արդեն մի քանի տարի է, Ֆրանսիայում գործունեություն է ծավալում «Գյուղական շարժում» կազմակերպությունը, որը ներառում է 2700-ից ավելի հյուրանոցային տնտեսություններ: Կազմակերպությունը բաղկացած է 2 դաշտությունից՝

- Գյուղական տնային տնտեսությունների ազգային համադաշնությունը և գյուղական միությունների և անիմացիայի զարգացումը (FNFR),
- Գյուղական սպորտի ազգային դաշնությունը (FNSMR)²⁵:

Կազմակերպության հիմնական նպատակն է գյուղական համայնքների զարգացումը, իսկ գործունեության հիմնական ուղենիշներն են.

- մշակույթն ամենուր է և բոլորի համար,
- ինտեգրված զբոսաշրջություն,
- հարգանք բնական և մարդկային ռեսուրսների նկատմամբ,
- սպորտ բոլորի համար,
- մասնակցություն գյուղական համայնքի բնակչության կյանքի զարգացմանը,
- անհատական և կոլեկտիվ պատասխանատվության զարգացում²⁶:

²⁵ <http://www.fnsmr.org>

Ֆրանսիայի ագրոգրոսաշրջության ոլորտի զարգացումը պայմանավորված է նաև կանանց ակտիվ մասնակցությամբ: Օրինակ, *Re'seau de Visites de Ferme* (RVF)-ը ֆրանսիացի ֆերմերուհիների ագրոգրոսաշրջության ցանցն է, որը ներկայացված է Ֆրանսիայի որոշ շրջաններում և նպատակ ունի կրթելու գրոսաշրջիկներին և տեղեկացնելու ագրոգրոսաշրջության վերաբերյալ տեխնիկական և մշակութային առանձնահատկությունների մասին²⁶:

Իտալական մոդելի շրջանակում մասնագետներն առանձնացնում են գյուղական գրոսաշրջության երեք հիմնական ուղղություններ՝

1. բնություն և առողջություն - գրոսաշրջիկների տեղաբաշխում գյուղական վայրերում՝ առողջարանային տարածքներին, ազգային պարկերին մոտ,
2. ավանդական խոհարարություն - գրոսաշրջիկների տեղաբաշխումը գյուղական այնպիսի տներում, որոնք մասնագիտացված են սննդի կամ խմիչքների տեսակներից որևէ մեկի պատրաստման մեջ, այդ թվում՝ գինի, ձիթապտղի յուղ, ձկներ, ծովամթերք և այլն,
3. սպորտ - գրոսաշրջիկների տեղաբաշխումը վրանային ճամբարներում, հանգստյան այնպիսի տներում, որոնք ունեն մարզասրահներ և սպորտով զբաղվելու համար նախատեսված պայմաններ:

Դեռևս 1970-ական թվականներից Իտալիան աչքի է ընկել գյուղական գրոսաշրջության զարգացման իր լայն հնարավորություններով: Գյուղական գրոսաշրջությունը սկզբնական շրջանում բավականին մատչելի հանգիստ էր առաջարկում, միաժամանակ, որպես հանգստի ոչ ավանդական տարբերակ, մեծ հեղինակություն չէր վայելում: Այս խնդրի լուծման պետական ջանքերի շնորհիվ իրավիճակն սկսեց հետզհետե փոխվել:

Իտալիայի Կառավարությունն օրենք ընդունեց գյուղական գրոսաշրջության մասին, որն էական դերակատարություն ունեցավ: Օրենքի ընդունումից 10 տարի անց գյուղական գրոսաշրջիկների թիվն անց շուրջ 3 անգամ:

Թե՛ բնությունը, թե՛ տեղական գինին և խոհանոցը, թե՛ յուրահատուկ ավանդույթներն ու սովորույթները իրենց ներդրումն են ունեցել այս երկրում գյուղական գրոսաշրջության զարգացման գործում, և ժամանակի ընթացքում այն դարձել է իտալական հազարավոր գյուղական համայնքների բարգավաճման կայուն հիմք: Գյուղական գրոսաշրջության առաջընթացում անկյունաքարային է այն, որ տարիների ընթացքում մարդկանց գիտակցության մեջ ձևավորվել է էկոլոգիապես մաքուր միջավայրում հանգիստը կազմակերպելու գաղափարը: Իտալիային անդրադառնալիս պետք է նաև նշել «գինու ճանապարհի» մասին, այսինքն՝ այն երթուղիների, որոնք կազմվում են

²⁶ Нурiauxметова А. Ф., Гуманитарные научные исследования. 2013, №2, <http://human.snauka.ru/2013/02/2341>

²⁷ Stéu Annes A., Wright W., Creating a room of one's own: French farm women, agritourism and the pursuit of empowerment. Women's Studies International Forum, Elsevier, 2015, 53, էջ 1-11, <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01564768/document>:

գինու ստեղծման ողջ գործընթացի հիման վրա: Նման երթուղիների միջոցով զբոսաշրջիկները հնարավորություն են ունենում համտեսելու գինիներ և մասնակցելու գինու պատրաստման ողջ գործընթացին²⁸:

Ներկայումս Իտալիայի ինքնավար մարզերից ագրոզբոսաշրջության զարգացման առումով գլխավոր դերակատարում ունեն Տոսկանան՝ ամբողջ ագրոտուտեսության 34%-ը, Ումբրիան՝ 14%-ը, Սիցիլիան՝ 7%-ը²⁹:

Իտալիայի վիճակագրության ազգային ինստիտուտի (ISTAT) հրապարակած վերջին վերլուծությունից երևում է, որ ագրոզբոսաշրջության ոլորտի եկամուտը 2018 թ. կազմել է 1,39 միլիարդ եվրո՝ վերջին տասը տարիների ընթացքում ապահովելով 29% աճ:

Գերմանական մոդելն ունի գյուղական զբոսաշրջության կազմակերպման յուրահատուկ մշակույթ. ընդունված է զբոսաշրջիկների կացությունն ապահովել հենց գյուղացիների տներում: Ի տարբերություն այլ մոդելների՝ այստեղ զբոսաշրջիկներին հիմնականում ներառում են ֆերմերների աշխատանքում, այսինքն՝ օգնում են կենցաղում, զբաղվում են կենդանիների խնամքով, կազմակերպում են զբոսախնջույքներ (պիկնիկներ) տարբեր ուղղություններով, տարածված է նաև ձկնորսությունը: Գերմանիան հայտնի է նաև իր փառատներով և տոնակատարություններով, որոնցից գերծ չեն նաև գյուղերը: Տեղի իշխանությունները գյուղական զբոսաշրջության զարգացման տեսանկյունից առաջնային նշանակություն են տալիս հյուրընկալությանն ու ծառայությունների մատուցման ընդհանուր մակարդակին: Որակի վերահսկողության նպատակով ստեղծվել է պիտակների հատուկ համակարգ, որն օգտագործվում է գյուղական զբոսաշրջության մասնակիցների կողմից կացության և սննդի ծառայությունները գնահատելու համար³⁰:

Մեր կողմից ուսումնասիրվել է նաև Արևմտյան Եվրոպայի և ԱՊՀ մի շարք երկրների փորձը, որոնց ընդհանրական վերլուծությունը հնարավորություն է ընձեռում կատարելու հետևյալ եզրահանգումները.

- տարբեր երկրներում ագրոզբոսաշրջության զարգացման գործում էական նշանակություն ունեն ինչպես ոլորտում գործող ասոցիացիաները, այնպես էլ մասնավոր և պետական նախաձեռնությունները: Տարբեր երկրների ասոցիացիաները, օրինակ, միավորում են ֆերմերների, ագրոզբոսաշրջությամբ զբաղվող այլ սուբյեկտների, իրականացնում են կրթական, մարքեթինգային, զբոսաշրջային և ժամանցի կազմակերպմանն աջակցության և այլ գործառույթներ,
- վերոնշյալ երկրներում գյուղական զբոսաշրջությունը դիտարկվում է ոչ միայն որպես զբոսաշրջության տեսակ, այլ նաև տարածքների

²⁸ Agriturismo, <http://www.terranostra.it/en/home>

²⁹ Տե՛ս **Հարությունյան Լ.**, Գյուղական զբոսաշրջություն, ուսումնական ձեռնարկ, Եր., 2015, էջ. 55:

³⁰ Տե՛ս **Казначеева С. Н., Челнокова Е. А., Коровина Е. А.**, Агротуризм как одно из перспективных направлений индустрии туризма. Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований, 2017, N3-2, էջ 248-252, <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=11436>:

զարգացման, գյուղական զբաղվածության ապահովման, մշակութային արժեքների վերաարժևորման, եկամուտների ներգրավման գործիք, ուստի հատուկ ջանքեր և միջոցառումներ են իրականացվում այն զարգացնելու ուղղությամբ,

- վերոնշյալ երկրներում ագրոզբոսաշրջիկներին առաջարկվում են գործունեության տարբեր տեսակներ՝ հաշվի առնելով այդ երկրների ռեսուրսային առանձնահատկությունները, ինչպես նաև ագրոզբոսաշրջությունը հիմնականում համատեղում են զբոսաշրջության այլ տեսակների հետ, օրինակ՝ էկո, սպորտային, արկածային, գաստրոնոմիական, պատմամշակութային, առողջարանային և այլն,
- ագրոզբոսաշրջության զարգացման գործում մեծ նշանակություն ունի նաև օրենսդրական կարգավորումը (օրինակ՝ Իտալիայում և Ֆլորիդայում), որի միջոցով դրվում են ոլորտում գործունեություն ծավալելու համար անհրաժեշտ օրենսդրական հիմքերը և ծառայությունների որակի վերահսկողությունը (օրինակ՝ Գերմանիայում),
- ագրոզբոսաշրջության զարգացման համար էական նշանակություն ունի պետական օժանդակությունը: Օրինակ, Ֆրանսիայում, տեղական իշխանությունները մշակել են հատուկ ծրագրեր, ըստ որոնց՝ գյուղական համայնքների բնակիչները ֆինանսական աջակցություն են ստացել իրենց տները բարեկարգելու, միջազգային ստանդարտներին համապատասխանեցնելու համար, ինչն էականորեն նպաստել է ոլորտի զարգացմանը: Իտալիայում, օրինակ, տեղական ինքնակառավարման մարմինները մասնավոր հատվածի հետ համագործակցության արդյունքում նպաստել են իրենց տարածաշրջանների առաջնումանը՝ մասնակցելով ազգային և միջազգային զբոսաշրջային տոնավաճառների: Մեկ այլ կարևոր քայլ է հասարակական վայրերի վերականգնումն ու պահպանումը՝ ագրոզբոսաշրջիկների զբոսանքի և էքսկուրսիաների համար,
- միջազգային փորձի վերլուծության արդյունքում բացահայտվել են նաև ագրոզբոսաշրջության զարգացման որոշ խոչընդոտներ և սահմանափակումներ, որոնցից են՝ տեղական ենթակառուցվածքների զարգացմանն ուղղված ներդրումների պակասը, պետական աջակցության, բիզնեսին աջակցության և խորհրդատվության հասանելիության պակասը (օրինակ՝ Ավստրալիայում), ենթակառուցվածքների ոչ բավարար մակարդակը, դեպի զբոսաշրջային կարևոր նշանակություն ունեցող վայրեր տանող ճանապարհների ոչ բարվոք վիճակը, զբոսաշրջության ոլորտում պետական կապիտալ ծախսերի ոչ բավարար մակարդակը, վիզայի խնդիրները, բրենդի (իմիջի) բացակայությունը միջազգային շուկայում, ագրոզբոսաշրջության զարգացման ազգային ծրագրի, պետական-մասնավոր համագործակցության

բացակայությունը, գյուղական բնակչության կրթության ցածր մակարդակը, մարքեթինգային գործունեության բացակայությունը (ԵԱՏՄ երկրներ) և այլն,

- ըստ հետազոտությունների՝ ագրոգրոսաշրջության հետագա աճին նպաստելու են տեխնոլոգիական առաջընթացը, համացանցի հասանելիության ապահովումը գյուղական բնակավայրերում, մարքեթինգային արդյունավետ գործիքակազմի կիրառումը:

Վերլուծությունից պարզվում է, որ հատկապես ԵԱՏՄ երկրներում առկա են մի շարք խոչընդոտներ, որոնք բնորոշ են նաև ՀՀ-ին: Այդ խոչընդոտների վերացման ճանապարհին հատկապես առաջնահերթ են օրենսդրական դաշտի բարելավումը, վիճակագրական հաշվառումը, ագրոգրոսաշրջության զարգացման ռազմավարական ծրագրերի մշակումը և իրականացումը, մարքեթինգային միջոցառումները, համապատասխան ենթակառուցվածքների ստեղծումը և արդիականացումը, ճանապարհների բարեկարգումը, ագրոգրոսաշրջային գործունեություն ծավալողների համար գործարարության և հյուրընկալության դասընթացների կազմակերպումը, գրոսաշրջության այլ տեսակների համադրմամբ հետաքրքիր տուրերի կազմակերպումը, ագրոգրոսաշրջային ծառայությունների լայն տեսականու առաջարկումը, գրոսաշրջության ոլորտում գործող տարբեր հասարակական միավորումների հետ համագործակցությունը և այլն:

ՀՀ ԼՈՌՈՒ ԵՎ ՏԱՎՈՒՇԻ ՄԱՐԶԵՐՈՒՄ
ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԱՌԿԱ ԻՐԱՎԻՃԱԿԻ
ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ

2.1 ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերի սոցիալ-տնտեսական զարգացման ընդհանուր բնութագիրը

Դեռևս խորհրդային տարիներին Հայաստան այցելող սակավաթիվ օտարերկրյա զբոսաշրջիկները խոստովանում էին՝ «Հայաստանը թանգարան է բաց երկնքի տակ», «Աշխարհի ոչ մի մասում փոքր տարածքի վրա այսքան հրաշքների չես հանդիպի, որքան Հայաստանում», որ այս քարաստանի բնակիչները «քարից հաց են քամում» ու արևահամ պտուղ, գինի ու կոնյակ ստանում: Այսպիսին է Հայաստանը նաև այսօր, ու բարեբախտաբար այլևս սակավաթիվ չեն օտարերկրյա զբոսաշրջիկները: Զբոսաշրջության, այդ թվում՝ ագրոզբոսաշրջության պահանջարկի մեծացումը նոր խնդիրներ է առաջադրում հանրապետության ռեկրեացիոն ռեսուրսների գնահատմանը, ենթակառուցվածքների զարգացմանը, զբոսաշրջության գծով մասնագետների պատրաստմանը և բնակչության հյուրընկալության մշակույթի զարգացմանը: Այս հիմնախնդիրները որոշակի տարածաշրջանային առանձնահատկություններ ունեն և դրան համապատասխան լուծումներ են պահանջում: Ուստի, սույն հետազոտության շրջանակում առավելապես կսևեռվենք Լոռու և Տավուշի մարզերի զբոսաշրջային ներուժի գնահատման և դրանց արդյունավետ օգտագործման հարցերի վրա: Անժխտելի է, որ զբոսաշրջության զարգացումը փոխադարձաբար կապված է վարչական միավորների սոցիալ-տնտեսական զարգացման հետ: Ուստի, համառոտ ներկայացնենք Լոռու և Տավուշի մարզերի սոցիալ-տնտեսական զարգացման արդի վիճակը:

Լոռու մարզ: ՀՀ Լոռու մարզը տարածքի մեծությամբ երրորդն է հանրապետությունում, զբաղեցնում է ՀՀ տարածքի 12.7%-ը: Լոռին հանրապետության հյուսիսային դարպասն է, սահմանակից է Վրաստանի Հանրապետությանը (110 կմ երկարությամբ), արևելքից՝ Տավուշի, արևմուտքից՝ Շիրակի, հարավից՝ Կոտայքի և Արագածոտնի մարզերին³¹: ՀՀ Լոռու մարզն ընդգրկում է Սպիտակի, Ստեփանավանի, Տաշիրի, Թումանյանի, Գուգարքի տարածաշրջանները: Մարզի տարածքում են գտնվում Վանաձոր, Սպիտակ, Ստեփանավան, Ալավերդի, Տաշիր, Ախթալա, Թումանյան, Շամլուղ քաղաքները:

³¹ Տե՛ս ՀՀ Լոռու մարզի 2017-2025 թ. զարգացման ռազմավարություն, Լոռի 2017, էջ 8-9, <http://lori.mtad.am/files/docs/48161.pdf>:

2016-2017 թ. համայնքների խոշորացման արդյունքում Լոռու մարզում ձևավորվել է 56 համայնք, որից 8-ը՝ քաղաքային և 48-ը՝ գյուղական:

Լոռու մարզում ծովի մակերևույթից բարձրագույն կետը Աջքասար լեռան գագաթն է (3196 մ), ամենացածրը՝ Դեբեդ գետի ստորին հոսանքի շրջանը (շուրջ 380 մ³²): Լոռու մարզն ընդգրկում է Դեբեդ գետի ավազանն ամբողջությամբ և ունի ոչ հարթ ռելիեֆ. տարածքի շուրջ 80%-ը զբաղեցնում են լեռնաշղթաները և խոշոր լեռները: Նրա տարածքում են ձգվում Զավախքի, Բագուսի, Փամբակի, Գուգարաց, Վիրահայոց, Հալաբի լեռնաշղթաները: Առանձնանում են Փամբակի, Լոռվա զոգավորությունները և Լոռվա ձորը: Մարզի տարածքով է հոսում Դեբեդ գետը (154 կմ երկարությամբ, 2-րդը՝ հանրապետությունում)՝ իր Ջորագետ, Մարցագետ և Փամբակ վտակներով: Ագրոկլիմայական տեսակետից ինտենսիվ ոռոգման գոտում է: Հարուստ է հանքային աղբյուրներով:

Մարզն աչքի է ընկնում համեմատաբար խոնավ կլիմայով: Միջին և բարձրադիր գոտում կլիման բարեխառն լեռնային է՝ տևական, ցուրտ ձմեռներով: Ամեն տարի հաստատվում է կայուն ձնածածկույթ: Ամառները տաք են, համեմատաբար խոնավ: Ի տարբերություն Շիրակի և Տավուշի մարզերի՝ այստեղ տեղումների քանակը բավականին մեծ է, տարեկան դիտարկվում են 600-700 մմ մթնոլորտային տեղումներ: Նախալեռնային գոտում կլիման մերձարևադարձային է, չափավոր շոգ և չորային ամառներով, մեղմ ձմեռներով: Մարզի տարածքում տիրապետում են անտառային, լեռնատափաստանային, մերձալպյան մարգագետինները: Անտառային պետական ֆոնդը կազմում է 101,205 հա, որից անտառածածկ է 86 հազ. հա-ն: Անտառային ֆոնդը կազմում է մարզի տարածքի շուրջ 27%-ը, հանրապետության անտառային ծածկույթի՝ 30%-ը: Հիմնական ծառատեսակներն են հաճարենին, կաղնին, բոխին և սոճին, իսկ ոչ հիմնական տեսակները՝ լորենին, կեչին, թեղին, հացենին: Անտառածածկ տարածքներն ընդգրկում են Թումանյանի, Ստեփանավանի և Գուգարքի տարածաշրջանները: Մարզում առկա են 3 արգելավայրեր («Գյուլագարակի», «Մարգահովիտի», «Կովկասյան մրտավարդի»)՝ 17576 հա ընդհանուր մակերեսով, 2 բուսաբանական այգի: Անձնագրավորված է բնության 9 հուշարձան՝ 165 հա ընդհանուր մակերեսով: Մարզի ողջ տարածքը գտնվում է սեյսմիկ վտանգավորության գոտում (3-րդից 1-ին գոտիականության): Հատկապես մարզի կենտրոնական մասը՝ Վանաձոր, Սպիտակ, Ստեփանավան քաղաքներով, առավել զգայուն է 9 և ավելի ուժգնությամբ երկրաշարժերի նկատմամբ: Թերևս դա էր պատճառը, որ 1988 թ. Սպիտակում տեղի ունեցած երկրաշարժը ավերեց տարածաշրջանը և հսկայական վնաս հասցրեց մարզի տնտեսությանը: Մարզում զգալի տարածում ունեն նաև սողանքները, որոնք ներկայացնում են ինչպես առանձին վտանգ, այնպես էլ մեծացնում են սեյսմիկ ռիսկը: Մասնավորապես, Փամբակի լեռ-

³² Տե՛ս Լոռու մարզպետարան, ՀՀ Լոռու մարզի նկարագիրը, <http://lori.mtad.am/description/>:

նաշղթայի Վանաձոր քաղաքին հարող լանջերը, քաղաքի գրեթե ամբողջ երկարությամբ, սողանքավտանգ են³³:

Մարզի տնտեսության առաջատար ճյուղերը գյուղատնտեսությունն ու արդյունաբերությունն են: Գյուղատնտեսության ոլորտում առանձնանում են հացահատիկի, կարտոֆիլի, բանջարեղենի և անասնաբուծական մթերքի արտադրությունները: Մարզի արդյունաբերության հիմնական ուղղություններն են հանքագործական արդյունաբերությունը և մշակող արդյունաբերությունը: 2018 թ. մարզի տնտեսության հիմնական հատվածների տեսակարար կշիռները Հայաստանի Հանրապետության համապատասխան ճյուղերի ընդհանուր ծավալում կազմել են՝ արդյունաբերություն՝ 4.6%, գյուղատնտեսություն՝ 8.2%, շինարարություն՝ 4.8%, մանրածախ առևտուր՝ 3.1%, ծառայություններ՝ 1.2 %³⁴:

Մարզը հարուստ է օգտակար հանածոներով և իր նշանակությամբ երկրորդն է Հայաստանի Հանրապետությունում: Լոռու լեռների հարստությունը հիմնականում փայլուն պղինձն է, որն առանձնանում է բարձր որակական հատկանիշներով: Օգտակար հանածոները ներկայացված են ինտրոզիվ (խորքային) ծագման երեսպատման քարերով, ավազակոպճային խառնուրդով, բազալտներով, իսկ գունավոր մետաղական հանածոներից են արծաթը, մոլիբդենը, ոսկին (շահագործվում են Թեղուտի, Շամլուղի պղնձի հանքավայրը, Մղարթի և Արմանիսի ոսկի-բազմամետաղային հանքավայրերը)³⁵:

Լոռու մարզի գյուղատնտեսական նշանակության հողերը կազմում են 251052.7 հա (մարզի տարածքի 66%-ը և հանրապետության գյուղնշանակության հողերի 12.3%-ը), որից՝ վարելահողեր՝ 42089.4 հա (16.8%), բազմամյա տնկարկներ՝ 420.7 հա (0.2%), խոտհարքներ՝ 35110.4 հա (14.0%), արոտավայրեր՝ 145650.5 հա (58%), այլ հողատեսքեր՝ 27781.6 հա (11.0%): Մարզում ոռոգելի հողատարածքները կազմում են 9612.1 հա (22.8%), որոնք հիմնականում գտնվում են Սպիտակի, Ստեփանավանի և Թումանյանի տարածաշրջաններում³⁶:

Լոռու մարզում առկա են շուրջ 39,7 հազ. գյուղացիական և 23 ֆերմերային խոշոր տնտեսություններ: Մարզում զարգացած է մեղվաբուծությունը, կաթի, պտուղ-բանջարեղենի վերամշակումը³⁷:

Տավուշի մարզ: Տավուշի մարզը զբաղեցնում է ՀՀ տարածքի 9,1%-ը, մարզում կա 5 քաղաք, 61 գյուղ: Տավուշի մարզը գտնվում է Հայաստանի

³³ Տե՛ս Լոռու մարզպետարան, ՀՀ Լոռու մարզի նկարագիրը, <http://lori.mtad.am/description/>:

³⁴ Տե՛ս ՀՀ ՎԿ, Լոռու մարզը թվերով, 2019, <https://armstat.am/file/doc/99517233.pdf>:

³⁵ Տե՛ս Լոռու մարզի 2017-2025 թթ. զարգացման ռազմավարություն, ՀՀՎԿ, Լոռու մարզը թվերով, 2019, <https://armstat.am/file/doc/99517263.pdf>:

³⁶ Տե՛ս ՀՀ Լոռու մարզի 2017-2025 թթ. զարգացման ռազմավարություն, Լոռի 2017, էջ 24, <http://lori.mtad.am/files/docs/48161.pdf>:

³⁷ Տե՛ս նույն տեղը, էջ 24:

Հանրապետության տարածքի հյուսիսարևելյան հատվածում: Մարզը հարավ-արևելքում և հարավում սահմանակից է Գեղարքունիքի և Կոտայքի մարզերին, արևմուտքում՝ Լոռու մարզին և պետական սահմանով՝ Վրաստանին, հյուսիսում և արևելքում՝ Ադրբեջանին: Մարզի կենտրոնով դեպի հյուսիս-արևելք հոսում է Աղստև գետը: Հայաստանի Հանրապետության ռելիեֆի ամենացածր կետը՝ 390 մ, գտնվում է Դեբեդավան գյուղի մոտ, ամենաբարձր կետը Միավորի լեռնաշղթայի Մուրղուզ լեռն է՝ 2993 մ:

Տավուշի մարզը տարածվում է Փոքր Կովկասի լեռնաշղթաների արտաքին շարի վրա (Վիրահայոց, Գուգարաց և Միավորի լեռներ): Գտնվում է Հայաստանի Հանրապետության չափավոր խոնավ տարածաշրջանում: Ամառները տաք են, ձմեռները՝ մեղմ: Բնական լիճը Դիլիջանի մոտ գտնվող Պարզ լիճն է: Այստեղ են գտնվում Ջողազի, Հախումի, Տավուշի, Այգեձորի և Իջևանի արհեստական ջրամբարները: Մարզի ընդհանուր մակերեսի 40.3%-ը զբաղեցնում են խառն անտառները, որոնք աչքի են ընկնում բուսական և կենդանական աշխարհի բազմազանությամբ: Մարզի և հատկապես Աղստևի հովտի բնակլիմայական պայմանները (մեղմ կլիմա, թթվածնով հարուստ լեռնային մաքուր օդ, հանքային բուժիչ ջրեր, անտառներ, դեղաբույսերով հարուստ լեռնաշխարհ) բարենպաստ են բնակչության հանգստի կազմակերպման, առողջության վերականգնման և զբոսաշրջության զարգացման համար: Իջևան քաղաքից 7 կմ հեռավորության վրա գտնվող Ենոքավան գյուղի վարչական տարածքի (ծովի մակերևույթից 1370 մ բարձրությամբ) 7 հա տարածության վրա գործում է Հայաստանում նախադեպը չունեցող էքստրիմի և զվարճանքների պարկը, որտեղ տարեցտարի ավելանում են ակտիվ հանգստի տեսակները, ինչպես նաև ջրային մարզաձևերը:

Մարզի կենտրոնով է անցնում Հյուսիսային Կովկաս-Թբիլիսի-Երևան գազատարը: Մարզով ձգվում են 146 կմ միջպետական, 253 կմ հանրապետական նշանակության ճանապարհներ: Աղստևի ձորով է անցնում Իջևան-Հրազդան երկաթուղու 70 կմ-ոց հատվածը (ներկայումս չի գործում): Հյուսիսային սահմանի երկայնքով՝ Դեբեդի ավով, անցնում է Երևան-Թբիլիսի երկաթուղու 7 կմ-ոց հատվածը: Մարզի 47 բնակավայրեր սահմանամերձ են Ադրբեջանին և ունեն ռազմավարական կարևոր նշանակություն՝ մշտապես կրելով պատերազմական իրադարձությունների հետևանքները: Դրանով է պայմանավորված նաև այդ բնակավայրերի քիչ բնակեցվածությունն ու տնտեսապես թույլ զարգացածությունը:

Մարզը հանրապետության վառ արտահայտված գյուղատնտեսական շրջաններից է: Անասնաբուծության մեջ առաջատար ճյուղեր են համարվում խոշոր եղջերավոր անասնաբուծությունն ու խոզաբուծությունը, իսկ բուսաբուծության մեջ՝ հացահատիկային մշակաբույսերի մշակությունն ու խաղողագործությունը: Վերջին տարիներին իրագործված բազմաթիվ խթանող գյուղատնտեսական ծրագրերի շնորհիվ զարգանում է պտղաբուծությունը,

ինչով մարզը նախկինում մեծ համբավ է վայելել: Տարեցտարի զարգանում է նաև մեղվաբուծությունը:

Մարզի տնտեսության առաջատար ճյուղը մշակող արդյունաբերությունն է: Առավել գերակշռող են սննդի արդյունաբերությունը և փայտամշակությունը: Մարզում արտադրվող արդյունաբերական արտադրանքից արտաքին շուկա են հանվում գինիներ, պահածոներ, հանքային ջուր, քարե և փայտե, վերջերս նաև՝ տեքստիլ արտադրատեսակներ:

Մարզկենտրոն Իջևան քաղաքը (2019 թ. տարեսկզբին՝ 20.4 հազ. բնակիչ) գտնվում է Երևանից 133 կմ հեռավորության վրա, մարզի հյուսիս-արևելյան հատվածի վարչական, արդյունաբերական, կրթամշակութային կենտրոնն է և տրանսպորտային հանգույցը: Քաղաքի արդյունաբերության հիմնական ուղղությունը մշակող արդյունաբերությունն է, մասնավորապես՝ փայտամշակումը, սննդամթերքի, հանքային ջրի և գինու արտադրությունը: Իջևան քաղաքի գորգերը նախկինում շատ մրցունակ են եղել ներքին և արտաքին շուկաներում, սակայն վերջին տարիներին այդ գործունեությամբ զբերթ չեն զբաղվում³⁸:

2018 թ. ՀՀ Տավուշի մարզի տնտեսության հիմնական հատվածների տեսակարար կշիռները ՀՀ համապատասխան ճյուղերի ընդհանուր ծավալում կազմել են՝ արդյունաբերություն՝ 0,8%, գյուղատնտեսություն՝ 4,4%, շինարարություն՝ 3,9%, մանրածախ առևտուր՝ 2,5%, ծառայություններ՝ 1,0%³⁹:

Մարզի գյուղատնտեսական նշանակության հողատեսքերը կազմում են 110762.8 հա, որից՝ վարելահող՝ 25588.4 հա, բազմամյա տնկարկներ՝ 1902.2 հա, որից՝ խաղողի այգիներ՝ 1198.1 հա, պտղատու այգիներ՝ 704.1 հա, խոտհարքներ՝ 9401.3 հա, արոտավայրեր՝ 63065.6 հա, այլ՝ 10805.4 հա: Բացի վերը նշվածից, տնամերձ հողատարածքներում ևս կան բազմամյա տնկարկներ՝ 2030.8 հա, որից՝ խաղողի այգիներ՝ 158.9 հա, պտղատու այգիներ՝ 1871.9 հա:

25588.4 հա վարելահողից 7210.7 հա-ն պատերազմական գործողությունների պատճառով չի մշակվում: 18377.7 հա փաստացի վարելահողից 2017 թ. ցանքի տակ է դրվել ընդամենը 8567 հա-ն:

Մարզում կա 10 սառնարանային տնտեսություն՝ շուրջ 2950 տ տարողությամբ: 2019 թ. ավարտվել է Աչաջուր համայնքում 2500 տ տարողությամբ սառնարանային տնտեսության կառուցումը:

2019 թ. համայնքապետարաններին և մասնավոր հատվածին աջակցություն է ցուցաբերվել մի շարք ներդրումային ծրագրերի կազմման և ներդրողներին ներկայացման գործընթացում, մասնավորապես՝ սպանդանոցի, տոհմային անասնաբուծական տնտեսությունների, սառնարանային տնտեսությունների, չորանոցների, ջերմատների, այգիների հիմնում և այլն:

³⁸ Տե՛ս ՀՀ ՎԿ, ՀՀ Տավուշի մարզը թվերով, 2019, Եր., 2019, էջ 16-21, <https://www.armstat.am/am/?nid=775>:

³⁹ Տե՛ս նույն տեղը, էջ 17:

Պայմանավորված Տավուշի մարզի սահմանամերձ տարածաշրջանների տնտեսական ներուժի անկմամբ, ֆինանսական միջոցների սակավությամբ, բնակչության թվաքանակի զգալի նվազմամբ, աշխատատեղերի բացակայությամբ, երիտասարդության արտահոսքով և մի շարք այլ խոցելի հիմնախնդիրներով՝ Տավուշի մարզի սահմանամերձ մի շարք համայնքների տրամադրված են հարկային արտոնություններ⁴⁰:

Տավուշի մարզի արդյունաբերության զարգացումը պայմանավորված է 2018 թ. հունվարից Հայաստանում ուժի մեջ մտած «Փոքր և միջին ձեռնարկատիրությունների (ՓՄՁ) համար հարկային արտոնությունների հնարավորություններ» հարկային համակարգի ներդրմամբ, ըստ որի՝ Տավուշի մարզի Դիլիջան համայնքում առնվազն 2 միլիարդ ՀՀ դրամի ներդրմամբ ծրագրերի գործունեությունն ազատված է ԱԱՀ-ից և շահութահարկից⁴¹:

Որպես Տավուշի մարզի ռազմավարական նպատակների հիմնական գերակայություններ՝ սահմանվել են⁴².

- արդյունաբերության և արտահանման խթանում,
- զբոսաշրջության և ՏՀՏ ոլորտի զարգացում,
- գյուղատնտեսության ու գյուղական տարածքների արդիականացում,
- սննդի արդյունաբերություն և ՓՄՁ-ների ստեղծում:

2.2

ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերի զբոսաշրջային ռեսուրսները

Լոռու և Տավուշի մարզերն աչքի են ընկնում գեղատեսիլ բնությամբ, թթվածնով հարուստ, էկոլոգիապես մաքուր օդով, բուժիչ հանքային ջրերով և անտառներով, իսկ եթե դրանց ավելացնենք մարզերի պատմամշակութային հուշարձանները՝ բերդերը, ամրոցները, եկեղեցիներն ու վանական համալիրները, խաչքարերը, կամուրջները, հուշակոթողներն ու հուշադրյուրները, ապա կներկայանա ռեկրեացիոն ռեսուրսների ամբողջական համայնապատկերը:

Նշված մարզերում կարող են զարգանալ կրոնական, պատմամշակութային, էկո- և ագրո-, գաստրոնոմիական, առողջարանային, արկածային, սպորտային, փառատոնային զբոսաշրջությունը և այլ տեսակներ:

Տավուշի մարզը հարուստ է պատմամշակութային կոթողներով, որոնց

⁴⁰ Տե՛ս ՀՀ օրենքը «Սահմանամերձ համայնքներում իրականացվող գործունեությունը հարկերից ազատելու մասին»՝ ընդունված 2014 թ., <https://www.arlis.am/documentview.aspx?docID=102100>:

⁴¹ Տե՛ս Ինչպիսի՛ հարկային արտոնություններ են գործում Հայաստանում, <https://sme.acba.am/hy/harkayin-artonutyunner>:

⁴² Տե՛ս ՀՀ Տավուշի մարզի 2017-2025 թթ. զարգացման ռազմավարություն, <http://www.mtad.am/files/docs/1780.pdf>:

շարքին են դասվում ամրոցները և բերդերը (Տավուշ, Մանթաշ, Բուդուր, Գավարզին, Գագա, Բերդաքար, Ուզունթալայի դիտաշտարակ ամրոցաձև շենք, Թանիկ, Աղջկաբերդ, Աշոտ Երկաթի բերդ, Կայան, Բերդավան), եկեղեցիները և վանքերը (Հաղարծին, Առաքելոց, Դեղձնուտ, Սամսոն, Սրվել, Կիրանց, Մակարավանք, Ջուխտակ վանք, Մաթոսավանք, Գոշավանք, Մորու ձոր կամ Ծովզ վանք, Շխմուրադի վանք, Վարազավանք, Կապտավանք, Աղավնավանք, Խորանաշատ վանական համալիր), խաչքարերը և մահարձանները (Կիրանց, Բերքաբեր, Գանձաքար, Գոշ, Հաղարծին, Քնած խաչքարեր՝ Բերդում, Մխիթար Գոշի մահարձան), քարավանատները (Առաքելոց գյուղատեղի), կամուրջները (Մալահ, Սրանոց), արհեստները (գորգագործություն, ասեղնագործություն, ժանեկագործություն, փայտամշակություն, քարագործություն, քանդակագործություն, գինեգործություն), տոներ-ավանդույթները (Վարդավառ, Նուրի-նուրի, Չոբանի օր, Եդի օրեր), խաղերը (Ջջլախտի (տղաների խաղ), Կլասի, Կոխ, Քարկտիկ (տյապկի), Թելով խաղ, Սիբրի, Պարան (2+1), Չիլկի, Իշկտրուկի), հնավայրերը (Հովք), խոհանոցը (հոնասպաս, դոմաքաշովի, ուրցի խորոված, կոնչոլ, լոբիով սպաս, փթոուկ, մոխոխ, գառան արյուն, գառան խաշլամա, խաշիլ, խաթխաշ, ճմբուռ և այլն)⁴³:

Մարզի զբոսաշրջային առաջարկները ներկայանում են էկոլոգիական երթուղիների, լեռնահեծանավային երթուղիների (Դիլիջանի տարածաշրջան), քայլարշավային արահետների (Դիլիջանի, Բերդի, Իջևանի տարածաշրջաններ) և Տրանսկովկասյան արահետի (հիմնականում «Դիլիջան» ազգային պարկի տարածք), ձիարշավների (հիմնականում Իջևանի տարածաշրջան) տեսքով: Յուրահատուկ զբոսաշրջային առաջարկներ են Աչաջուր գյուղում նորաբաց գինու բակը և տարբեր բնակավայրերում տեղացի բնակիչների կողմից արտադրվող տարատեսակ հուշանվերները: Տավուշի մարզում կազմակերպվում են նաև փառատոներ: Հաղարծին վանական համալիրը, բացի պասիվ-ճանաչողական, կրոնական զբոսաշրջությունից, առաջարկում է նաև ակտիվ-ճանաչողական զբոսաշրջություն՝ «Ապրիլ ինչպես վանական» զբոսաշրջային արտադրանքի տեսքով: Մարզին բնորոշ զբոսաշրջային յուրահատուկ ռեսուրս է համարվում հուշադրյուրների կառուցման մշակույթը (Նոյեմբերյանի և Բերդի տարածաշրջաններ), որտեղ (հուշադրյուրներում) ցանկացած ոք կարող է կազմակերպել իր ընտանիքի և ընկերների մեկօրյա հանգիստը (անվճար)⁴⁴:

⁴³Տե՛ս Հայաստանի ազգային առկա, հատոր Ա, Եր., 2007, <https://www.cadastre.am/atlasA>, Տավուշի մարզի զբոսաշրջության զարգացման աշխատանքային խմբի հետազոտության արդյունքները ներկայացնող հաշվետվություններ, 2019, <http://tavush.mtd.am/files/announcements/6448.pdf>, Տավուշ: Սոցիալ-մշակութային գործընթացներ (Ավանդույթ և արդիականություն)/ՀՀ ԳԱԱ, Հնագիտության և ազգագրության ինստիտուտ, Եր., 2014, Տավուշ: նյութական և հոգևոր ժառանգություն, Հանրապետական գիտական նստաշրջանի նյութեր, Եր., 2009, <http://tavush.mtd.am/files/announcements/6448.pdf>:

⁴⁴ Տե՛ս Տավուշի մարզի զբոսաշրջության զարգացման աշխատանքային խմբի հետազոտության արդյունքները ներկայացնող հաշվետվություններ, 2019:

Տավուշի մարզը համարվում է զբոսաշրջության զարգացման մեծ ներուժ և լայն շուկա ունեցող մարզ, որի իրական զբոսաշրջային շուկան գնահատվում է տարեկան շուրջ 300 000 զբոսաշրջիկ՝ կազմակերպված (13%) և ինքնակազմակերպ (87%) այցելությունների տեսքով:

Տավուշի մարզն ունի զբոսաշրջության զարգացման մեծ ներուժ, որի վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ մարզում, որպես զբոսաշրջության առանցքային ուղղություններ, կարող են դիտարկվել հետևյալ տեսակները (իրենց ճյուղային տարատեսակներով)՝ առողջարանային/ռեկրեացիոն, էկոլոգիական, կրթական, էքստրենալ/արկածային, ագրո-/գյուղական, մշակութային (սյուրթական, ոչ սյուրթական, կրոնական): Տավուշի մարզում հեռանկարային են համարվում մարզի ռեսուրսների վրա հիմնված զբոսաշրջության հետևյալ տեսակները՝ գործարար (MICE), հնագիտական, գինու, սահմանամերձ, ջրային զբոսաշրջությունը (գետային, ջրամբարային), պարապլանիզմը, լեռնագնացությունը, ուխտագնացությունը⁴⁵:

Լոռին առանձնահատուկ է իր գեղատեսիլ բնությամբ, հարուստ պատմամշակութային ժառանգությամբ և համարվում է հայաստանյան զբոսաշրջության ամենագրավիչ անկյուններից մեկը: Այստեղ են գտնվում 3000-ից ավելի հուշարձաններ ու կոթողներ⁴⁶:

Լոռու մարզը զբոսաշրջային մեծ ներուժ ունի, որը պայմանավորված է ոչ միայն բնության հուշարձաններով, այլ նաև մարզում գտնվող, դարերի խորքից մեզ հասած պատմամշակութային մեծ արժեք ունեցող կոթողներով: Լոռու տարածքում մարդու մշակութային գործունեության հետքերը գալիս են վաղնջական ժամանակներից: Այդ մասին են վկայում դեռևս 19-րդ դարի վերջերին և 20-րդ դարի սկզբներին Ախթալայի և Շամլուղի մերձակայքում՝ Ժակ Մորգանի, Սանահինում և Դեսեղում՝ Ալ. Երիցյանի, Որնակում (այժմ՝ Ակներ)՝ Ն. Մառի, Հաղպատում, Պրիվոլնոյեում, Յաղդանում՝ Ե. Թադայաշվիլու, Օձունում՝ Ս. Տեր-Ավետիսյանի և այլոց պեղումներով ի հայտ եկած, մ.թ.ա 3-րդ-1-ին հազարամյակներին վերաբերող մշակույթի արժեքավոր հուշարձանները, նաև հետագայում Դեբեդի ավազանի, Վանսաձորի, Լոռի բերդի, Քոսի ճոթեր, Ղարաքոթուկ, Լորուտ և այլ հնավայրերի պեղումների արդյունքները⁴⁷:

Պատմական նշանակություն ունեն մարզում գտնվող Լոռի բերդի փլատակները⁴⁸, Օձունի, Քոբայրի ու Ախթալայի վանքերը և բազմաթիվ այլ կա-

⁴⁵ Տե՛ս ՀՀ Տավուշի մարզի զբոսաշրջության զարգացման հայեցակարգ 2019-2024 թթ., էջ 15-16, Տավուշ-2019, <http://tavush.mtad.am/files/announcements/6448.pdf>:

⁴⁶ Տե՛ս ՀՀ Լոռու մարզի 2017-2025 թթ. զարգացման ռազմավարություն, Լոռի-2017, էջ 8-9, <http://lori.mtad.am/files/docs/48161.pdf>:

⁴⁷ Տե՛ս ՀՀ Լոռու մարզպետարան, Լոռու մարզի պատմամշակութային կոթողները, <http://lori.mtad.am/historicalmonuments/>:

⁴⁸ Տե՛ս Լոռու տուրիզմի զարգացման և հետազոտության կենտրոն, Լոռու մարզում զբոսաշրջության զարգացման հնարավորությունների հետազոտություն, 2019-2020 թթ., էջ 32, <http://lori.mtad.am/files/docs/48550.pdf>:

ույցներ, որոնցից յուրաքանչյուրի հետ կապվում են յուրօրինակ և հետաքրքիր պատմություններ:

Լոռու մարզում զբոսաշրջային հեռանկարային ճյուղերն են՝

- *արկածային* (Լոռին հայտնի է իր գեղատեսիլ բնությամբ ու բարձրաբերձ լեռներով, ուստի լեռնագնացության հիանալի վայր է՝ Լավվար, Ձիթանից (Մայմեխ), Աչքասար, Բագումթառ, Թեժ լեռներով: Լեռնահեծանվային զբոսաշրջությունը ևս զարգանալու միտում ունի: Վանաձոր քաղաքում գործում է «Բու» լեռնահեծանվային պարկը, Ստեփանավանում՝ «ԼՈՌԷ» ակտիվ հանգստի կենտրոնը, որը կազմակերպում է քայլարշավներ, էքսկուրսիաներ, կինոդիտումներ, էքստրիմ պարկ, ժայռամագլցման արհեստական պատ, զիպլայն, խարույկ վառելու հնարավորություն):
- *առողջարանային* (Լոռու մարզն ունի բնական և մարդածին ռեկրեացիոն բազմաթիվ ռեսուրսներ, կան առողջարաններ, կավաբուժության կենտրոն, նաև խոտաբույսերի տաք պարկերով մերսման հնարավորությամբ հանքային աղբյուրներ),
- *գյուղական* (Լոռու մարզ այցելող զբոսաշրջիկները հնարավորություն ունեն մասնակցելու մրգերի բերքահավաքի, բերքի վերամշակման, տարբեր մրգերից օդու պատրաստման, մեղրի պատրաստման, համտեսի, արհիշտայի պատրաստման, կճուճում պանրի հորման, խնոցիում կարագի պատրաստման, թոնիրում լավաշի, հացի թխման արարողության),
- *գասարոզբոսաշրջություն* (Լոռին հայտի է պանրի տեսակներով և ուտելի խոտաբույսերով: Վերջիններից պատրաստում են բազմատեսակ աղցաններ, տապակում են ձվով կամ պարզապես տապակում են և մատուցում մածոնով: Բազմազան է նաև լոռեցիների թթվի տեսականին՝ շուշան, դանձիլ, սինդրիկ և այլն: Հայտնի է նաև Լոռվա փթռուկ ուտեստը, որը սովորաբար հենց խոտաբույսերով պատրաստված ապուր է՝ կաթով և այլուրով),
- *էկոզբոսաշրջություն* (մեր երկրում կա շուրջ 300 տեսակի թռչուն, որոնցից 260-ը ձվադրում է Լոռու մարզի տարածքում: Այստեղ էկոզբոսաշրջության զարգացման համար ստեղծվել են վրանային և ճամբարային կացարաններ, էկոերթուղիների ցուցանակներ և այլն),
- *քաղաքային զբոսաշրջությունը* Վանաձորում:

2018 թվականից Վանաձորի Հայքի հրապարակում գործում է Լոռու այցելուների տեղեկատվական կենտրոնը՝ հիմնված ՄԱԿ-ի Զարգացման ծրագրի կողմից: Կենտրոնն այցելուներին օգնում է գտնել կացարաններ, համապատասխան տրանսպորտ, կազմակերպում է քաղաքային տուրեր, այցելու-

թյուններ Վանաձորի վարպետներին, տարբեր ոլորտների վարպետության դասեր զբոսաշրջիկների համար⁴⁹:

Զբոսաշրջության մեջ առանձնակի կարևորվում են զբոսաշրջիկի համար հարմարավետ կացարանները, այդ թվում՝ հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտները: Վերջիններս ներառում են հյուրանոցներ, հյուրանոցատիպ հանգրվաններ, առողջարաններ, հանգստյան տներ:

Լոռու մարզում է գտնվում բնական քաղցրահամ աղբյուրը՝ Պուշկինի լեռնանցքի բարձրադիր մասում, Վանաձոր-Ստեփանավան հին ավտոճանապարհի անմիջական հարևանությամբ՝ Բագումի լեռնաշղթայի արևելյան մասում, ծովի մակարդակից 2103 մ բարձրության վրա: Նպատակահարմար է այցելել նաև հետևյալ վայրերը՝ Կաթնաղբյուր հանքային ջուր, Սպիտակի բնապատմական համալիր, «Զառներ» և «Բլոշտափ» բնական և մարդածին քարանձավների համալիրներ, «Օձի պորտ» ժայռապատկեր, բուժիչ ջրով աղբյուր, Ձորագետի հրային ներժայթույկ, երկրաբանական բնության հուշարձան⁵⁰:

Անդրադառնանք այս մարզերի հիմնական զբոսաշրջային ռեսուրսներին: Ըստ ՀՀ ԿԳՄՍ նախարարության տրամադրած տվյալների՝ 2020 թ. դրությամբ ՀՀ-ում կար 24225 պատմամշակութային հուշարձան: *Լոռու մարզում պարմամշակութային հուշարձանների թիվը կազմում է 3046, Տավուշում՝ 1996*⁵¹:

2018 թ. դրությամբ ՀՀ-ում եղել է 104 թանգարան, որի 64%-ը՝ Երևանում: Լոռու մարզում կա 8 թանգարան, որից 4-ը՝ պատմական, 1-ը՝ երկրագիտական, 2-ը՝ հուշային, 1-ը՝ գրականության և արվեստի: Տավուշում կա 3 թանգարան, 2-ը՝ պատմական, 1-ը՝ երկրագիտական⁵²: Լոռու մարզում թանգարանների այցելուների թվաքանակը 2018 թ. կազմել է 32421 մարդ, իսկ Տավուշում՝ 11043 մարդ⁵³:

Լոռու և Տավուշի մարզերն ունեն կրոնական զբոսաշրջության զարգացման նախադրյալներ: Ըստ ՀՀ ԿԳՄՍ նախարարության տրամադրած տվյալների՝ ՀՀ-ում առկա է 1475 եկեղեցի, 610 մատուռ: Կրոնական կառույցների ընդհանուր թիվը կազմում է 2444 միավոր: *Լոռու մարզում կառույցների թիվը կազմում է 427, Տավուշում՝ 291*⁵⁴: *Լոռու մարզի Հաղպատի*

⁴⁹ Տե՛ս Լոռու տուրիզմի զարգացման և հետազոտության կենտրոն, Լոռու մարզում զբոսաշրջության զարգացման հնարավորությունների հետազոտություն, 2019-2020 թթ., էջ 18, <http://ori.mtad.am/files/docs/48550.pdf>:

⁵⁰ Տե՛ս ՀՀ Լոռու մարզի տարածքում գտնվող բնության հուշարձաններ, «Ջիկատար» բնապահպանական կենտրոն» ՊՈԱԿ, Եր., 2012, <http://ori.mtad.am/files/docs/10830.pdf>:

⁵¹ Տեղեկատվությունը՝ ՀՀ ԿԳՄՍ նախարարությունից, տվյալները հիմնված են Պատմամշակութային ժառանգության գիտահետազոտական կենտրոնի հաշվարկների վրա:

⁵² Տե՛ս ՀՀ սոցիալական վիճակը 2018 թ., էջ 590, https://www.armstat.am/file/article/soc_vich_2018_25.pdf:

⁵³ Տե՛ս նույն տեղը, էջ 591:

⁵⁴ Տեղեկատվությունը՝ ՀՀ ԿԳՄՍ նախարարությունից, տվյալները հիմնված են Պատմամշակութային ժառանգության գիտահետազոտական կենտրոնի հաշվարկների վրա:

և Սանսահինի վանական համալիրները 1996 թ. ներառվել են ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի Համաշխարհային ժառանգության ցանկում⁵⁵:

Լոռու մարզի եկեղեցիներից ու վանական համալիրներից են Սուրբ Մարիամ Աստվածածին եկեղեցին, Աքորի Սուրբ Գևորգ եկեղեցին, Օձունի տաճարը, Սուրբ Մինաս եկեղեցական համալիրը, Սանսահինի վանքը, Հաղպատավանքը, Ախթալայի վանքը, Քոբայրի վանքը, Հոռոմայրի Սուրբ Նշանը, Հարթագյուղի Սուրբ Հովհաննես մատուռը և այլն:

Տավուշի մարզի եկեղեցիներից ու վանական համալիրներից են Աղավնավանքը, Ջուխտակ վանքը, Մաթոսավանքը, Սամսոնավանքը, Մակարավանքը, Գոշավանքը, Սուրբ Սարգիս վանքը, Կիրանց վանքը, Հաղարծնի վանքը, Նոր Վարագավանքը և այլն:

Լոռու և Տավուշի մարզերը հարուստ են նաև առողջարանային ռեսուրսներով: ՀՀ առողջապահության նախարարության «Կուրորտաբանության և ֆիզիկական բժշկության գիտահետազոտական ինստիտուտ» ՓԲԸ-ն Հայաստանում առանձնացրել է 10 կուրորտային գոտիներ, որոնք ունեն առողջարանային-վերականգնողական զբոսաշրջության զարգացմանն անհրաժեշտ բոլոր բնական բուժիչ ռեսուրսները՝ հանքային ջրեր, բուժիչ ցեխեր և տորֆեր, կլիմայաբուժության կազմակերպման համար բարենպաստ կլիմայական պայմաններ: Այդ առողջարանային գոտիներից 3-ը գտնվում են վերոնշյալ մարզերում: Դրանք են.

1. Դիլիջանի լեռնակլիմայական, հանքաջրաբուժական առողջարան, որի հիմնական բուժիչ գործոններն են լեռնային շղթայի բարենպաստ լեռնաանտառային կլիմայական պայմանները և սառը, ածխաթթվային, բուժիչ հանքային ջրերը: Դիլիջանի բուժառողջարարական ռեսուրսներն իրենց հատկություններով շատ մոտ են, իսկ որոշ ցուցանիշներով գերազանցում են այնպիսի հանրահայտ առողջարաններին, ինչպիսիք են Բորժոմին, Աբաթումանը, Կիսլովոդսկը, Էսենտուկին, Պյատիգորսկը և այլն: Դիլիջանում գործում է «Լեռնային Հայաստան» առողջարանը:
2. Ստեփանավան-Գյուլագարակ լեռնակլիմայական, հանքաջրաբուժական առողջարան, որի հիմնական բուժիչ գործոններն են չափավոր սառը, անտառային կլիման, հարուստ բուսականությունը, անտառային զանգվածը, մաքուր օդը, ածխաթթվային հանքային ջրերը:
3. Լոռու առողջարանային գոտի, որի հիմնական բուժիչ գործոններն են բարենպաստ լեռնաանտառային կլիման, հանքային ջրերի աղբյուրները, բուժիչ տորֆի հանքաշերտերը⁵⁶: Վանաձորի առողջարանում բուժում են աղեստամոքսային, ծայրամասային նյարդային համա-

⁵⁵ Properties inscribed on the World Heritage List, <http://whc.unesco.org/en/statesparties/am>

⁵⁶ Стів Атлас - климат и природные лечебно-оздоровительные ресурсы Армении. Под гл. ред. Б. Арутюняна. Ер., 2010, էջ 124-133:

կարգի, հենաշարժական ապարատի, շնչառական համակարգի, կանանց և տղամարդկանց սեռական օրգանների քրոնիկ բորբոքային, էնդոկրին համակարգի, առաջին և երկրորդ աստիճանի գերճնշման հիվանդություններ⁵⁷:

Լոռու և Տավուշի մարզերում էական նախադրյալներ կան էկոզո-սաշրջության զարգացման համար: Տավուշի մարզում է գտնվում «Դիլիջան» ազգային պարկը, որը ստեղծվել է 2002 թ.⁵⁸ կաղնու և հաճարենու ռեզիլտային անտառների, հատապտղային կենու եզակի պուրակի, բնական սոճուտների, հանքային աղբյուրների սնման մակերեսների, Հայաստանի Կարմիր գրքում գրանցված կենդանիների ու բույսերի պահպանության նպատակով (33765.0 հեկտար):

27 պետական արգելավայրերից այս մարզերում են գտնվում.

- Գյուլագարակի արգելավայրը (Լոռի), որը ստեղծվել է 1958 թ.⁵⁸ ռեզիլտային սոճու անտառների պահպանության նպատակով (2576.0 հեկտար),
- Կովկասյան մրտավարդենու արգելավայրը (Լոռի), որը ստեղծվել է 1959 թ.⁵⁸ ռեզիլտային մրտավարդ կովկասյան տեսակի պահպանության նպատակով (1000.0 հեկտար),
- Մրգահովտի արգելավայրը (Լոռի), որը ստեղծվել է 1971 թ.⁵⁸ խոնավասեր անտառների և դրանց բնորոշ կենդանական աշխարհի պահպանության նպատակով (3368.0 հեկտար),
- Ախնաբաղի կենու արգելավայրը (Տավուշ), որը ստեղծվել է 1958 թ.⁵⁸ ռեզիլտային կենի հատապտղային տեսակի պահպանության նպատակով (25.0 հեկտար),
- Արջատխլենու արգելավայրը (Տավուշ), որը ստեղծվել է 1958 թ.⁵⁸ ռեզիլտային արջատխլենու և կենու պուրակների պահպանության նպատակով (40.0 հեկտար),
- Գանձաքարի արգելավայրը (Տավուշ), որը ստեղծվել է 1971 թ.⁵⁸ լեռնային անտառների, հազվագյուտ և արժեքավոր կենդանիների (այծյամ, գորշ արջ, կովկասյան մարեհավ) պահպանության նպատակով (6813.0 հեկտար),
- Իջևանի արգելավայրը (Տավուշ), որը ստեղծվել է 1971 թ.⁵⁸ անտառային լանդշաֆտների ու դրանց բնորոշ կենդանական աշխարհի պահպանության նպատակով (5908.0 հեկտար),
- Զիկատարի արգելավայրը (Տավուշ), որը ստեղծվել է 2010 թ.⁵⁸ անտառային էկոհամակարգերի պահպանության նպատակով (150.0 հեկտար)⁵⁸:

⁵⁷ Տե՛ս Վանաձորի «Արմենիա» առողջարան, https://vanadzorarmenia.am/?page_id=2195:

⁵⁸ Տե՛ս ՀՀ Կառավարության 2014 թ. սեպտեմբերի 25-ի՝ «ՀՀ բնության հատուկ պահպանվող տարածքների ռազմավարությունը, պահպանության և օգտագործման բնագավառում պետական ծրար»

Լոռու մարզի առավել ուշագրավ բնական հուշարձաններից են Լոռու ձորը՝ Դեբեդի կիրճում, «Բուրբ քարը»՝ Վանաձորում, «Մայրի ձորը»՝ Ստեփանավանում, Մայրի քարավր՝ Դսեղ գյուղի մոտ, «Տգրուկի ջրվեժը»՝ Աթան գյուղի մոտ, «Ալմաստի լիճը»՝ Ագարակ գյուղի մոտ, Թոչկանի ջրվեժը՝ Չիչկան գետի մոտ, Դսեղի լճերը, Գայլաձորի կիրճը, Ջորագետի, Փամբակի, Վանաձորի հովիտները և այլն⁵⁹:

Տավուշի մարզի առավել ուշագրավ բնական հուշարձաններից են Կալաքար լեռը, Օձաքար լեռը, Ջորականի սուխն, Զիկատարի տանձուտը, Ոսկեպարի կենին, Ջոնջուկուտը և այլն⁶⁰:

2018 թ. էկոզբոսաշրջիկների թվաքանակը բնության հատուկ պահպանվող տարածքներում կազմել է 412792, որի շուրջ 90%-ը Սևանի և Դիլիջանի այցելուներն էին: 2019 թ. էկոզբոսաշրջիկների թվաքանակը բնության հատուկ պահպանվող տարածքներում կազմել է 439616, իսկ էկոզբոսաշրջությունից ստացված եկամուտը՝ 23.878 մլն ՀՀ դրամ⁶¹:

Աղյուսակ 2.2.1

Էկոզբոսաշրջիկների թվաքանակը Հայաստանում⁶²

Բնության հատուկ պահպանվող տարածքներ (ԲՀՊՏ)	2015	2016	2017	2018
«Ֆտորովի անտառ» պելրական արգելոց	288	635	802	1500
«Ջանգեղոս» կենսոլորտային համալիր	402	421	1039	1122
«Սևան» ազգային պարկ (7 լողափեր)	300000	320000	350000	250000
«Դիլիջան» ազգային պարկ	100000	100000	100000	120000
«Արփի լիճ» ազգային պարկ	0	110	1200	3300
«Զիկատար» բնապահպանական կենտրոն	200	250	290	340
Արգելոցապարկային համալիր Սյրեւիս-նավանի «Սոճուր» դենդրոպարկ	0	0	23264	36530
Զբոսաշրջիկների ընդհանուր թիվը ԲՀՊՏ-ներում	400890	421416	476595	412792
Ներգնա զբոսաշրջիկների թիվը	1192120	1259657	1494779	1651782
Ներքին զբոսաշրջիկների թիվը	871888	979968	1086707	1092322

գիրը և միջոցառումները հաստատելու մասին» N 1059-Ա որոշում, https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=93166&fbclid=IwAR0f53ZIPVBIH-dD778KWYVPOB9gkHMPWflzAYrEh_RCKct51pJ4VyeNfio:

⁵⁹ Տե՛ս Լոռու մարզում զբոսաշրջության զարգացման հնարավորությունների հետազոտություն, 2019-2020 թթ., էջ 60, <http://lori.mtd.am/files/docs/48550.pdf>:

⁶⁰ Տե՛ս ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերի տարածքներում գտնվող բնության հուշարձանների հաստատված ցանկի համալրման, պահպանման գոտիների տարածքների ճշգրտման, հողամասերի սահմանազատման և քարտեզագրման աշխատանքներ, Հաշվետվություն, «Զիկատար» բնապահպանական կենտրոն» ՊՈԱԿ, Եր., 2012, http://www.zikatar.am/download/final_report_natural_monuments_2012.pdf:

⁶¹ Տվյալները տրամադրել է ՀՀ Շրջակա միջավայրի նախարարության Էկոտուրիզմի աջակցության և զարգացման բաժինը:

⁶² Տվյալները տրամադրել է ՀՀ Շրջակա միջավայրի նախարարության Էկոտուրիզմի աջակցության և զարգացման բաժինը:

2015 թ. ՀՀ շրջակա միջավայրի նախարարության կողմից մշակվել են ԲՀՊՏ-ներում էկոզբոսաշրջության զարգացման երթուղիներ⁶³: «Դիլիջան» ազգային պարկում մշակվել է 12 երթուղի՝ ք. Դիլիջան–Մաթոսավանք, ք. Դիլիջան–Ջուխտակ վանք–Մատուռ, ք. Դիլիջան (Շամախյան)–Հաղարծին վանք, Պարզ լիճ–Գոշավանք, ք. Դիլիջան–Թթուջուր–Պարզ լիճ, Աղավնավանք–Կենու պուրակ, Հաղարծին գյուղ–Աբեղաքար, ք. Դիլիջան–Այրիդաշտ, Գոշավանք–Գոշ (Տզրկա) լիճ, «Դիլիջան» ԱՊ–Ջրվեժ, ք. Դիլիջան–Դիլիջանի լեռնաշղթա–ք. Դիլիջան, հեծանվային երթուղի:

«Զիկատար» բնապահպանական կենտրոնում կա 4 երթուղի՝ Մշկավանքի տարածք, «Զիկատար» արգելավայր, Կենու պուրակ, «Խեչքար» տեղամաս⁶⁴:

Լոռու և Տավուշի մարզերում բարենպաստ պայմաններ կան սպորտային և արկածային զբոսաշրջության զարգացման համար: Օրինակ, Դիլիջանի Պարզ լճի տեղանքից անտառներով մինչև Գոշավանք հասնող ճանապարհը հարմար է թրեյքինգ զբոսաշրջային մարզաձևի համար⁶⁵: Տավուշի մարզի Ենոքավան գյուղում «Յելլ էքստրիմ պարկ» առաջարկում է զրկիլայն էքստրեմալ մարզաձևը և այլ ծառայություններ⁶⁶:

Արկածային զբոսաշրջության սիրահարները կարող են մասնակցել ռաֆտինգի՝ Դեբեդ գետի վրա: 2018 թ. առաջին անգամ Լոռու մարզի Թումանյան համայնքում՝ Դեբեդ գետի մոտ, անցկացվել է ռաֆտինգ՝ արագահոս գետով փչովի նավակներով նավարկություն: Մինչ այդ՝ 2017 թվականի աշնանը, Դեբեդ գետի վրա ռաֆտինգի նպատակով հայ և օտարերկրյա փորձագետների ուսումնասիրությամբ արձանագրվել էր, որ Դեբեդն ունի ռաֆտինգի համար բարենպաստ՝ 4+ աստիճանի բարդություն⁶⁷:

Սպորտային զբոսաշրջության հիանալի վայր կարող է լինել Վանաձորը, ինչին կնպաստի կանադական ընկերության կողմից Փամբակի լեռնաշղթայի հյուսիսային լանջերի վրա զբոսաշրջային-լեռնադահուկային համալիրի ստեղծումը, որը ներառելու է նստատեղերով ճոպանուղի Մայմեխի ստորոտում՝ անհրաժեշտ ենթակառուցվածքներով (հյուրանոցներ, ավտոկայաններ, դահուկների վարձույթի կայաններ, ռեստորան, սրճարան և այլն): Մայմեխ լեռան բարձրությունը 3081 մ է: Մայմեխ ճոպանուղին բաղկացած է 4

⁶³ Տե՛ս Էկոտուրիստական ուղեցույց, Էկոտուրիզմի տեղեկատվական կենտրոն, ՀՀ բնապահպանության նախարարություն, Եր. 2018, էջ 1-60:

⁶⁴ Տե՛ս նույն տեղում:

⁶⁵ Տե՛ս «Հայաստանի Հանրապետությունում սպորտային զբոսաշրջության զարգացման հայեցակարգին, հայեցակարգից բխող 2019-2022 թ. ծրագրին և ծրագրի կատարումն ապահովող միջոցառումների ցանկին հավանություն տալու մասին» ՀՀ Կառավարության որոշման նախագիծ, <https://www.e-draft.am/projects/963/about>:

⁶⁶ Ծառայություններ, <https://yellextrempark.com/hy/services>

⁶⁷ Հայաստանում առաջին անգամ անցկացվել է ռաֆտինգ, 2018, <https://www.panorama.am/am/news-/2018/05/21/%D4%B4%D5%A5%D5%A2%D5%A5%D5%A4-%D5%BC%D5%A1%D6%86%D5%BF%D5%AB%D5%B6%D5%A3/1952310>:

հերթային գոտիներից: I հերթում նախատեսվում է ճոպանուղու վերելք-վայրէջք, դադար: Մայմեխի այդ լանջին հնարավոր է կառուցել սրճարան, ռեստորան, տեղադրել նստարաններ և ստեղծել հանգստի հաճելի պայմաններ: Այն կլինի լեռնադահուկային սահուղու առաջին կանգառը, որը միանում է սկզբնակետին: Առաջին ուղին ձմռան ամիսներին կծառայի որպես լեռնադահուկային սահուղի, իսկ մյուս ամիսներին՝ որպես անվավոր դահուկների, անվավոր չմուշկների և սքեյթի համար նախատեսված սահուղի: Այն տարածաշրջանում չունի նախադեպ: II հերթը հարմար է ոչ միայն լեռնադահուկային սպորտի, այլ նաև էկոզբոսաշրջության զարգացման համար: Մայմեխի այդ հատվածը հայտնի է իր բազմաթիվ բնական աղբյուրներով: Ամռան ամիսներին հնարավոր է զարգացնել էկոզբոսաշրջությունը և ագրոզբոսաշրջությունը, կազմակերպել քայլարշավներ և ձիարշավներ: III-IV հերթերը ճոպանուղին կապում են «Վանաձորի կիրճի» հետ: Մայմեխի այս հատվածը հայտնի է իր կտրուկ լանջերով, որոնք հարմար են էքսուրեմալ դահուկավազքի համար: Ծրագրի ընդհանուր արժեքն է 4 մլրդ 700 մլն ՀՀ դրամ⁶⁸:

Լոռու մարզում կարող են կազմակերպվել լեռնագնացության տուրեր՝ Լավվար լեռ, Ձիթանից լեռ, Աչքասար լեռ, Բագունթառ լեռ, Թեժ լեռ, Վուկան լեռ, ինչպես նաև՝ քայլարշավներ, հեծանվային տուրեր⁶⁹:

Լոռու և Տավուշի մարզերն ունեն հին հայկական ավանդական համեղ ճաշատեսակներ, ինչի հիման վրա կարելի է կազմակերպել գաստրոտուրեր:

Լոռու մարզի առավել հայտնի ավանդական ճաշատեսակներն են.

- *Լոռվա բորանի*. ներառում է գառան փափկամիս, սմբուկ, սխտոր, ընկույզ, կանաչի, նռան հատիկներ, յուղ,
- *խաշիկ*, երբ փոխինձը եփում են, վրան ավելացնում յուղ և չորաթան,
- ավելուկի աղցան,
- *պանիր և դրանով պատրաստված կերակուրներ*, օրինակ՝ թել պանրով ձվածեղ (եղ ու ջիլ):

Տավուշի մարզի առավել հայտնի ավանդական ճաշատեսակներն են.

- *Տավուշի բորանի*. հիմնական բաղադրիչներն են՝ շոգեխաշած տավարի միս՝ համեմված սև սալորաչորով, շագանակով և սոխետածով,
- *քաշիկա*, որը հարիսայի տարատեսակ է, պատրաստվում է առանց խառնելու,
- *սալի* (թխվածքի տեսակ)⁷⁰:

⁶⁸ Մայմեխ ճոպանուղի, <http://vanadzor.am/maymex-chopanuxi/>

⁶⁹ Տե՛ս Լոռու մարզում զբոսաշրջության զարգացման հնարավորությունների հետազոտություն, 2019-2020 թթ., էջ 20-21, <http://lori.mtad.am/files/docs/48550.pdf>:

⁷⁰ Տե՛ս Թովմասյան Գ., Հայաստանի և Արցախի գաստրոքարտեզը՝ որպես զբոսաշրջային մարքեթինգի բաղադրիչ, <https://asue.am/amberd/publication/analytics/gastroenterology-of-armenia-and-artsakh-as-a-component-of-tourism-marketing>:

Տավուշում կարող է զարգանալ նաև կրթական զբոսաշրջությունը՝ շնորհիվ 2014 թ. հոկտեմբերին Դիլիջանում բացված UWC Դիլիջանի քոլեջի, որն աշխարհի միացյալ քոլեջներ (UWC) կրթական ցանցի՝ հետխորհրդային տարածաշրջանում առաջին միջազգային դպրոցն է: Այսօր քոլեջում սովորում է շուրջ 200 ուսանող աշխարհի 80 երկրից: Դպրոցի հիմնադիրը «Ռուբեն Վարդանյան և Վերոնիկա Զոնաբենդ» ընտանեկան հիմնադրամն է⁷¹:

Լոռու և Տավուշի մարզերում վերջին տարիներին կազմակերպվում են մի շարք փառատոներ՝ նպաստելով փառատոնային զբոսաշրջության զարգացմանը: 2020 թ. փառատոնային օրացույցով նախատեսվածներից վերոնշյալ մարզերում պետք է անցկացվեն հետևյալները⁷².

- Ռաֆտինգի փառատոն, Թումանյան, Լոռի, մայիսի 30-31,
- Հայրույս փառատոն, Ենոքավան, Տավուշ, հունիսի 27,
- Ուտելի բույսերը հայկական խոհանոցում, Դսեղ, Լոռի, հուլիսի 11,
- Յելլ էքստրիմ փառատոն, Ենոքավան, Տավուշ, հուլիսի 25,
- Հապալասի փառատոն, Մարգահովիտ գյուղ, Լոռի, հուլիսի 25,
- Մեղրի և հատապտուղների փառատոն, Բերդ, Տավուշ, օգոստոսի 8-9,
- Դիլիտոն, Դիլիջան, Տավուշ, օգոստոսի 15,
- Խորովածի փառատոն, Ախթալա, Լոռի, օգոստոսի 22,
- Արվեստների և արհեստների փառատոն, Դիլիջան, Տավուշ, սեպտեմբերի 5:

Ցավոք, նշված փառատոները կորոնավիրուսի համավարակի պատճառով 2020 թ. հնարավոր չեղավ անցկացնել: Այնուհանդերձ, սրանք ավանդական փառատոներ են, որոնք նշված վայրերում կազմակերպվում են յուրաքանչյուր տարի՝ գրավելով ոչ միայն ներքին, այլ նաև միջազգային զբոսաշրջիկներին:

Լոռու և Տավուշի մարզում զարգացման մեծ հեռանկարներ ունի նաև ագրոզբոսաշրջությունը: Ընդ որում, զբոսաշրջության մյուս տեսակներն ու դրանց ռեսուրսային ներուժը ևս կնպաստեն ագրոզբոսաշրջության զարգացմանը: Այս մարզերում ագրոզբոսաշրջության զարգացման հնարավորությունների վերլուծությանը կանդրադառնանք հաջորդ ենթագլուխներում:

Այսպիսով, ընդհանրացնելով կարող ենք նշել, որ Լոռիում կարող են զարգանալ զբոսաշրջության պատմամշակութային, կրոնական, առողջարանային, քաղաքային, ագրո-, Էկո-, արկածային, փառատոնային, գաստրոնոմիական տեսակները: Լոռիում հիմնական այցելության վայրեր կարող են լինել Վանաձորը, Սպիտակը, Ստեփանավանը, Օձունը, Ալավերդին, Ախթա-

⁷¹ UWC Dilijan College, <https://uwcdilijan.org/admissions/scholarships>

⁷² Armenian festivals calendar, 2020,

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=2480123452236431&set=pcb.2476352069280236>

լան, Հաղպատը, Սանահինը, Տաշիրը, Թումանյանը, Լոռի բերդը, Դերեղ գետը և այլն:

Տավուշում կարող են զարգանալ զբոսաշրջության պատմամշակութային, կրոնական, էկո-, առողջարանային, քաղաքային, ագրո-, արկածային, սպորտային, գաստրոնոմիական, փառատոնային, կրթական տեսակները: Տավուշում հիմնական այցելության վայրեր կարող են լինել Դիլիջանը, Իջևանը, Բերդը, «Դիլիջան» ազգային պարկը, Պարզ լիճը, Գոշավանքը, Հաղարծինը, Ենոքավանը, Մակարավանքը, Կիրանց վանքը, Ջուխտակ վանքը, Մաթոսավանքը, Իջևանի անտառները, Աղստև գետը և այլն⁷³:

Լոռու մարզում առանձնացրել ենք հետևյալ զբոսաշրջային երթուղիները.

1. Տաշիր–Մեծավան–Պրիվոլնոյե,
2. Ստեփանավան–Դենդրոպարկ–Հոբարձի–Վարդարյուր–Կուրթան,
3. Ստեփանավան–Լոռի բերդ–Գյուլագարակ–Գարգառ–Պուշկինո,
4. Վանաձոր–Սպիտակ–Շիրակամուտ–Թոշկանի ջրվեժ,
5. Վանաձոր–Չորագետ–Դսեղ–Քարինջ–Ահնիձոր,
6. Ալավերդի–Սանահին–Ակներ–Ամոջ–Օձուն,
7. Ալավերդի– Հաղպատ–Ախթալա,
8. Ուխտագնացություն դեպի Հարթագյուղի Սուրբ Հովհաննես մատուռ:

Տավուշի մարզում առանձնացրել ենք հետևյալ երթուղիները.

1. Դիլիջան–Պարզ լիճ–Հաղարծին,
2. «Դիլիջան» ազգային պարկ,
3. Դիլիջան–Գոշ–Աղավնավանք–Խաչարձան–Ճերմակավան–Գեղատափ,
4. Իջևան–Լուսահովիտ–Այգեհովիտ–Վազաշեն,
5. Իջևան–Ենոքավան–Աչաջուր,
6. Բերդ–Ծաղկավան–Վարագավան,
7. Բերդ–Վերին Կարմիրաղբյուր–Արծվաբերդ–Չինարի,
8. Նոյեմբերյան –Կողբ–Բերդավան,
9. Նոյեմբերյան–Բաղանիս–Ոսկեպար–Կիրանց–Աճարկուտ:

Այսպիսով, ամփոփելով կարող ենք ասել, որ Լոռու և Տավուշի մարզերը հարուստ են զբոսաշրջային ռեսուրսներով, որոնց հիման վրա այստեղ կարող են կազմակերպվել զբոսաշրջության տարբեր տեսակներ: Իսկ ագրո-զբոսաշրջության զարգացման հնարավորություններին և առկա ռեսուրսային ներուժին կանդրադառնանք առանձին:

⁷³ Տե՛ս **Թովմասյան Գ.**, ՀՀ ներքին զբոսաշրջության խթանման անհրաժեշտությունը ներկա պայմաններում, <https://asue.am/amberd/publication/analytics/the-need-to-promote-domestic-tourism-in-the-current-conditions-1>:

2.3

ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերում զբոսաշրջության ենթակառուցվածքները

2020 թ. ամբողջ աշխարհով տարածվող կորոնավիրուսի համավարակը, ցավոք, բացասական ազդեցություն ունեցավ նաև ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի վրա: 2020 թ. ՀՀ է այցելել ընդամենը 375216 զբոսաշրջիկ՝ նախորդ տարվա 1894377-ի համեմատ⁷⁴: 2020 թ. ՀՀ ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակը կազմել է 1045756՝ նախորդ տարվա նույն ժամանակահատվածի 1544600-ի համեմատ⁷⁵: Ցավոք, չկա պաշտոնական վիճակագրություն, թե որքան են կազմել ներգնա և ներքին զբոսաշրջային այցելությունները՝ ըստ ՀՀ մարզերի:

Ինչպես նախորդ ենթազվխում ներկայացրել ենք, Լոռու և Տավուշի մարզերում կան զբոսաշրջության տարբեր տեսակների զարգացման էական նախադրյալներ:

Հարկ ենք համարում նաև անդրադառնալ առկա ենթակառուցվածքներին: Նախ, ներկայացնենք մարզերում ընդհանուր ծառայությունների ծավալի ցուցանիշները. Տավուշի մարզի ծառայությունների ծավալը ՀՀ ծառայությունների ծավալի ընդհանուր կառուցվածքում կազմում է 1%, Լոռու մարզինը՝ 1,2%: Տավուշում կացության և հանրային սննդի կազմակերպման ծառայությունների ծավալը կազմել է ՀՀ ընդհանուրի 2,0%-ը, Լոռիում՝ 0,5%-ը: Տավուշում մշակույթի, զվարճությունների և հանգստի ծառայությունների ծավալը կազմել է ՀՀ ընդհանուրի 0,05%-ը, Լոռիում՝ 0,02%-ը:

ՀՀ-ում վերջին տարիներին ավելացել է հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների (ՀՏՕ) և հանրային սննդի օբյեկտների թվաքանակը:

2019 թ. ՀՀ-ում եղել է 769 ՀՏՕ, որից Երևանում՝ 410, Լոռիում՝ 30, Տավուշում՝ 74: 2020 թ. նախնական ցուցանիշներով ՀՏՕ-ների թվաքանակը նվազել է՝ կազմելով 709, որից Լոռիում՝ 26, Տավուշում՝ 72: Լոռիում ՀՏՕ-ների հասույթը 2020 թ. կազմել է 264.2 մլն ՀՀ դրամ, Տավուշում՝ 1103.1 մլն ՀՀ դրամ (հավելված 2): Նվազումը թերևս պայմանավորված է համավարակի հետևանքով որոշ օբյեկտների փակմամբ:

2019 թ. ՀՀ-ում եղել է 2515 հանրային սննդի կազմակերպման օբյեկտ, որից 1662-ը՝ Երևանում, 48-ը՝ Լոռիում, 134-ը՝ Տավուշում: 2020 թ. նախնական ցուցանիշներով հանրային սննդի կազմակերպման օբյեկտների թիվը ևս կրճատվել է՝ ՀՀ-ում կազմել է 2321, Լոռիում՝ 38, Տավուշում՝ 115 (հավելված 3):

⁷⁴ Տե՛ս ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2020 թ. հունվար-դեկտեմբերին, էջ 143, https://armstat.am/file/article/sv_12_20a_421.pdf:

⁷⁵ Տե՛ս ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2021 թ. հունվարին, էջ 115, https://www.armstat.am/file/article/sv_01_21a_422.pdf:

Ծառայությունների ծավալը Լոռու և Տավուշի մարզերում, մլն ՀՀ դրամ⁷⁶

	2016	2017	2018	2019
<i>Ծառայությունների ծավալը, ընդամենը</i>				
ՀՀ	1279611,2	1469320,6	1779252,7	1993439,3
Տավուշ	10767,0	14111,0	16346,1	20436,0
Լոռի	15868,0	18303,1	21276,0	23711,9
<i>Կացության և հանրային սննդի կազմակերպում</i>				
ՀՀ	94 387,9	112 035,6	150 901,7	194257,4
Տավուշ	1 867,7	1 973,6	2 563,6	3900,6
Լոռի	984,0	1229,0	1163,8	1050,0
<i>Մշակույթ, զվարճություններ, հանգիստ</i>				
ՀՀ	236156,8	284765,7	391864,1	420755,7
Տավուշ	26,4	106,7	144,6	232,2
Լոռի	76,5	55,2	51,1	80,5

Ջրոսաշրջային գործակալությունների, զբոսաշրջային օպերատորների գործունեություն, տեղերի ամրագրում և զբոսաշրջության ոլորտի այլ ծառայություններ իրականացնող օբյեկտների թիվը ՀՀ-ում 2019 թ. կազմել է 788, որից 662-ը՝ Երևանում, 16-ը՝ Լոռիում, 7-ը՝ Տավուշում: 2020 թ. նախնական ցուցանիշներով ՀՀ-ում դրանց թիվը կազմել է 691, Լոռիում՝ 12, Տավուշում՝ 6 (հավելված 4): Ջրոսաշրջային գործակալություններն ունեն ինչպես ներգնա, այնպես էլ արտագնա և ներքին տուրեր, իրականացնում են մի շարք ծառայություններ՝ ավիատոմսերի ամրագրում և վաճառք, հյուրանոցային համարների ամրագրում, վիզաների ձևակերպում, էքսկուրսիաների կազմակերպում և այլն:

2015 թ. Տավուշի մարզում մեկնարկել էր ավելի քան 5 միլիոն ԱՄՆ դոլար բյուջեով, Ռուսաստանի Դաշնության Կառավարության կողմից ֆինանսավորվող «Ինտեգրված աջակցություն գյուղական համայնքների զարգացմանը. համայնքների դիմակայունության ամրապնդում» ծրագիրը, որն իրականացվում է ՄԱԿ-ի Զարգացման ծրագրի (ՄԱԶԾ) հայաստանյան գրասենյակի կողմից: Ծրագրի ընթացքում Տավուշի մարզի 45 սահմանամերձ համայնքների 62 000 բնակիչ հնարավորություն է ունեցել մշակելու համայնքային ծրագրեր՝ ֆինանսավորման համար թիրախավորելով այնպիսի ոլորտներ, ինչպիսիք են ենթակառուցվածքների վերականգնումը և եկամուտ ստեղծող ծրագրերը⁷⁷:

2016 թ. մեկնարկել էր 3 մլն ԱՄՆ դոլար արժողությամբ «Ինտեգրված գյուղական զբոսաշրջության զարգացում» ծրագիրը, որն իրականացվում է ՄԱԿ-ի զարգացման ծրագրի կողմից, ՌԴ ֆինանսավորմամբ՝ Հայաստանի

⁷⁶ Տե՛ս ՀՀ Լոռու մարզը թվերով, <https://armstat.am/file/doc/99522238.pdf>,
 ՀՀ Տավուշի մարզը թվերով, <https://armstat.am/file/doc/99521813.pdf>:

⁷⁷ Տե՛ս ՄԱԶԾ զարգացման ծրագիրը կօժանդակի Տավուշի մարզին, 2015, <http://www.un.am/hy/news/231>:

60 գյուղում զբոսաշրջության խթանման և աղքատության կրճատման նպատակով⁷⁸: Ծրագրի շրջանակում Լոռիում և Տավուշում բացվել են զբոսաշրջության հետազոտությունների և զարգացման կենտրոններ⁷⁹:

ՌԴ-ի կողմից ֆինանսավորվող ԱՄՆ ՄԶԳ «Գործընկերություն հանուն գյուղական համայնքների բարգավաճման» (USAID/PRP) ծրագրի շրջանակում 2019 թ. «Ինտեգրված գյուղական զբոսաշրջության զարգացում» ծրագրով աջակցություն է ցուցաբերվել Լոռու Դեբեդ, Գուգարք, Սանահին գյուղական համայնքներին՝ զբոսաշրջության ենթակառուցվածքներ ստեղծելու համար: Ծրագրերի ընդհանուր արժեքը կազմել է 21.5 մլն ՀՀ դրամ, որը 2019 թ. տարեկան գործունեության պլանում ներառված չի եղել: ԵՄ համաֆինանսավորմամբ իրականացվող «Տարածաշրջանային ՓՄՁ-ների մրցունակության խթանումը» ծրագրի ենթակառուցվածքային բաղադրիչի շրջանակում ընթացքի մեջ է ՀՀ Լոռու մարզում «ճամփեզրյա կայանի» կառուցումն և գործարկումը: Ներդրումների ծավալը 200.0 մլն ՀՀ դրամ է: «Լոռու տուրիզմի զարգացման և հետազոտության» կենտրոնն իրականացրել է «ԷկոՏուն Լոռի»՝ պլաստմասսայե թափոնների վերամշակում, Pottery House Armenia՝ կավարուծության կենտրոն, Debet Workation Hotel՝ հանգստի և աշխատանքի համար նախատեսված հյուրատուն, ծրագրերը: Հարթագյուղ համայնքում, «Աստղիկ» բարեգործական հիմնադրամի հետ համատեղ, ծրագրերը շարունակվում են, մասնավորապես՝ հիմնանորոգվել է 2 հյուրատուն՝ 13 մլն ՀՀ դրամ ներդրմամբ, կատարվում են գյուղատնտեսական ոչ ավանդական մշակաբույսերի մշակման՝ 12 մլն ՀՀ դրամ, 5 բնակարանի վերանորոգման աշխատանքներ՝ 9 մլն ՀՀ դրամ ներդրմամբ: Լոռու մարզպետարանի կողմից ստեղծվել է «Տուրիստական Լոռի» ֆեյսբուքյան էջը՝ ոլորտի՝ ծառայություն մատուցող կազմակերպությունների ներգրավմամբ: Նպատակն է զբոսաշրջության ոլորտի ներկայացուցիչներին համախմբել մեկ հարթակում, որտեղ կներկայացվեն ոլորտի նորությունները, պետության և մասնավոր հատվածի կողմից իրականացվող ծրագրերը, առաջարկները և հաջողված պատմությունները: Զբոսաշրջության և ներդրումային ծրագրերի փորձագետների ներգրավմամբ առկա ծրագրերի վերամշակման և ներդրումներ ներգրավելու համար⁸⁰ ստեղծվել է աշխատանքային խումբ:

Կայուն զբոսաշրջության զարգացումը սահմանվել է որպես ՀՀ Տավուշի մարզի ռազմավարության հիմնական գերակայություններից մեկը՝ շեշտը դնելով հոգևոր, մշակութային, էքստրենալ, գյուղական, ագրոզբոսաշրջության, ճանաչողական զբոսաշրջության և զբոսաշրջության այլ տեսակների զարգացման վրա: Դրա համար մարզն ունի բոլոր նախադրյալները, իսկ պե-

⁷⁸ Տե՛ս Տուրիզմը կառավարության հայաստանյան գյուղերի աղքատությունը, 2016, <https://armeniasputnik.am/armenia/20160907/4830324/turizm-rusastan-mak-gyux.html>:

⁷⁹ R&D Centers, <http://www.rtd.am/en/rdcenters>

⁸⁰ Տե՛ս ՀՀ Լոռու մարզի 2019 թ. գործունեության ծրագրի մոնիտորինգի հաշվետվություն, էջ 11, <http://lori.mtad.am/files/docs/46187.pdf>:

տական, տարածքային և տեղական մարմինները ձեռնարկում են միջոցներ՝ զբոսաշրջությունը դարձնելու մարզի տնտեսության զարգացման հիմնական ճյուղերից մեկը: Այդ ուղղությամբ 2019 թ. պետական, միջազգային և տեղական կազմակերպությունների կողմից կատարվել են մեծածավալ ներդրումներ, որոնք շարունակվել են նաև 2020 թ.:

Ոլորտի թույլ կողմերից է համարվում զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների անհավասարաչափ բաշխվածությունը մարզում, որի ուղղությամբ 2019 թ. ձեռնարկվել են համապատասխան միջոցառումներ: ԵՄ և ՀՀ Կառավարության համաֆինանսավորմամբ 2017 թ. մեկնարկվել էր «Աջակցություն Դիլիջանին և հարակից բնակավայրերին» դրամաշնորհային ծրագիրը, որը շարունակվել է մինչև 2019 թ. ապրիլի 30-ը, և կատարվել են անփոփոխ աշխատանքները: Ծրագրի արդյունքում Դիլիջանում հիմնվել է Ինֆոկենտրոնը, մշակվել և կահավորվել են բազմաթիվ երթուղիներ, մաքրվել են «Դիլիջան» ազգային պարկի զբոսաշրջային ուղիները, Թեղուտ համայնքի տարածքում կառուցվել է ագրոտադավար և հանձնվել ազգային պարկին, լճի հարակից տարածքում կատարվել են սպիտակ վրանի տեղադրման աշխատանքները, և դրվել է շահագործման սկիզբը:

Ծրագրեր են իրականացվել նաև այլ միջազգային և տեղական կազմակերպությունների, անհատ ներդրողների կողմից:

2019 թ. ստեղծվել է զբոսաշրջության զարգացման աշխատանքային խումբ, որը մշակել է ՀՀ Տավուշի մարզի զբոսաշրջության զարգացման հայեցակարգը:

Զբոսաշրջության զարգացման նպատակով մարզպետարանը համագործակցում է զբոսաշրջային պետական կոմիտեի, մարզի համայնքների և ՄԱԿ-ի հիմնած զբոսաշրջային կենտրոնի և ոլորտի այլ ներկայացուցիչների հետ: 2019 թ. ոլորտում ստեղծվել է 113 նոր աշխատատեղ: Զբոսաշրջության ոլորտի բյուջեն կազմել է 1.216 մլրդ ՀՀ դրամ, որից, տարվա կտրվածքով, կատարվել են 3,36 մլրդ ՀՀ դրամի աշխատանքներ⁸¹:

Անփոփոխելով կարող ենք ասել, որ դիտարկվող մարզերում հիմնական ենթակառուցվածքների զարգացման ուղղությամբ կատարվում են աշխատանքներ, իսկ առկա հիմնախնդիրներին կանդրադառնանք հետագոտության հաջորդ մասում:

⁸¹ Տե՛ս ՀՀ Տավուշի մարզի 2019 թ. գործունեության ծրագրի մոնիտորինգի հաշվետվություն, էջ 6-7, <http://tavush.mtad.am/development-plan/>:

ԱԳՐՈՋԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ
ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ՈՒ
ԶԱՐԳԱՅՄԱՆ ՀԵՌԱՆԿԱՐՆԵՐԸ
ՀՀ ԼՈՌՈՒ ԵՎ ՏԱՎՈՒՇԻ ՄԱՐԶԵՐՈՒՄ

**3.1 ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերում
ագրոգրոսաշրջության հնարավորությունների
գնահատումը սոցիոլոգիական հարցումների
միջոցով**

Լոռու և Տավուշի մարզերում ագրոգրոսաշրջության զարգացման հնարավորությունների վերլուծության նպատակով հարցումներ են իրականացվել ներքին և միջազգային զբոսաշրջիկների, գյուղական համայնքների ղեկավարների, հյուրընկալողների շրջանում:

ՀՀ-ում ագրոգրոսաշրջության զարգացման հեռանկարների, դրա վերաբերյալ բնակչության տեղեկացվածության մակարդակի, ոլորտի նկատմամբ հետաքրքրվածության աստիճանի բացահայտման նպատակով ՀՀ քաղաքացիների շրջանում իրականացվել է սոցիոլոգիական առցանց հարցում, որին մասնակցել է 581 անձ՝ ՀՀ մարզերից և Երևան քաղաքից: Սոցիոլոգիական հարցման արդյունքներն ամփոփվել են SPSS (տվյալների բազայի վերլուծության վիճագրական ծրագիր) և MS Excel ծրագրային ապահովման լուծումների միջոցով:

Հարցաթերթիկում ներառված 23 հարցը ագրոգրոսաշրջության և ոլորտի զարգացման առաջարկությունների վերաբերյալ է (հավելված 5): Հարցման գլխավոր նպատակը ագրոգրոսաշրջության նկատմամբ բնակչության հետաքրքրվածության բացահայտումն է: Հիմնական նպատակից բխող ենթանպատակներն են՝

- կատարել գործոնային վերլուծություն. այն է՝ բացահայտել մի շարք գործոնների ազդեցությունը ագրոգրոսաշրջության ոլորտի զարգացման վրա, որոնցից են՝ ագրոգրոսաշրջիկների եկամտի մակարդակը, հանգստի նախասիրությունները, զբոսաշրջության և զվարճանքի տեսակներով հետաքրքրվածությունը,
- ամփոփելով հարցման արդյունքները՝ առաջարկել որոշակի քայլեր, մեթոդներ, գործիքակազմ՝ ագրոգրոսաշրջության ոլորտի զարգացման, գյուղական ընտանեկան տնտեսությունների մասնակցության հնարավոր եղանակների բացահայտման ուղղությամբ:

Առաջադրված նպատակների իրագործման համար լուծվել են ներքոնշյալ խնդիրները՝

1. բացահայտել հարցման մասնակիցների ընդհանուր նկարագիրը՝ բնակության վայր, սեռատարիքային կազմ, կրթական մակարդակ, զբաղվածություն և եկամտի մակարդակ, ընտանեկան կարգավիճակ,
2. բացահայտել հարցման մասնակիցների՝ հանգստի մեկնելու հաճախականությունը և սեզոնայնությունը,
3. առանձնացնել հանգստի համար նախընտրելի դեստինացիաները, բնակվելու գերադասելի վայրերը,
4. ընդգծել հանգստի գերադասելի ձևերը և զվարճանքների տեսակները,
5. բացահայտել գյուղական հանգստի նկատմամբ վերաբերմունքը,
6. ընդգծել գյուղական հանգստի համար անհրաժեշտ և նախընտրելի պայմանները,
7. բացահայտել ագրոտուրերին մասնակցելու համար նախընտրելի վայրերը և ագրոտուրերի նախընտրելի մասնակիցներին,
8. բացահայտել գյուղական հանգստի նախընտրելի տևողությունը և օրական ծախսի գերադասելի մակարդակը,
9. առանձնացնել ագրոզբոսաշրջության ոլորտի վերաբերյալ հարցման մասնակիցների առաջարկությունները և դիտարկումները:

Նախ, անդրադառնանք ընդհանուր հարցերի արդյունքներին: Ընդհանուր առմամբ, հարցմանը մասնակցել է 581 անձ, և նրանց ընդհանուր պատկերն ամփոփված է աղյուսակ 3.1.1-ում:

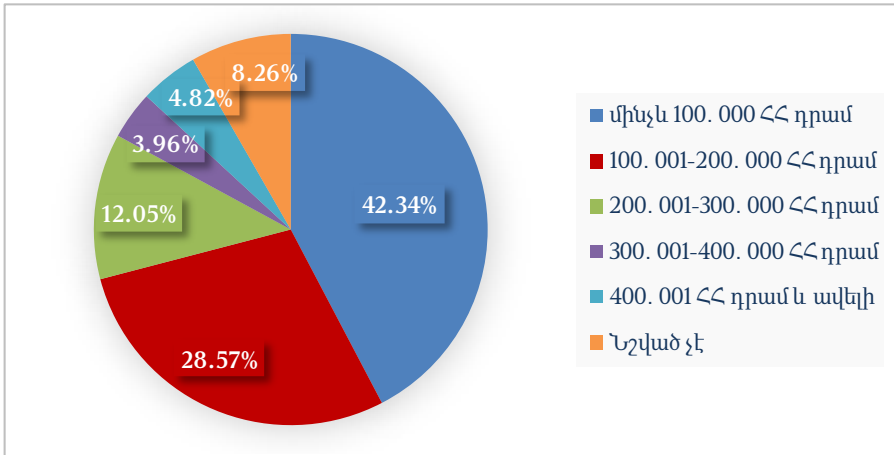
Հարցման մասնակիցների սեռատարիքային կազմը

Աղյուսակ 3.1.1

Բնութագիր	Տարբերակ	Քանակ	Տեսակարար կշիռ
Սեռ	Արական	106	18,24 %
	Իգական	470	80,9 %
	Նշված չէ	5	0,86 %
Տարիք	Մինչև 18	29	4,99 %
	19-30	372	64,03 %
	31-45	141	24,27 %
	46-64	30	5,16 %
	65 և բարձր	5	0,86 %
	Նշված չէ	4	0,69 %
Ընդհանուր		581	100%

Իհնչպես տեսնում ենք աղյուսակ 3.1.1-ի տվյալներից, առցանց հարցման մասնակիցների գերակշիռ մեծամասնությունն իգական սեռի ներկայացուցիչներ են: Նրանց ավելի քան 93%-ը մինչև 45 տարեկան է, իսկ 82%-ից ավելին ունի թերի բարձրագույն և բարձրագույն կրթություն: Հետաքրքրական է, որ հարցման մասնակիցների 52,29%-ն աշխատող կամ ինքնազբաղված է, իսկ 35,59%-ը՝ ուսանողներ, որոնց 13,9%-ն ուսումը համատեղում է աշխատանքի հետ:

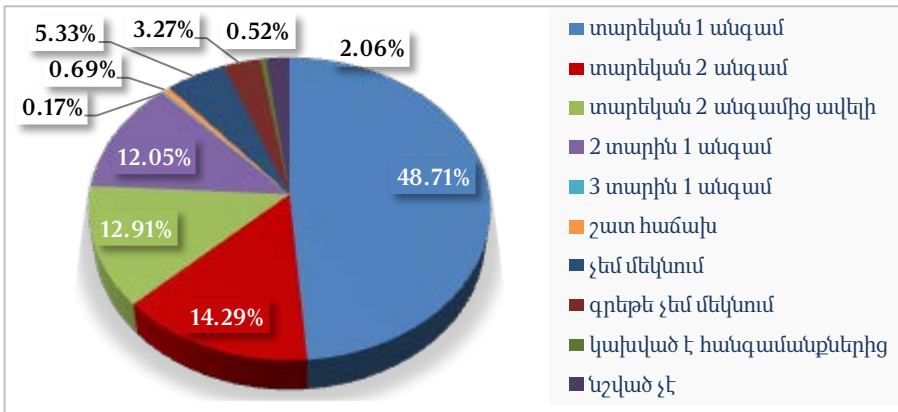
Հարցմանը մասնակցած անձանցից 254-ը (44.9%) ապրում է Երևանում, իսկ մյուսները՝ ՀՀ մարզերում: Ուսումնասիրվող թեմայի շրջանակում կարևորել ենք նաև հարցման մասնակիցների եկամտի մակարդակը, որը ներկայացվում է գծապատկեր 3.1.1-ում:



Գծապատկեր 3.1.1 | Հարցման մասնակիցների եկամտի մակարդակը

Ինչպես երևում է գծապատկեր 3.1.1-ից, հարցման մասնակիցների 42.34%-ի ամսական եկամտի մակարդակը մինչև 100.000 ՀՀ դրամ է, իսկ 28.57%-ինը՝ 100.001-200.000 ՀՀ դրամ: Ինչ վերաբերում է հարցման մասնակիցների ընտանեկան կարգավիճակին, ապա 380 (65.4%) մարդ ամուսնացած չէ, ընդ որում, նրանց գերակշիռ մեծամասնությունը՝ 312 մարդ (82.1%), դասվում է 19-30 տարիքային խմբին:

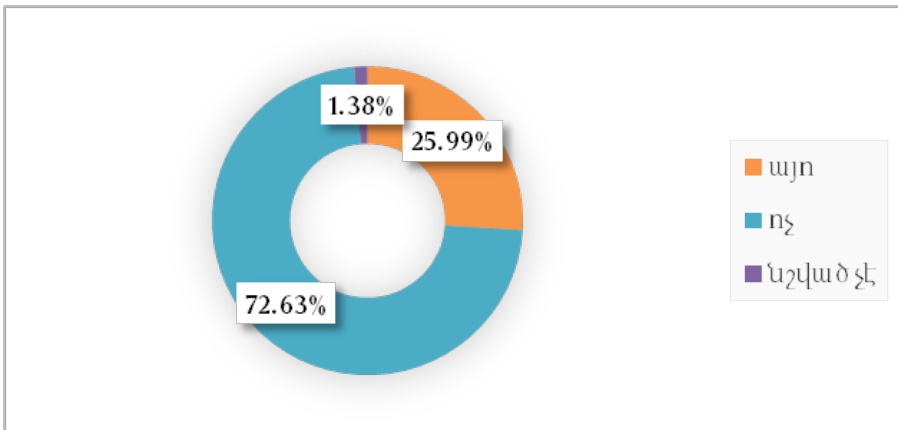
Հարցման արդյունքներից պարզ դարձավ, որ մասնակիցներից 283-ը (48.71%) հանգստանալու է մեկնում տարեկան 1 անգամ, 83 մարդ (14.29%) հանգիստը վայելում է տարեկան երկու անգամ, իսկ 70-ը (12.05%) աշխատանքային կամ ուսման գերբեռնվածության կամ եկամտի սահմանափակվածության պատճառով երկու տարին մեկ անգամ է մեկնում հանգստանալու: Սակավաթիվ են այն մարդիկ (4 մարդ), որոնց հանգստի մեկնելու հաճախականությունը բարձր է, իսկ մասնակիցներից 75-ը կամ 12.91%-ը տարեկան երկու անգամից ավելի է վայելում հանգիստը: Հարցման մասնակիցներից 50-ը եկամտի աղության պատճառով աշխատում կամ սովորում է առանց հանգստանալու: Եվ միայն 12 անձ այս հարցին որևէ պատասխան չի տվել: Ընդ որում, հանգստի մեկնելու հաճախականության նմանօրինակ պատկերն արդեն իսկ կանխատեսելի էր հարցման մասնակիցների եկամտի մակարդակի վերլուծության ընթացքում (գծապատկեր 3.1.2):



Գծապարկեր 3.1.2

Հարցման մասնակիցների՝ հանգստի մեկնելու հաճախականությունը

Պետք է նշել նաև այն հանգամանքը, որ հարցման մասնակիցների գերակշիռ մեծամասնությունը՝ 494 անձ, նախընտրում է հանգիստը վայելել ամռանը, ընդ որում, նրանցից 378-ը նախընտրում է միայն ամառային հանգիստը, 31-ը՝ ամառային և աշնանային հանգիստը, 54-ը, բացի ամառայինից, նախընտրում է նաև ձմեռային հանգիստը, 4-ը նախընտրում է մեկնել հանգստի և՛ ամռանը, և՛ գարնանը, և՛ ձմռանը, իսկ 27-ը՝ տարվա բոլոր եղանակներին:



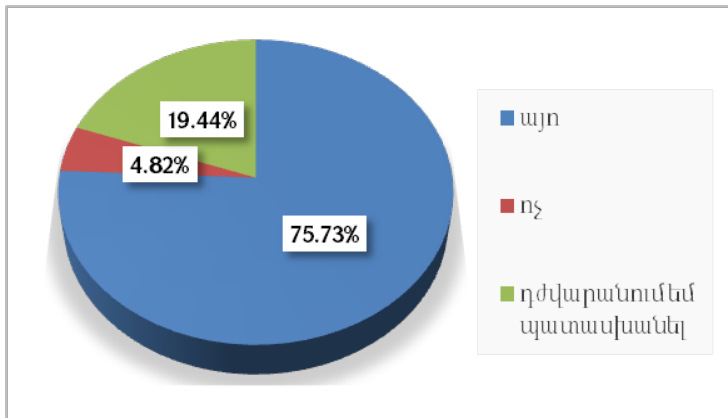
Գծապարկեր 3.1.3

Մինչ այժմ հանգստացել՝ եր Հայաստանի գյուղական բնակավայրերում գտնվող հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում:

Հարցման մասնակիցների մեծամասնությունը (422 անձ կամ հարցվածների 72.63%-ը) մինչ այժմ Հայաստանի գյուղական բնակավայրերում գտնվող

հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներից ոչ մեկում չի հանգստացել: Իսկ հարցվածների 25.99%-ը (151 անձ) հանգստացել է գյուղական համայնքներում գտնվող հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներից որևէ մեկում, և միայն 8 անձ չի նշել՝ արդյոք հանգստացել է գյուղական հանգստի օբյեկտներում, թե ոչ:

Հատկանշական է, որ Հայաստանի գյուղական բնակավայրերի հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներ այցելած անձանց մեծամասնությունն իր հանգիստն անցկացրել է Արագածոտնի, Տավուշի, Գեղարքունիքի, Լոռու, Կոտայքի Շիրակի, Սյունիքի մարզերի և Արցախի հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում: Ըստ այդմ, ամենատարածված հանգստյան վայրերն են Կոտայքի մարզի «Վարդենի» հյուրատունը, Լոռու մարզի Ախթալա գյուղի «Գայանե» հյուրատունը, Լոռու մարզի Ստեփանավան քաղաքի «Անահիտ» հանգստի տունը, Լոռու մարզի Օձուն գյուղի «Աղասու տուն» հյուրատունը, Լոռու մարզի Ստեփանավան քաղաքի «Մոճուտ» առողջարանը, Կոտայքի մարզի Աղվերանի «Արթուրս» առողջարանը, Տավուշի մարզի «Քեֆո» B&B-ն, Տավուշի մարզի Դիլիջան քաղաքի «Նինա» B&B-ն, Լոռու մարզի Ալավերդի քաղաքի «Իրիս» B&B-ն, Լոռու մարզի Օձուն գյուղի «Օձուն» B&B-ն:



Գծապատկեր 3.1.4 | Ձեզ հաճելի՞ է գյուղական հանգիստը:

Հարցման մասնակիցների զգալի մեծամասնությանը (հարցվածներից 440-ին կամ 75.73%-ին) հաճելի է գյուղական հանգիստը, և նրանք ցանկություն են հայտնել հանգստյան օրերն անցկացնելու քաղաքի թոհուրոհից հեռու: Ընդ որում, նրանցից 310-ը կամ դրական պատասխան տված անձանց 70.45%-ը դեռևս չի հանգստացել Հայաստանի գյուղական համայնքների հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներից որևէ մեկում: Միայն 28 մարդ չի գերադասում գյուղական հանգիստը, ընդ որում, միայն 4 մասնակից է, որ մինչ այժմ հանգստացել է ՀՀ գյուղական տնտեսության որևէ օբյեկտում, բայց

այլևս հետաքրքրված չէ նմանօրինակ հանգստի ձևով: Իսկ հարցվածներից 113-ը դեռևս չի կողմնորոշվել այս հարցում: Մի ուշագրավ հանգամանք է. դեռևս չկողմնորոշված անձանց միայն 19.5%-ն է, որ մինչ այժմ իր հանգրստյան օրերն անցկացրել է գյուղում: Եվ այս ամենը հնարավորություն է տալիս ենթադրելու, որ եթե գյուղական հանգստի համար ստեղծվեն գրավիչ ու նպաստավոր պայմաններ, ապա այս մարդիկ հնարավոր է ցանկանան իրենց հանգստյան օրերն անցկացնել գյուղական բնակավայրերում (զծապատկեր 3.1.4):

Այժմ դիտարկենք գյուղական հանգիստը հաճելի համարող անձանց ամսական եկամտի մակարդակը:

Աղյուսակ 3.1.2

Գյուղական հանգիստը հաճելի համարող անձանց ամսական եկամտի մակարդակը

<i>Ձեզ հաճելի՞ է գյուղական հանգիստը</i>					<i>Ընդամենը</i>
		<i>Այո</i>	<i>Ոչ</i>	<i>Դժվարանում եմ պատասխանել</i>	
<i>Ամսական եկամտի մակարդակ</i>	Մինչև 100.000 ՀՀ դրամ	188	11	47	246
	100 001-200.000 ՀՀ դրամ	127	5	34	166
	200 001-300.000 ՀՀ դրամ	48	7	15	70
	300 001-400.000 ՀՀ դրամ	17	1	5	23
	400.001 ՀՀ դրամից ավելի	21	1	6	28
	Նշված չէ	39	3	6	48
<i>Ընդամենը</i>		440	28	113	581

Աղյուսակ 3.1.2-ի տվյալներից երևում է, որ գյուղական հանգիստը նախընտրող անձանց գերակշիռ մեծամասնությունը (հարցվածներից 315-ը կամ 54.22%-ը) մինչև 200.000 ՀՀ դրամ եկամուտ ունեցողներն են: Միանգամայն ակնհայտ է, որ բարձր ամսական եկամուտ, հատկապես՝ 300.000-ից ավելի եկամտի մակարդակ ունեցողները գյուղական վայրերում հանգստանալու ցանկություն չեն դրսևորում: Հետաքրքրական է նաև, որ գյուղական հանգիստը հաճելի համարող մասնակիցների մեծամասնությունը՝ 295-ը (67.04%) չամուսնացածներն են, 29-ը (6,6%) ամուսնացած, բայց երեխաներ չունեցողներն են, 32-ը (7.0%) ամուսնացած և մեկ երեխա ունեցողներն են, 56-ը (12,73%)՝ 2 երեխա, 18-ը (4,09%)՝ 3 երեխա, իսկ 2-ը (0,45%) 4 երեխա ունեցողներն են: Սպասվում էր, որ գյուղական հանգստին նախապատվություն

կտան հատկապես երեխա ունեցողները, սակայն հարցման արդյունքները բոլորովին այլ պատկեր են ձևավորում:

Գյուղական հանգիստը նախընտրող անձանցից 222-ը կամ 50,45%-ը տարեկան մեկ անգամ է մեկնում հանգստի, սակավաթիվ չեն նաև այն մասնակիցները, որոնք տարեկան 2 անգամ են մեկնում հանգստի (58 անձ, 13,18%) կամ տարեկան երկու անգամից ավելի (62 անձ, 14,09%): Նշված փաստերը մեծացնում են հավանականությունը, որ այս անձինք տարեկան գոնե մեկ անգամ կնախընտրեն հանգիստը գյուղական համայնքներում:

Աղյուսակ 3.1.3

Ագրոտուրների նախընտրությունը՝ ըստ ուղղությունների

Որտե՞ղ կ'նախընտրեք մասնակցել ագրոտուրների		
Երկիր	Քանակ	Տեսակարար կշիռ
Հայաստան	223	50.68%
Արցախ	49	11.14%
Արլյան լեռնաշղթա	1	0.23%
Ավարայիս	1	0.23%
Արտերկիր	2	0.45%
Եվրոպա	1	0.23%
Հայաստան, Արցախ	144	32.73%
Հայաստան, Արցախ, արտերկիր	4	0.91%
Հայաստան, Արցախ, Շվեյցարիա	1	0.23%
Հայաստան, Արցախ, Վրաստան	2	0.45%
Հայաստան, Եվրոպա	1	0.23%
Վրաստան	2	0.45%
Նշված չէ	9	2.04%
Ընդամենը	440	100%

Հարցման արդյունքների ամփոփումը փաստում է, որ գյուղական հանգիստը հաճելի համարող մասնակիցների մեծամասնությունը գերադասում է հանգստանալ Հայաստանում (334 պատասխան) և Արցախում (92 պատասխան): Այս հանգամանքը բավականին խոստումնալից է՝ ՀՀ և ԼՂՀ գյուղական համայնքներում ագրոգրոսաշրջության ոլորտի զարգացման տեսանկյունից (աղյուսակ 3.1.3):

Հատկանշական է, որ գյուղական հանգիստը հաճելի համարող մասնակիցները գնահատում և նախընտրում են գեղատեսիլ բնությունը, մաքուր օդն ու ջուրը, գյուղական անդորրը, բնական սնունդը, դաշտային զբոսանքներն ու լեռնագնացությունը: Պետք է նաև արձանագրել, որ վերը նշված խմբի մասնակիցները սակավադեպ են հետաքրքրված եկեղեցական և ազգագրական արարողություններին (63 պատասխան), գյուղատնտեսական աշխատանքներին մասնակցությամբ (57 պատասխան), տնային կենդանիների խնամքով (1 պատասխան):

Այսպիսով եզրահանգում ենք, որ ՀՀ բնակչության շրջանում անհրաժեշտ է բարձրացնել ագրոգրոսաշրջության ոլորտի վերաբերյալ տեղեկացվածության մակարդակը, կիրառել մարքեթինգային արդյունավետ գործիքակազմ՝ ագրոգրոսաշրջային գվարճանքների վերաբերյալ հետաքրքրվածության մակարդակի բարձրացման համար:

Հարցման արդյունքները ցույց են տալիս նաև, որ գյուղական հանգիստը հաճելի համարող մասնակիցները նախընտրում են հարմարավետ և մաքուր կացարանները (89,55%), բջջային կապի առկայությունը և համացանցի հասանելիությունը (65%), պատմաճարտարապետական և բնական հուշարձաններ այցելությունը (51,82%), տնային պայմաններում ազգային ճաշատեսակների պատրաստումը (46,4%), ազգագրական ծեսերին և տոնակատարություններին (34,45%), գյուղատնտեսական աշխատանքներին մասնակցելու (21,14%), գյուղատնտեսական կենդանիների հետ շփվելու և խնամելու հնարավորությունը (20%):

Աղյուսակ 3.1.4

Գյուղական հանգստի դեպքում 1 անձի հաշվով օրական ծախսի ընդունելի գումարի չափը

		Գյուղական հանգստի դեպքում 1 անձի հաշվով օրական որքան՝ ծախսն է Ձեզ համար ընդունելի							Ընդամենը
		Մինչև 2.000 ՀՀ դրամ	2.001-3.000 ՀՀ դրամ	3.001-4.000 ՀՀ դրամ	4.001 դրամից ավելի	Մինչև 5.000 ՀՀ դրամ	20 և/իսր	Նշված չէ	
Քանի՞ օր կանխարդեր հանգստանալ գյուղական բնակավայրում	1-2 օր	1	-	-	-	-	-	-	1
	3 օր	-	-	1	-	-	-	-	1
	7-14 օր	20	50	33	16	-	-	-	119
	15-22 օր	5	6	4	4	-	-	-	19
	23-30 օր	13	16	5	5	-	1	2	42
	Մինչև 7 օր	40	84	71	48	1	-	5	249
	2 ամիս	1	-	-	-	-	-	-	1
	Ապրում եմ՝ գյուղում	-	-	1	3	-	-	-	4
	Նշված չէ	1	-	-	-	-	-	3	4
Ընդամենը		81	156	115	76	1	1	10	440

Աղյուսակ 3.1.4-ի տվյալների համաձայն՝ գյուղական հանգիստը նախընտրող մասնակիցների մեծամասնությունը՝ 249-ը, պատրաստ է մինչև 7 օր իր հանգիստն անցկացնել գյուղական բնակավայրում: Ընդ որում, նրանցից 40-ը պատրաստ է մեկ օրվա հանգստի համար ծախսել մինչև 2.000 ՀՀ դրամ, 84-ը՝ 2.001-3.000 ՀՀ դրամ, 71-ը՝ 3.001-4.000 ՀՀ դրամ, 48-ը՝ 4.001 ՀՀ դրամից ավելի, միայն մեկը՝ մինչև 5.000 ՀՀ դրամ և ընդամենը 5 անձ չի պատասխանել այս հարցին: Վերը նշված խմբի 27,04%-ը (119 անձ) ցանկություն է հայտնում 7-14 օր իր հանգստյան օրերն անցկացնել գյուղական բնակավայրում, ընդ որում՝ նրանց 42,07%-ը (50 անձ) պատրաստ է մեկ անձի համար նախատեսված մեկօրյա հանգստի համար ծախսել 2.001-3.000 ՀՀ

դրամ, իսկ 13.44%-ը (կամ 16 անձ) պատրաստ է ծախսել 4.001 ՀՀ դրամից ավելի գումար:

Գյուղական հանգստի դեպքում 1 անձի հաշվով օրական ծախսի ընդունելի չափը՝ ըստ հարցվողների եկամուտների մակարդակի

Աղյուսակ 3.1.5

		Եկամուտների մակարդակն ամսվա կրթվածքով						Ընդամենը
		Մինչև 100.000 ՀՀ դրամ	100.001-200.000 ՀՀ դրամ	200.001-300.000 ՀՀ դրամ	300.001-400.000 ՀՀ դրամ	400.000 ՀՀ դրամ և ավելի	Նշված չէ	
Գյուղական հանգստի դեպքում 1 անձի հաշվով օրական որքա՞ն ծախս է ձեռք հասնում ունեցողներին	Մինչև 2.000 ՀՀ դրամ	45	21	5	-	1	9	81
	2.001-3.000 ՀՀ դրամ	68	46	17	4	3	18	156
	3.001-4.000 ՀՀ դրամ	53	32	11	8	5	6	115
	4.000 ՀՀ դրամ և ավելի	17	25	13	5	11	5	76
	Մինչև 5.000 ՀՀ դրամ	-	-	-	-	1	-	1
	20 եվրո	-	1	-	-	-	-	1
	Նշված չէ	5	2	2	-	-	1	10
	Ընդամենը	188	127	48	17	21	39	440

Միևնույն ժամանակ, աղյուսակ 3.1.5-ի տվյալները վկայում են, որ գյուղական բնակավայրում մեկ անձի մեկօրյա հանգստի համար 2.001-3.000 ՀՀ դրամ ծախսել պատրաստվող անձինք մինչև 100.000 և 100.001-200.000 ՀՀ դրամ ամսական եկամուտ ունեցողներն են (համապատասխանաբար՝ 68 և 46 մասնակից), և 3.001-4.000 ՀՀ դրամ ծախսել ցանկացող անձինք ևս մինչև 100.000 (53 մասնակից) և 100.001-200.000 ՀՀ դրամ (32 մասնակից) ամսական եկամուտ ունեցողներն են: Իսկ հարցման մասնակիցներից 11-ը, ովքեր ունեն ամսական 400.001-ից բարձր եկամուտ, պատրաստ են գյուղական մեկօրյա հանգստի համար կատարել 4.000 և ավելի ՀՀ դրամի չափով ծախս:

Հարցման մասնակիցներից նրանք, ովքեր կնախընտրեն Հայաստանում և Արցախում մասնակցել ագրոտուրների (560 անձ կամ ընդհանուր հարցվածների 96,38%-ը), իրենց հանգստի համար ամենազերադասելի տարվա եղանակը համարում են ամառը (64,64%), իսկ 9,46%-ը կնախընտրեր մեկնել հանգստի և՛ ամռանը, և՛ ձմռանը:

Հարցման արդյունքների ամփոփումը ցույց է տալիս, որ գյուղական հանգիստը գերադասող մասնակիցները Հայաստանում կամ Արցախում ագրոտուրների պարագայում (424 մասնակից) կնախընտրեն **բնության գրկում գրոսանքները**, մասնավորապես՝ ձիով (72,4%), սահնակով (17,7%), կտրքով (28,8%), տրակտորով (8,5%), ձյունագնացով (24,3%), **գյուղատնտեսական աշ-**

խատանքները, մասնավորապես՝ պրդի և խաղողի հավաքում, այնուհետև գինու պարրասպում (62,7%), բուժիչ բույսերի հավաքում և բուսական դեղամիջոցների պարրասպում (30,42%), ծառայունակ (41%), դաշտային ծաղիկների հավաքում (45,7%), մրգերի բերքահավաք (54,9%), սնկի, հաբապրդի և բանջարի հավաքում (38,9%), խորհունձ (6,1%), կուլի և ոչխարի կթում (4,5%), ոչխարի խուզում (2,1%), ազգային կերակրատեսակների պատրաստումը, մասնավորապես՝ ճաշարեսակների պարրասպում (43,4%), լավաշի և հացի թխում (42,2%), պանրի պարրասպում (16%), որսորդությունը, մասնավորապես՝ կենդանիների որս (17,2%), ձկնորսություն (24,8%), մշակութային առանձնահատուկ գործողությունները՝ գորգագործություն (26,2%), արհեստագործություն, օրինակ՝ բրուտագործություն, դարբնի գործ և այլն (11,3%), հուշանվերների պարրասպում (24,5%), գյուղացիական տնտեսություն վաճելու մասին դասընթացները (13,9%):

ՀՀ-ում և Արցախում ագրոտուրերի մասնակցել ցանկացողների այն մասը, ում հաճելի է գյուղական հանգիստը (424 կամ ընդհանուր հարցվածների 73%-ը), գերադասում է սպորտային հանգիստը (17,7%), հանգիստը գյուղական վայրերում (30,7%), պատմամշակութային զբոսաշրջությունը, մասնավորապես՝ այցելություն եկեղեցիներ, մատուռներ և այլ սրբավայրեր (46,5%), այցելություն պատմական վայրեր (58%), մասնակցություն ազգագրական տոներին և փառատոներին (21,9%), ծովափնյա հանգիստ (62,7%), հանգիստ բնության գրկում (62,7%), այցելություն բնական արգելավայրեր և արգելոցներ (3,7%):

Վերոնշյալ գործոնների միջև վիճակագրական նշանակալիության կապերը պարզելու համար իրականացվել է Պիրսոնի Խի քառակուսու թեստավորում (նշանակալիության մակարդակը՝ 0,05)⁸²: Արդյունքները վկայում են, որ էական կապեր կան աղյուսակ 3.1.6-ում բերված գործոնների միջև: Օրինակ, 19-30 տարեկանները հիմնականում նախընտրում են գյուղական 7-օրյա հանգիստ անցկացնել ընկերների հետ, մեկ անձի հաշվով օրական պատրաստ են վճարել առավելապես 2000-4000 ՀՀ դրամ: Տարեկան մեկ անգամ հանգստի մեկնում են հիմնականում մինչև 100000, այնուհետև 100001-200000 և 200001-300000 ՀՀ դրամ ամսական եկամուտ ունեցողները: Գյուղական հանգիստը նախընտրում են մինչև 200000 ՀՀ դրամ եկամուտ ունեցողները, նրանք պատրաստ են հանգստանալ մինչև 7 օր, օրական վճարել 2000-4000 դրամ: Տարեկան մեկ և երկու անգամ հանգստի մեկնում են առավելապես

⁸² Պիրսոնի Խի քառակուսի (Pearson's Chi-square) թեստը ոչ պարամետրական մեթոդ է, որը թույլ է տալիս գնահատել ընտրանքի որակական բնութագրերի կամ քանակական արդյունքների միջև տարբերությունների նշանակալիությունը, երկու կամ ավելի հարաբերական ցուցանիշների միջև տարբերությունների վիճակագրական նշանակալիությունը: Գնահատելու համար վարկածներ են առաջարկվում, և եթե $p < 0.05$, ապա գրոյական վարկածը՝ առ այն, որ ուսումնասիրվող ցուցանիշների միջև նշանակալի կապ չկա, հերքվում է, և ստացվում է, որ կապը նշանակալի է:

չամուսնացածները, և առավելապես չամուսնացածներին է հաճելի գյուղական հանգիստը:

Պիրսոնի խի քառակուսու թեստավորում

Աղյուսակ 3.1.6

Գործունները	Պիրսոնի խի քառակուսի	
	Արժեք	Նշանակալիություն
Տարիք* Ո՛ւմ հետք էք կնախընտրեիք մասնակցել ագրոտուրների	574,285	0,000
Տարիք* Քանի օրով կցանկանայիք հանգստանալ գյուղական միջավայրում	546,929	0,000
Տարիք* Գյուղական հանգստի դեպքում 1 անձի հաշվով օրական որքա՞ն ծախսն է Ձեզ համար ընդունելի	575,800	0,000
Եկամուտ* Հանգստի մեկնելու հաճախականություն	568,381	0,000
Եկամուտ* Գյուղական հանգստի նախընտրելիություն	529,171	0,000
Եկամուտ* Քանի օրով կցանկանայիք հանգստանալ գյուղական միջավայրում	567,718	0,000
Եկամուտ* Գյուղական հանգստի դեպքում 1 անձի հաշվով օրական որքա՞ն ծախսն է Ձեզ համար ընդունելի	578,634	0,000
Ընդունելի վիճակ* Հանգստի մեկնելու հաճախականություն	683,255	0,000
Ընդունելի վիճակ* Գյուղական հանգստի նախընտրելիություն	535,784	0,000

Հարցման մասնակիցների մեծամասնության կարծիքով՝ ՀՀ-ն ագրոգրոսաշրջության զարգացման բավականին մեծ ներուժ և լայն հնարավորություններ ունի, որոնց կիրառումը կհանգեցնի զգալի արդյունքների: Հարցման մասնակիցները վստահ են, որ ագրոգրոսաշրջության ոլորտի զարգացման համար առաջնահերթ կերպով անհրաժեշտ է գյուղական բնակչության շրջանում բարձրացնել տեղեկացվածության մակարդակը, կիրառել մարքեթինգային արդյունավետ գործիքակազմ, բարելավել ենթակառուցվածքները (մասնավորապես՝ ճանապարհները դեպի գյուղական համայնքներ), ստեղծել հյուրընկալ, բարեհամբույր մթնոլորտ: Կան կարծիքներ, որ նպատակահարմար է ուսումնասիրել միջազգային փորձը, օրենքով ամրագրել գործունեության շրջանակները, գյուղական համայնքների երիտասարդներին ներգրավել ոլորտի ներդրման և զարգացման աշխատանքներում: Բացի դրանից, հարցման մասնակիցներն առաջարկել են զարգացնել մեղվաբուծությունը, կազմակերպել գյուղմթերքի փառատոներ, որոնք առիթ կծառայեն՝ գրոսաշրջիկներին ծանոթացնելու հայկական գյուղմթերքի բազմատեսականիությանը, դրանից պատրաստված ուտեստներին ու խմիչքներին: Մասնակիցներն առաջարկում են նաև դպրոցականների համար կազմակերպել տուրեր, որոնց ընթացքում նրանք կծանոթանան գյուղական առօրյային, կենցաղին, հայկական մշակույթին: Եվ, թերևս, սպասարկման ոլորտի համար ամենակարևոր կեանք ըստ մասնակիցների այն է, որ սպասարկող անձնակազմը պետք է տիրապետի օտար լեզուների, լինի կիրթ և բարեհամբույր, ինչպես

նաև հյուրատները պետք է մաքուր լինեն՝ կենցաղային բավարար պայմաններով:

Օտարերկրյա զբոսաշրջիկների հարցման արդյունքները

Օտարերկրյա զբոսաշրջիկների հարցումն իրականացվել է՝ պարզելու համար վերջիններիս նախասիրությունները ագրոզբոսաշրջության ոլորտում և Հայաստան այցելությանը նպաստող հիմնական գործոնները: Օտարերկրյա զբոսաշրջիկների հարցումներն իրականացվել են 2020 թ. հունիս-հուլիս ամիսներին՝ առցանց եղանակով, քանի որ, համավարակով պայմանավորված, այդ ժամանակահատվածում ՀՀ-ում ներգնա զբոսաշրջային այցելություններ չեն կատարվել: Հարցումներին մասնակցել են 70 օտարերկրյա քաղաքացիներ:

Հարցումների արդյունքները ցույց են տալիս, որ Հայաստանը, որպես զբոսաշրջային երկիր և գյուղական զբոսաշրջության վայր, առավել ճանաչելի է ռուս զբոսաշրջիկների կողմից: Հետաքրքրական է, որ գյուղական հանգիստը գերադասող գերմանացիներն այդքան էլ հակված չեն Հայաստանի գյուղական վայրերում իրենց հանգիստը կազմակերպել: Հարցված գերմանացիների 33%-ը չգիտի՝ կցանկանա՞ր գալ Հայաստան, թե՞ ոչ, իսկ ռուսների 70%-ը ցանկություն ունի գալ և ծանոթանալ հայկական գյուղերի առանձնահատկություններին:

Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկները հիմնականում մասնակցում են պատմամշակութային տուրերին, ագրոզբոսաշրջությանը, էկոզբոսաշրջությանը, ՄՊԱ ծառայություններ ներառող տուրերին, ինչպես նաև կրթական զբոսաշրջությանը: Օտարերկրյա զբոսաշրջիկների, հատկապես՝ երիտասարդների Հայաստան այցելության հիմնական շարժառիթը արկածային զբոսաշրջությունն է: Արկածային տուրերից հետո նրանք նախընտրում են մասնակցել ճանաչողական արշավների, էքսկուրսիաների՝ Հայաստանը համարելով պատմամշակութային հարուստ ժառանգություն ունեցող երկիր:

Հայաստանը որպես ագրոզբոսաշրջության կազմակերպման վայր ընտրելու հիմնական շարժառիթներից նշվել են՝ գեղեցիկ բնությունը (91%), մաքուր օդը և ջուրը (89%), բնական սնունդը (48%), գյուղական անդորրը (41%), դաշտային զբոսանքները և լեռնագնացությունը (38%), մրգի և բանջարեղենի հավաքումը (25%), գյուղական աշխատանքներին մասնակցության հնարավորությունը (13 %):

Հարցման արդյունքների համաձայն՝ Հայաստանում ագրոտուրերին մասնակցությամբ կանայք ավելի են հետաքրքրված, քան տղամարդիկ, ընդ որում՝ ավելի շատ՝ չամուսնացածները և այն ամուսնական զույգերը, որոնք երեխաներ չունեն: Հետաքրքրություն ցուցաբերող հիմնական տարիքային խումբը 18-35 (47%) տարեկան զբոսաշրջիկներն են: Հարցվածների մեծա-

մասնությունը՝ 56%-ը կամ 39 զբոսաշրջիկ, սիրում է գյուղական զբոսաշրջություն, նրանք մինչև 30 տարեկան են:

Արտերկրում հանգստի կազմակերպման հիմնական կացարանները հյուրանոցներն են, և դրանով է նաև պայմանավորված, որ օտարերկրյա զբոսաշրջիկները Հայաստանում հաճախ ցանկություն են հայտնում գիշերակացն անցկացնել հյուրանոցներում (78%), որից հետո առողջարաններն են (36%), այնուհետև արձակուրդային տները (36%)՝ գիշերակացի օբյեկտներից հաջորդ ամենապահանջվածը:

Հարցված կին զբոսաշրջիկների 67%-ը եղել է Հայաստանում և մասնակցել տուրերին, մինչդեռ տղամարդկանց կեսը չի եղել: Թերևս, դրանով են պայմանավորված տղամարդկանց՝ Հայաստանում հետագա հանգիստը կազմակերպելու բացասական պատասխանները, որոնք կրկնակի շատ են կանանց բացասական պատասխաններից: Սա պայմանավորված է նաև այն հանգամանքով, որ տղամարդիկ մեծավ մասամբ Հայաստան են այցելում գործնական նպատակներով և ժամանակ չեն ունենում մասնակցելու զբոսաշրջային տուրերին: Բացի դրանից, տղամարդիկ նախընտրում են հանգստանալ ընտանիքի անդամների հետ, իսկ կանայք՝ և՛ ընտանիքի, և՛ ընկերների: Արդյունքում, կանանց հնարավորությունը հանգստի կազմակերպման ընտրության հարցում ավելի մեծ է, որն էլ նպաստում է Հայաստան այցելելուն և ագրոտուրերին մասնակցելուն:

Օտարերկրյա զբոսաշրջիկներին տրված այն հարցին, թե Հայաստան այցելության ժամանակ ինչ տուրերի կցանկանան մասնակցել, մինչև 35 տարեկան չամուսնացած զբոսաշրջիկները ցանկություն են հայտնել հանգիստն անցկացնել ընկերների հետ կամ միայնակ՝ բնության գրկում՝ հնարավորության դեպքում համատեղելով սպորտի հետ: Այս խմբի զբոսաշրջիկները սիրում են այցելել պատմական վայրեր, եկեղեցիներ, ինչպես նաև մասնակցել փառատոների, սիրում են ծովային հանգիստ, ակտիվ և ժամանցային բաղադրիչներ են նախընտրում: Հանգստի այս ձևերը գերադասող զբոսաշրջիկները Հայաստան այցելության հնարավորության դեպքում ընտրում են պատմամշակութային, արկածային, ագրոզբոսաշրջության տեսակները և սակավադեպ՝ ՍՊԱ կենտրոններում հանգստանալը կամ կրթական նպատակով այցելը: Սեզոնայնության առումով արտասահմանցի զբոսաշրջիկները նախապատվություն են տալիս ամռան ամիսներին (84%), այնուհետև՝ գարնանը (27%), աշնանը (25%) և ձմռանը (19%):

Հայաստանում գյուղական հանգիստ կազմակերպել նախընտրողներին տրված այն հարցին, թե որքան են պատրաստ վճարել յուրաքանչյուր անձի համար՝ օգտվելով «գիշերակաց և նախաճաշ» կացության ձևից, մեծամասնությունը նշել է 11-30 ԱՄՆ դոլարի սահմանը. այսպես՝ կանանց 42%-ը պատրաստ է վճարել 11-20 ԱՄՆ դոլար, իսկ շուրջ 31%-ը՝ 21-30 ԱՄՆ դոլար: Նշենք, որ տղամարդկանց 33%-ը պատրաստ է վճարել 31-40 ԱՄՆ դոլար: Հաշվի

առնելով, որ Հայաստանում ագրոտուրերին մասնակցելու ցանկություն ավելի շատ կանայք են հայտնել, նշենք՝ վերջիններս պատրաստակամ են միջինում 25 ԱՄՆ դոլար վճարել 1 անձի համար:

Ընդհանուր առմամբ, օտարերկրյա զբոսաշրջիկների մեծամասնությունը կարծում է, որ Հայաստանն ունի ագրոզբոսաշրջության զարգացման մեծ հեռանկարներ և առաջարկում է զարկ տալ էկո- և բուսական սննդի լայն տեսականու կիրառմանը՝ պատրաստելով համեղ և տոնական կերակրատեսակներ:

Ընտագոտության արդյունքներն ամփոփվել են SPSS ծրագրի գործիքակազմի միջոցով, իրականացվել է խաչաձև վերլուծություն՝ կապելով որոշ գործոններ: Ստորև ներկայացնենք գործոնային խմբերից մի քանիսը և վերջիններիս նշանակալիության գործակիցները (աղյուսակ 3.1.7):

Հարցման արդյունքների գործոնային կապերը՝ ըստ Պիրսոնի Նի թառակուսու նշանակալիության

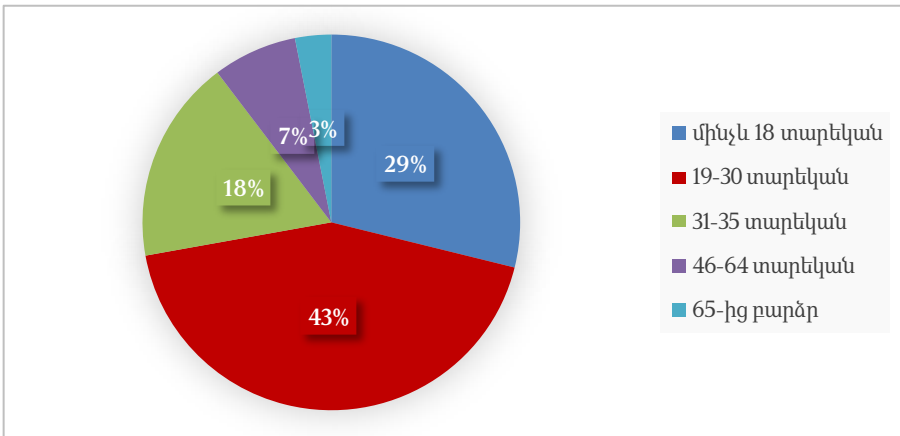
Աղյուսակ 3.1.7

Գործոններ	Նշանակալիություն	Պիրսոնի Նի թառակուսու թևարավորում
Տարիքը և գյուղական հանգիստը նախընտրողները	0.00003	47.487
Տարիքը և Հայաստանի գյուղական վայրերում հանգստանալու ցանկությունը	0.00006	45.446
Սեռը և զբոսաշրջության նախընտրելի տեսակը Հայաստան այցելության դեպքում	0.001	101.318
Սեռը և Հայաստանի գյուղական վայրերում գրկվող հյուրարարներում մեկ գիշերակացի համար վճարվող գումարի չափը (միջակայքերով)	0.003	26.942
Մանագիտական կարգավիճակը և Հայաստանի գյուղական շրջաններում հանգիստը կազմակերպելու ցանկությունը	0.0001	385.927
Ամսական եկամտի չափը և զբոսաշրջության նախընտրելի տեսակը Հայաստան այցելության դեպքում	0.021	26.942
Ամուսնական կարգավիճակը և գյուղական վայրերում հանգստանալու ցանկությունը	0.000	160.839
Ամուսնական կարգավիճակը և գյուղական վայրերի գրավչության գործոնները	0.014	147.313
Ամուսնական կարգավիճակը և ագրոտուրին մասնակցելու ցանկությունը	0.015	30.595
Հանգստի մեկնելու հաճախականությունը և Հայաստանում լինելը	0.002	36.960

Հարցումներին մասնակցած 70 օտարերկրյա զբոսաշրջիկներից 52-ը (75%) կանայք են, իսկ 15-ը (22%)՝ տղամարդիկ: Նրանցից 19%-ը Ռուսաստանից է, 16%-ը՝ Գերմանիայից, 13%-ը՝ Սիրիայից, 9%-ը՝ ԱՄՆ-ից, 9%-ը՝ Ֆրանսիայից, 3%-ը՝ Իսպանիայից, 3%-ը՝ Բրազիլիայից, 3%-ը՝ Ղրղզստանից, 2%-ա-

կան տոկոսը՝ Ուզբեկստանից, Ավստրալիայից, Կանադայից, Էստոնիայից, Ուկրաինայից, Ճապոնիայից և Հնդկաստանից:

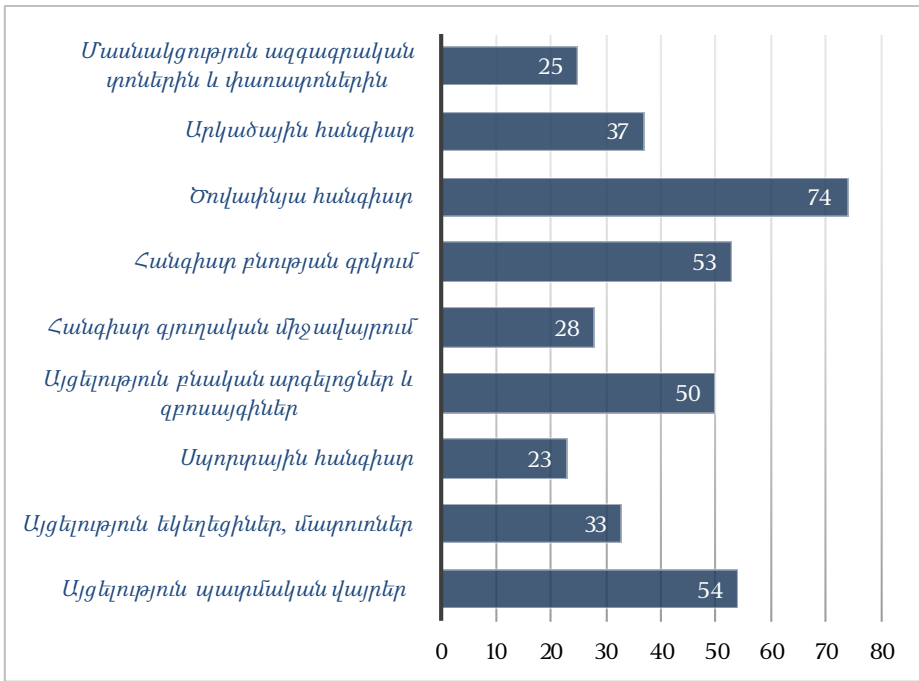
Ինչպես նկատում ենք, Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկների մեծամասնությունը Ռուսաստանից է, որոնց մեջ մեծ թիվ են կազմում ազգությամբ հայերը: Եվրոպական երկրներից՝ Գերմանիայից, Ֆրանսիայից, Իսպանիայից, Էստոնիայից հարցմանը մասնակցած զբոսաշրջիկները Հայաստանը դիտարկում են ոչ միայն որպես արկածային զբոսաշրջության երկիր, այլև կարծում են, որ այստեղ գրավիչ են մաքուր օդը, գեղեցիկ բնությունը և առողջ սնունդը:



Գծապատկեր 3.1.5 | Հարցվողները՝ ըստ տարիքային խմբերի

Միջին տարիքը մինչև 30 տարեկանն է (70%) (գծապատկեր 3.1.5): Նշենք, որ հարցվածների կեսից ավելին (65%) եղել է Հայաստանում, իսկ 33%-ը դեռ չի այցելել:

Այն օտարերկրացիները, որոնք սիրում են գյուղական զբոսաշրջությունը և գյուղական միջավայրը, մեծավ մասամբ չեն եղել Հայաստանում, ուստի նրանց 80%-ը ցանկություն է հայտնել հանգիստն անցկացնել Հայաստանում և հատկապես բացահայտել գյուղական զբոսաշրջային վայրերը: Ի դեպ, արտասահմանցիներից գյուղական վայրերում ավելի շատ ցանկանում են հանգստանալ չամուսնացածները (73%), քան ամուսնացածները (26%) (գծապատկեր 3.1.6):



Գծապատկեր 3.1.6

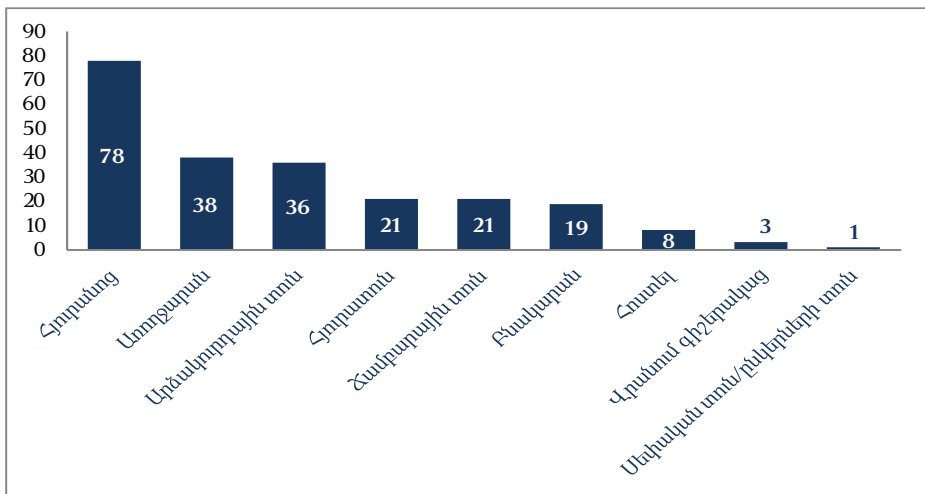
Օտարերկրյա զբոսաշրջիկների հանգստի կազմակերպման նախընտրելի ձևը (%)

Այն զբոսաշրջիկները, որոնք նախընտրում են խմբով ազրոզբոսաշրջությունը, պատրաստ են օրական մեկ անձի համար վճարել միջինում 25 ԱՄՆ դոլարին համարժեք ՀՀ դրամ: Այն արտասահմանյան զբոսաշրջիկները, որոնց տարիքային շերտ մինչև 30-ն է, պատրաստ են վճարել մինչև 30, 19-30 տարեկանների 46%-ը՝ 11-20, 65%-ը՝ 21-30, իսկ 14%-ը՝ 31-40 ԱՄՆ դոլարին համարժեք դրամ: Տարիքային այս խմբի 22%-ն էլ պատրաստ է վճարել մինչև 10 ԱՄՆ դոլարին համարժեք ՀՀ դրամ:

Քանի որ Հայաստան այցելող հավանական զբոսաշրջիկները հիմնականում մինչև 45 տարեկաններն են, ապա գնային քաղաքականություն մշակելիս անհրաժեշտ է հաշվի առնել նրանց գնողունակությունը: Ցանկալի կլինի գնային քաղաքականությունը մշակել մինչև 30-35 ԱՄՆ դոլարի սահմաններում: Իսկ եթե զուգահեռ ներկայացնենք նաև 31-45 տարեկանների գնային նախասիրությունները, ապա վերջիններիս 33%-ը նախատեսել է վճարել մինչև 10, իսկ 43%-ն ավելի բարձր՝ 31-40 ԱՄՆ դոլար:

Այն զբոսաշրջիկները, որոնք ազրոտուրերի ընթացքում նախընտրում են գիշերակացը հյուրատներում, գիշերակացի օբյեկտներում, կարևորում են հարմարավետությունն և մաքրությունը (84%): Արձակուրդային տներում գի-

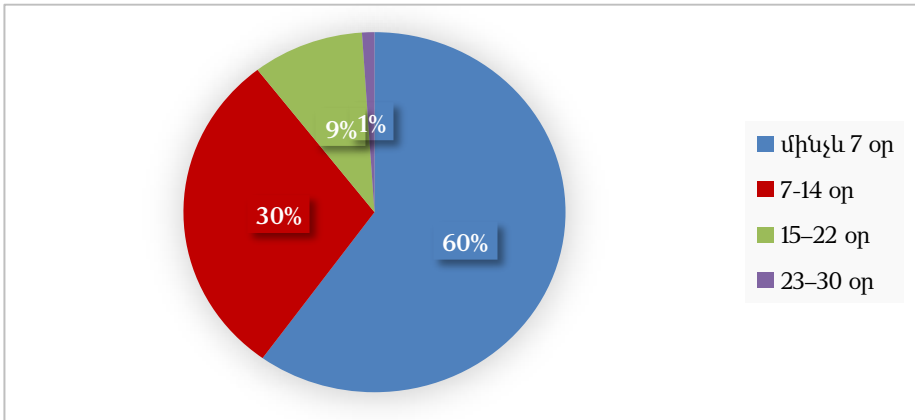
շերակացը նախընտրող զբոսաշրջիկների համար կարևոր է տեղի բնակիչների հետ օտար լեզվով հաղորդակցվելու (40%), գյուղատնտեսական գործունեությանը (26%), ինչպես նաև ազգագրական ծեսերին և տոնակատարություններին մասնակից լինելու հնարավորությունը (37%): Հյուրանոցներում գիշերակաց նախընտրող զբոսաշրջիկների համար ևս առաջնահերթ են մաքուր և հարմարավետ պայմանները, հյուրանոցում ազգային սնունդ պատրաստելու, ֆերմերային կենդանիների խնամքի հնարավորությունները (34%), հեռախոսի և համացանցի հասանելիությունը (59%): Առողջարաններում հանգիստը կազմակերպել ցանկացող օտարերկրյա զբոսաշրջիկների համար կարևոր են բոլոր այն պայմանները, որոնք ընդգծում են գիշերակացի մյուս օբյեկտներում հանգիստ կազմակերպել ցանկացողները:



Գծապատկեր 3.1.7

Օտարերկրյա զբոսաշրջիկների նախընտրելի գիշերակացի օբյեկտները (%)

Հաշվի առնելով, որ գյուղական զբոսաշրջություն նախընտրողները մեծավ մասամբ ամուսնացած չեն ու հակված են մեկ օրվա համար ավելի շատ գումար ծախսել, քան ամուսնացածները, փորձենք հասկանալ, թե գիշերակացի ինչպիսի օբյեկտներ են նրանք գերադասում: Չամուսնացած զբոսաշրջիկները նախապատվություն են տալիս հյուրանոցներին, արձակուրդային տներին, ամուսնացածների մեծ մասը հյուրանոցներին: Ըստ էության, երիտասարդները, ովքեր գյուղական վայրեր են գալիս ընկերների հետ, սիրում են ագրոզբոսաշրջությունը, պատրաստ են իրենց հանգստի համար գումար հատկացնել և ցանկություն ունեն ակտիվ գործունեությամբ զբաղվելու գյուղում մասնակցելով գյուղական աշխատանքներին (գծապատկեր 3.1.7):



Գծապատկեր 3.1.8 | Զբոսաշրջիկների հանգստի տևողությունը

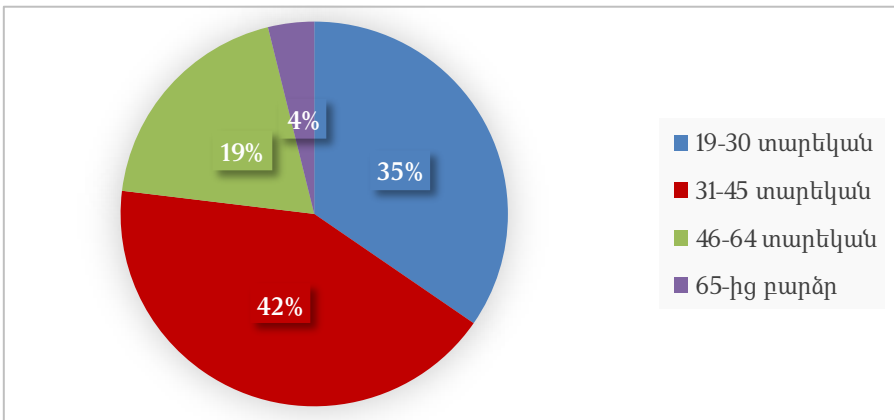
Ինչպես երևում է գծապատկեր 3.1.8-ից, գյուղական շրջաններում հանգիստը կազմակերպել ցանկացողների մեծամասնությունը՝ նախընտրում է մնալ մինչև 7 օր կամ 7-14 օր: Ըստ արձակուրդի օրերի տևողության՝ օտարերկրյա զբոսաշրջիկները նախապատվություն են տալիս հանգստի կազմակերպման տարբեր տեսակների: Մինչև 14-օրյա տևողությունը նախընտրող զբոսաշրջիկների 36%-ը ցանկանում է հանգիստը վայելել բնության գրկում՝ համատեղելով սպորտային, արկածային բաղադրիչի և այցելությունների հետ բնական արգելոցներ ու զբոսայգիներ: Հարցված զբոսաշրջիկների 33%-ը, բացի բնության գրկում հանգստից, նախապատվություն է տալիս նաև պատմամշակութային վայրեր այցելություններին՝ եկեղեցիներ, մատուռներ և սրբավայրեր: Իսկ զբոսաշրջիկների մյուս մասը (հարցվածների 31%-ը) ակտիվ և արկածային զբոսաշրջության սիրահարներ են: Նրանք ցանկանում են մասնակցություն ունենալ ազգագրական տոներին, փառատոներին, սպորտային տուրերին:

Հանգիստը բնության գրկում նախընտրող զբոսաշրջիկների համար ցանկալի զբաղմունքներից են **գյուղական աշխատանքները**՝ մրգի, բանջարեղենի և հատապտուղների հավաքում (46%), ծառատունկ (41%), դեղաբույսերի հավաքում և չորացում (24%), կովի և ոչխարի կթում (11%), ոչխարի խուզում (6%), մեղվապահություն (4%), **ազգային կերակուրների պատրաստումը**՝ լավաշի և հացի թխում (50%), պանրի պատրաստում (37%), **մշակութային առանձնահատուկ զբաղմունքները**՝ հուշանվերների պատրաստում (34%), ասեղնագործություն, գորգագործություն և խեցեգործություն (16%), **որսորդությունը**՝ ձկնորսություն (21%), կենդանիների որս (19%), **զբոսանքը**՝ ձիավարություն (59%), ձնագնացով (27%), սահնակով (11%), կառքով (16%), տրակտորով զբոսանք (13%):

Հարցում հյուրընկալողների շրջանում

Քանի որ համավարակի պայմաններում համայնքներում հարցումների կազմակերպումը կապված էր որոշակի դժվարությունների հետ, ուստի հարցումները կատարվել են առցանց: Հարցմանը մասնակցել է 27 հյուրընկալող հետևյալ համայնքներից՝ Տավուշի մարզ՝ գ. Սևքար, ք. Դիլիջան, ք. Իջևան, Լոռու մարզ՝ գ. Թեղուտ, գ. Վահագնաձոր, գ. Պուշկինո, գ. Մեծ Պարնի, գ. Գարգառ, գ. Դսեղ, ք. Վանաձոր, գ. Չկալով, գ. Ազնվաձոր, ք. Ստեփանավան, ք. Սպիտակ, գ. Ամոջ, գ. Կաթնաջուր, գ. Բենդիկ, գ. Լեռնապատ:

Ինչպես երևում է գծապատկեր 3.1.9-ից, հարցման մասնակիցների մեծ մասը 31-45 և 19-30 տարեկան է, այսինքն՝ կայացած անձինք են:



Գծապատկեր 3.1.9

Հարցման մասնակիցները՝ ըստ տարիքի

Հետաքրքրական էր, թե հյուրընկալողներն ինչ պատկերացում ունեն ագրոգրոսաշրջության վերաբերյալ: Պարզվեց, որ գրեթե բոլորն այն ընկալում են որպես հանգիստ գյուղական միջավայրում, որն ուղեկցվում է գյուղատնտեսական աշխատանքներում ներգրավվածությամբ, ծեսերին և ավանդույթներին ծանոթությամբ, պատմամշակութային վայրեր այցելությամբ և երբեմն արկածային մարզաձևերի հետ համատեղմամբ: Հյուրընկալողների 92%-ը համաձայնել է համագործակցել զբոսաշրջային կազմակերպությունների հետ և տրամադրել իր հասցեն, իսկ 8%-ը դժվարացել է պատասխանել համագործակցության վերաբերյալ հարցին: Կարծում ենք՝ խնդիրը վստահության ցածր մակարդակն է կամ նախկին փորձի բացակայությունը: Ընդհանուր առմամբ, հյուրընկալողները պատրաստ են զբոսաշրջիկներին մատուցել հիմնականում հետևյալ ծառայությունները՝

- զբոսանք ձիով (նշել է մասնակիցների շուրջ 39%-ը),
- զբոսանք տրակտորով (19%),
- զբոսանք սահնակով (4%),

- զբոսանք սայլով (8%),
- մրզերի բերքահավաք (66%),
- սնկի, հատապտղի, բանջարի հավաքում (62%),
- հողագործական աշխատանքներ (73%),
- ծառատունկ (42%),
- պտղի, խաղողի հավաքում և գինու պատրաստում (15%),
- մեղվաբուծություն (46%),
- որսորդություն (8%)
- ձկնորսություն (31%),
- ձեռագործ, գորգագործություն (8%),
- արհեստագործություն, օրինակ՝ բրուտագործություն (4%),
- բուժիչ բույսերի հավաքում և բուսական դեղամիջոցների պատրաստում (66%),
- դաշտային ծաղիկների հավաքում (77%),
- հուշանվերների պատրաստում (12%),
- խոտհունձ (54%),
- անասնաբուծություն (54%),
- կովի, ոչխարի կթում (50%),
- ոչխարի խուզում (19%),
- լավաշի և հացի թխում (31%),
- պանրի պատրաստում (66%),
- ազգային կերակրատեսակների պատրաստում (62%),
- դասընթացներ գյուղացիական տնտեսություն վարելու մասին (39%),
- հանգիստ բնության գրկում (8%),
- կերպարվեստի բաց դասեր (4%),
- բոլորը միասին (4%):

Այսինքն, համաձայն հարցման՝ Լոռու և Տավուշի մարզերում հնարավոր է ապահովել ագրոզբոսաշրջության մաս կազմող մի շարք ծառայությունների մատուցումը:

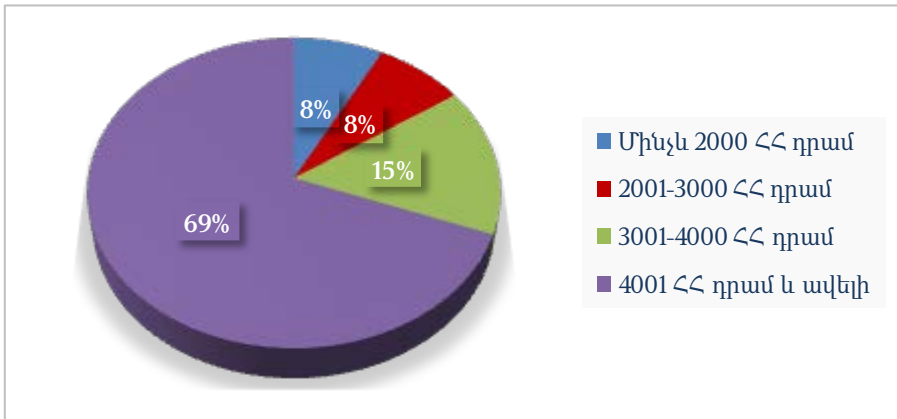
Ագրոզբոսաշրջության մեջ իր ուրույն տեղն ու դերն ունի նաև գաստրո-զբոսաշրջությունը, իսկ հայկական խոհանոցի բազմազանությունն ու հնագույն պատմությունը զբոսաշրջիկներին ներգրավելու լավագույն եղանակներից մեկն է: Համաձայն հարցումների՝ հյուրընկալողները պատրաստ են զբոսաշրջիկներին զարմացնել հայկական խոհանոցի բազմազանությամբ, մասնավորապես՝ առաջարկելով հետևյալ ճաշատեսակները. կոնջու, խաշլամա, հոնի թթու, ավելուկով ճաշ (փրֆոուկ), խաշ, քրճիկ, թանով սպաս, խաշիկ, կաթնով ապուր, ավելուկով ճաշ, տոլմա, գյուղի կանաչեղենի աղցաններ, թոնրի խորոված՝ մսով և բանջարեղենով, պլեճ, կրակի մեջ խորոված ամբողջական կարտոֆիլ (փուռ), պասուց դոլմա, թթուներ (շուշան, դանդուռ, սիբեյս, բոխի և այլն), մասուրից և այլ հատապտուղներից ու մրզերից պատ-

ըստսոված կոմպոտներ և հյութեր, պանրի տեսականի, փախլավա, գաթա և այլ ազգային ճաշատեսակներ:

Ինչ վերաբերում է զբոսաշրջիկներ ընդունելու ժամանակահատվածներին, ապա հարցվածների 62%-ը մշտապես պատրաստ է հյուրընկալել զբոսաշրջիկներին, իսկ 38%-ը՝ որոշակի սահմանափակումներով, մասնավորապես՝ տարվա երկու կամ երեք եղանակներին՝ գարուն, ամառ, ձմեռ:

Իսկ ընդունելության պայմանների տեսանկյունից իրավիճակը բավականին տարբեր է, միջինում մեկ հյուրընկալողը կարող է ընդունել 6 զբոսաշրջիկի: Իհարկե, հարցված հյուրընկալողներից ոմանք կարող են ընդունել մինչև 20 զբոսաշրջիկի: Հարմարավետության տեսանկյունից գրեթե բոլոր հարցվածների կացարանների պայմանները միջին են: Հիմնականում առկա են տաք և սառը ջուր, վերանորոգված սենյակներ և սանհանգույց:

Կարևոր է նաև այն հանգամանքը, թե ինչպիսի կազմով են պատրաստ հյուրընկալել զբոսաշրջիկներին: Ընդհանուր առմամբ, կարող ենք ասել, որ հարցվածների 81%-ը պատրաստ է ընդունել ցանկացած տարիքային խմբի զբոսաշրջիկի, իսկ մնացած 19%-ը՝ որոշակի սահմանափակումներով (1 կամ 2 երեխա): Ինչ վերաբերում է արժեքին, ապա պատկերն ըստ հարցումների ներկայացված է գծապատկեր 3.1.10-ում:



Գծապատկեր 3.1.10 | Գյուղական հանգստի արժեքը

Գինը ներառում է գիշերակաց և նախաճաշ, այլ ծառայությունների մատուցման պարագայում արժեքն ավելանում է: Գնային տարբերություններն էլ պայմանավորված են հարմարավետության տարբեր մակարդակներով:

Հարցման արդյունքները ցույց են տալիս, որ ագրոզբոսաշրջության զարգացման խոչընդոտներից են՝

- օտար լեզվի չիմացություն (նշել է մասնակիցների շուրջ 35%-ը),
- ֆինանսական խնդիրներ (66%),

- վերապատրաստման անհրաժեշտություն (դասընթացներ գործարարության, սպասարկման, ագրոտուրերի կազմակերպման և այլնի վերաբերյալ), (54%),
- մարքեթինգի և առաջնդման հետ կապված խնդիրներ (31%),
- գովազդի նպատակով համացանցի և սոցիալական էջերի սակավ կիրառում (կամ բացակայություն), (8%),
- ճանապարհների ոչ բարվոք վիճակ (35%):

Առանձին հատվածներում ամռանն առկա է նաև խմելու ջրի խնդիր, օրինակ՝ Լոռու մարզի Գարգառ գյուղում:

Ամփոփելով հարցումները՝ կարող ենք ասել՝ Լոռու և Տավուշի մարզերում ագրոգրոսաշրջության զարգացման համար անհրաժեշտ պայմաններն են՝

- բարվոք ճանապարհներ,
- զարգացած ենթակառուցվածքներ,
- ամառային հարմարավետ տաղավարներ,
- ժամանցի բազմազան և հետաքրքիր վայրեր,
- ֆինանսական աջակցություն, դրամաշտրոհներ,
- վերապատրաստման դասընթացներ,
- արևի կամ քամու էներգիայով սնուցվող ջերմատներ և ֆերմաներ,
- փոքր հյուրատներ,
- գյուղի/քաղաքի մասին տեղեկատվության հասանելիություն, մարքեթինգային ճիշտ քաղաքականություն:

Ագրոգրոսաշրջության զարգացումը կշահադրդի մարդկանց ապրելու գյուղերում, կնպաստի համայնքի և ողջ երկրի զարգացմանը, եկամուտների աճին, աշխատատեղերի ավելացմանը, մշակույթի տարածմանն ու պահպանմանը և ինչու ոչ՝ քաղաքացիական հասարակության ձևավորմանը, քանի որ մշտական շփումը գրոսաշրջիկների հետ, գործարար ունակությունների շարունակական զարգացումն ու նորը սովորելու ձգտումը կընդլայնեն քաղաքացիների աշխարհայացքը, ինչպես նաև կնպաստեն հայկականության պահպանման կարևորագույն խնդրի ընկալմանը:

Հյուրընկալողների կարծիքով՝ ագրոգրոսաշրջության զարգացումն իրենց համայնքներում հնարավորություն կընձեռի ապրելու բարեկեցիկ կյանքով, կընդլայնի շփման շրջանակը, կզարգանա համայնքի գործարար միջավայրը, ինչպես նաև կնպաստի գյուղմթերքի վաճառքի ծավալների և հետևաբար՝ եկամտի ավելացմանը, կշահադրդի և կաշխուժացնի երիտասարդներին:

Ագրոգրոսաշրջության զարգացման հնարավորությունները գյուղական համայնքների ղեկավարների տեսանկյունից

Լոռու և Տավուշի մարզերում գյուղական համայնքների ղեկավարների շրջանում իրականացված հարցմանը մասնակցել է ընդհանուր առմամբ 84 համայնքի ղեկավար:

Հարցին, թե իրենց գյուղում կա՞ն արդյոք հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներ (հյուրանոցներ, հյուրատներ, հոստելներ և այլն), 49-ը պատասխանել է ոչ, 35-ը՝ այո:

Հարցին, թե կա՞ն արդյոք իրենց գյուղում հանրային սննդի կետեր (ոեստորան, սրճարան, բար և այլն), 45-ը պատասխանել է ոչ, 38-ը՝ այո, 1-ը դժվարացել է պատասխանել:

66 գյուղ Երևանի հետ հասարակական տրանսպորտի ամենօրյա ապասարկում չունի, 13-ն ունի, 4 գյուղ նախկինում է ունեցել, այժմ չունի:

56 գյուղ ընդունում է ներքին զբոսաշրջիկների՝ ՀՀ տարբեր վայրերից, 23-ը չի ընդունում, 5 ղեկավար դժվարացել է պատասխանել այդ հարցին:

47 գյուղ արտերկրից ընդունում է միջազգային զբոսաշրջիկների, 32-ը չի ընդունում, 5 ղեկավար դժվարացել է պատասխանել այդ հարցին:

5 գյուղում ճանապարհային ենթակառուցվածքների վիճակը գնահատվել է շատ լավ, 21-ում՝ լավ, 26-ում՝ միջին, 18-ում՝ բավարար, 14-ում՝ վատ:

59 գյուղում եղել են մարդիկ, որոնք կարող են իրենց տանն ընդունել զբոսաշրջիկների, 25-ում չի եղել:

Համայնքների ղեկավարները նշել են ագրոզբոսաշրջության կազմակերպման այն հիմնական ծառայությունները, որոնք կարող են մատուցվել իրենց գյուղում՝ խոտհունձ, կովի, ոչխարի կթում, ոչխարի խուզում, մեղվաբուծություն, հողագործական աշխատանքներ, դաշտային ծաղիկների հավաքում, անասնաբուծություն, պանրի, ազգային տարբեր կերակրատեսակների պատրաստում, զբոսանք ձիով, տարբեր մրգերի, սնկի, պտղի, բանջարեղենի բերքահավաք, ծառատունկ, բուժիչ բույսերի և դեղաբույսերի հավաքում, լավաշի և հացի թխում և այլն:

Գյուղապետերը նշել են այն հիմնախնդիրները, որոնք խոչընդոտում են ագրոզբոսաշրջության և առհասարակ զբոսաշրջության զարգացումը.

- հանրային տրանսպորտի, հյուրատների և հասարակական սննդի կետերի բացակայություն,
- միջհամայնքային և միջդաշտային, պատմամշակութային վայրեր տանող ճանապարհների անմխիթար վիճակ,
- բնակչության սոցիալ-տնտեսական պայմաններ. ի վիճակի չեն բնակարանները համապատասխանեցնել զբոսաշրջիկներ ընդունելու պահանջներին,
- գործարարության բավարար գիտելիքի պակաս, հյուրընկալության դասընթացների կազմակերպման անհրաժեշտություն,
- խմելու ջրի սակավություն,
- գովազդի պակաս,
- անբավարար փողոցային լուսավորություն,
- ժամանցի կենտրոնների բացակայություն:

Թվարկված խոչընդոտների վերացման և հիմնախնդիրների լուծման ճանապարհին անհրաժեշտաբար պետք իրականացվեն հետևյալ միջոցառումները. ներդրումների ներգրավում, ենթակառուցվածքների, ճանապարհների բարելավում, մարքեթինգային քայլեր, տուրերի կազմակերպում, ինչպես նաև բնակչության շրջանում տեղեկատվական, գործարարության և հյուրընկալության դասընթացների կազմակերպում և այլն:

3.2

Ագրոգրոսաշրջության զարգացման հիմնադրույթները

Լոռու և Տավուշի մարզերում ագրոգրոսաշրջության զարգացման հիմնախնդիրների համապարփակ վերլուծության նպատակով սույն աշխատության մեջ իրականացվել է SWOT վերլուծություն, որի արդյունքում կշռված բալային գնահատականների հիման վրա ձևավորվել է ուղղորդված զարգացման ընտրության տարածական մատրիցը (strategy space matrix) և ներքին ու արտաքին գործոնների մատրիցը (The Internal-External Matrix), որոնք ուղենիշներ են ոլորտի զարգացման ուղղորդված զարգացման համար:

SWOT վերլուծությունը կատարվել է հետևյալ մեթոդաբանությամբ.

- առանձնացվել են ոլորտի զարգացման ուժեղ և թույլ կողմերը, հնարավորությունները և սպառնալիքները՝ դրանք պայմանականորեն բաժանելով ներքին և արտաքին միջավայր բնութագրող գործոնների,
- յուրաքանչյուր գործոնին, ըստ կարևորության աստիճանի, տրվել է կշիռ 0.0–ից (ոչ կարևոր) մինչև 1.0 (շատ կարևոր) գնահատման տիրույթում,
- յուրաքանչյուր գործոն գնահատվել է 1-4 բալային սանդղակով՝ կախված այն բանից, թե որքանով է տվյալ գործոնի ազդեցությունը թույլ կամ ուժեղ,
- յուրաքանչյուր գործոնի կշիռը բազմապատկելով բալային գնահատականով՝ ստացվել է կշռված բալային արժեքը,
- գումարվել են կշռված բալային արժեքները՝ ընդհանուր կշռված բալը ստանալու համար (հնարավոր ամենացածր արժեքը 1.0-ն է, ամենաբարձրը՝ 4.0-ն, իսկ միջինը համարվում է 2.5-ը)⁸³:

Կշռային արժեքները և բալերը գնահատվել են հեղինակների կողմից՝ ըստ կատարված հետազոտությունների և փորձագիտական կարծիքների:

Աղյուսակ 3.2.1-ում ներկայացված են ներքին միջավայրի ուժեղ և թույլ կողմերը՝ համապատասխան բալային գնահատականներով:

⁸³ Մեթոդաբանությունը հիմնականում կատարվել է ըստ David, Fred R., Strategic Management: Concepts (13th ed.). Prentice Hall, New Jersey, 2011, գրքի, էջ 60-191:

Ներքին միջավայրի գործոնների կշռված բալային գնահատումը

Հ/Հ	Ներքին միջավայրի գործոններ	Կշիռը	Գնահատականը	Կշռված գնահատականը
Ուժեղ կողմեր				
1.	Մարզերում զբոսաշրջության տարբեր տեսակների կազմակերպման անհրաժեշտ ռեսուրսների առկայություն	0.043	4	0.170
2.	Գյուղական կենցաղի և ավանդույթների գրավչություն	0.043	4	0.170
3.	Գեղատեսիլ բնություն և մաքուր օդ	0.043	4	0.170
4.	Գյուղական առողջարար, էկոլոգիապես մաքուր անունը	0.043	4	0.170
5.	Հայկական մեծ ափյուրքի առկայություն	0.032	3	0.096
6.	Ներգնա և ներքին զբոսաշրջային տուրերի առկայություն	0.032	3	0.096
7.	Ագրոզբոսաշրջության տարբեր միջոցառումների առկայություն	0.043	4	0.170
8.	Փաստարտների կազմակերպում	0.043	4	0.170
9.	Բազմամրեասկ խոհանոց	0.043	4	0.170
10.	Հյուրընկալ բնակիչներ	0.043	4	0.170
11.	Ագրոտուրերում մշակութային տուրերի առկայություն այցելություն պատրաստված մշակութային վայրեր, եկեղեցիներ	0.032	3	0.096
12.	Մարզերում համացանցի և բջջային կապի հասանելիություն	0.032	3	0.096
13.	Բանկային ծառայության հասանելիություն	0.021	2	0.043
Ընդամենը		0.489		1.787
Թույլ կողմեր				
1.	Մարզերում հյուրանոցային տեսության օբյեկտների փոքր խտություն	0.043	4	0.170
2.	Մարզերում հանրային սննդի օբյեկտների փոքր խտություն	0.043	3	0.128
3.	Մարզերում տեղեկատվական ցուցանակների անբավարար տեղադրվածություն	0.043	4	0.170
4.	Զբոսաշրջային մարքեթինգի և բրենդինգի արդյունավետության ցածր մակարդակ	0.043	4	0.170
5.	Ոլորտի օրենսդրական դաշտի անկարգություն	0.043	4	0.170
6.	Ոլորտի թերի վիճակագրություն	0.043	4	0.170
7.	Լեզվական խոչընդոտներ	0.032	3	0.096
8.	Բնական ռեսուրսների և շրջակա միջավայրի ներկա վիճակի և պահպանման ցածր մակարդակ	0.032	3	0.096
9.	Զբոսաշրջային տեղեկատվության պակաս	0.032	4	0.128
10.	Ընդգծված ագրոտուրերի բացակայություն	0.043	4	0.170
11.	Ագրոտուրերում արկածային/զվարճային բաղադրիչների պակաս	0.032	3	0.096
12.	Հայաստանի ագրոզբոսաշրջության ոլորտում ազգային ասոցիացիաների բացակայություն	0.032	4	0.128
13.	Միջազգային կամավորական ծրագրերում պասիվ ներգրավվածություն (Help Exchange, World Wide	0.021	3	0.064

	<i>Opportunities on Organic Farms)</i>			
14.	<i>Մեծահասակների կողմից տեղեկարարական տեխնոլոգիաներից օգտվելու դժվարություններ</i>	0.032	3	0.096
	Ընդամենը	0.511		1.851

Ուժեղ և թույլ կողմերի ընդհանուր կշռված արժեքը կազմում է 3.638:

Ներքին գործոնների գնահատում (ՆԳՆ) = 1.787+1.851=3.638

Աղյուսակ 3.2.2-ում ներկայացված են արտաքին միջավայրի հնարավորությունների և սպառնալիքների գործոնները՝ բալային գնահատականներով:

Աղյուսակ 3.2.2

Արտաքին միջավայրի գործոնների կշռված բալային գնահատումը				
Հ/Հ	Արտաքին միջավայրի գործոններ	Կշիռը	Գնահատականը	Կշռված գնահատականը
Հնարավորություններ				
1.	<i>Մարքեթինգային ակտիվ գործունեության իրականացման դեպքում գրոսաշրջիկների թվի մեծացում</i>	0.047	4	0.188
2.	<i>Ջրոսաշրջային ենթակառուցվածքների բարելավում</i>	0.047	3	0.141
3.	<i>Ոլորտի օրենսդրական դաշտի բարելավում</i>	0.047	4	0.188
4.	<i>Ոլորտի միճակագրական հաշվառման բարելավում</i>	0.047	4	0.188
5.	<i>Վերապատրաստման և տեղեկարարական դասընթացների կազմակերպում ֆերմերների և հյուրընկալողների համար</i>	0.047	4	0.188
6.	<i>Ներդրումների ներգրավման դեպքում ճանապարհների կառուցում</i>	0.047	4	0.188
7.	<i>Ագրոգրոսաշրջության ոլորտում կամավորական աշխատանքների համատեղման/իրականացման հնարավորություն</i>	0.024	3	0.071
8.	<i>Ագրոգրոսաշրջության ծառայությունների համատեղում սպորտային, վերականգնողական և բուժական ծառայությունների հետ</i>	0.035	3	0.106
9.	<i>Ագրոգրոսաշրջության ոլորտում աշխատատեղերի ստեղծում/ընդլայնում՝ կանանց ներգրավվածությունը մեծացնելու ուղղությամբ</i>	0.047	3	0.141
10.	<i>Միջազգային մի շարք դրամաշնորհային ծրագրերին դիմելու հնարավորություն</i>	0.047	4	0.188
11.	<i>Սուբվենցիոն ծրագրերի իրականացման հնարավորություն, մասնավորապես՝ ենթակառուցվածքների բարելավման ուղղությամբ</i>	0.047	4	0.188
12.	<i>Բնության բարիքների՝ վայրի մրգերի, ուրելի բույսերի և դեղաբույսերի հավաքման հնարավորություն</i>	0.035	4	0.141
13.	<i>Վարպետություն դասերի անցկացման հնարավորություն մի շարք հյուրատներում և անհատների կողմից</i>	0.035	4	0.141
	Ընդամենը	0.435		2.059

Սպառնալիքներ				
1.	Բնակչության եկամուտների ցածր մակարդակ	0.047	4	0.188
2.	Աղքատության մակարդակ	0.035	3	0.106
3.	Մարզերում բնակչության արտագաղթ	0.035	3	0.106
4.	Ներդրումների պակաս	0.047	4	0.188
5.	Անարտահայտումներ	0.035	3	0.106
6.	Ճանապարհների ոչ բարվոք վիճակ	0.047	4	0.188
7.	Սահմանային լարված իրավիճակ Ադրբեյջանի հետ	0.047	3	0.141
8.	Ոչ լավ զարգացած գրոսաշրջային ենթակառուցվածքներ	0.047	4	0.188
9.	Բնության հսկայական պահպանվող տարածքները գրոսաշրջային օբյեկտների վերածելու վտանգ	0.035	3	0.106
10.	Նախապարվություն հարևան երկրներին (որպես գրոսաշրջային հանգիստի անցկացնելու վայր)	0.035	2	0.071
11.	Գյուղական բնակչության ծերացում	0.035	3	0.106
Ընդամենը		0.447		1.494

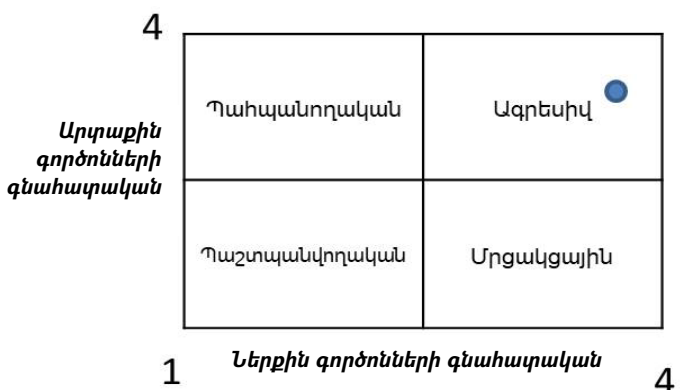
Հնարավորությունների և սպառնալիքների կշռված արժեքը կազմում է 3.553:

Արդաքին գործոնների գնահատում (ԱԳՆ) = 2.059 + 1.494 = 3.553

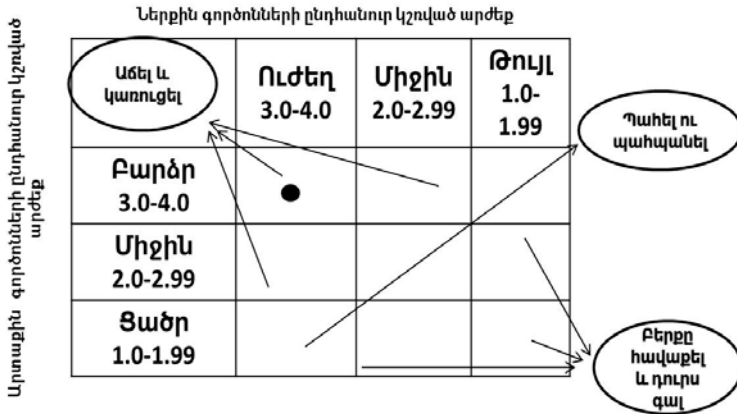
Ինչպես երևում է, ներքին և արտաքին գործոնների գնահատականները մեծ են միջին արժեքից՝ 2.5-ից: Այս ցուցանիշի հիման վրա հնարավոր է լավագույն ռազմավարությունը որոշել տարածական և ներքին-արտաքին գործոնների մատրիցով:

Ռազմավարության տարածական մատրիցում (գծապատկեր 3.2.1) ստացված ցուցանիշներն ագրեսիվ ռազմավարության վանդակում են:

Ներքին-արտաքին գործոնների մատրիցը (գծապատկեր 3.2.2) թույլ է տալիս որոշել լավագույն ռազմավարական քայլերը:



Գծապատկեր 3.2.1 | Ռազմավարության տարածական (SPACE) մատրից



Գծապատկեր 3.2.2

Ներքին-արտաքին գործոնների (Internal-External Matrix) մատրից

Այսպիսով, ելնելով վերոնշյալ մոտեցումներից՝ կարելի է ասել, որ ագրո-գրոսաշրջության զարգացման լավագույն ռազմավարությունը ագրեսիվն է՝ աճի և կառուցման ռազմավարական քայլերի կիրառմամբ: Սա ենթադրում է ագրոգրոսաշրջային արտադրանքի զարգացում և կենտրոնացում շուկաներ ներխուժելու վրա: Այսինքն, օգտագործելով ուժեղ կողմերը և հնարավորությունները, պետք է ագրեսիվ կերպով ընդլայնման քայլեր կատարել: Համադրելով վերլուծության արդյունքում առանձին գործոնների բալային գնահատականների արդյունքները՝ կարող ենք փաստել, որ մարզերի ագրոգրոսաշրջության զարգացման լավագույն ռազմավարությունը ագրեսիվն է, որի համար պետք է զարգացնել ագրոգրոսաշրջային լավ արդյունքներ և ներխուժել նոր շուկաներ: Ագրոգրոսաշրջային արդյունքը պետք է ներառի մի շարք աշխատանքներին մասնակցություն, ինչն արդեն քննարկվել է նախորդ գլխում՝ բերքահավաքի, հողագործական, գյուղատնտեսական, կենդանիների խնամքի, խոհարարական և այլն: Կարևոր է նաև ագրոգրոսաշրջային կլաստերների ձևավորումը, ինչը կդիտարկվի մյուս ենթագլխում: Որպես ագրոգրոսաշրջիկների նպատակային շուկաներ կարող են դիտարկվել ինչպես ՀՀ ներքին գրոսաշրջային շուկան, այնպես էլ արտաքին շուկան՝ ագրոգրոսաշրջային համապատասխան արտադրանք ստեղծելով տարբեր տարիքային խմբերի, ընտանիքների և անհատ ճանվորդողների համար՝ բնության գրկում և գյուղական միջավայրում հանգիստը վայելելու, զանգվածային գրոսաշրջությունից խուսափելու, գրավիչ պայմաններով մատչելի հանգիստ կազմակերպելու հարցում: Ագրեսիվ ռազմավարության իրագործման դեպքում կարևորվում է նաև ագրոգրոսաշրջային արդյունքի խթանման ու առաջնդման մարքեթինգային գործիքակազմը, և այս առումով՝ ավանդական և թվային մարքեթինգի համադրումը, բրենդի մշակումը, որոնց վերաբերյալ առավել մանրամասն առաջարկներ կներկայացվեն հաջորդ ենթագլխում:

Ներքին ու արտաքին միջավայրի գործոնների բալային գնահատականների հիման վրա կարելի է հաշվարկել նաև այլ ցուցանիշ՝

$$\frac{(\text{Ուժեղ կողմեր} + \text{Հնարավորություններ})}{(\text{Թույլ կողմեր} + \text{Սպառնալիքներ})} = \frac{(1,787+2,059)}{(1,851+1,494)} \approx 1.15$$

Քանի որ ուժեղ կողմերն ու հնարավորությունները սակավ են գերազանցում հնարավորություններին և սպառնալիքներին, ուստի պետք է օգտագործել ուժեղ կողմերն ու հնարավորությունները, մշակել ագրեսիվ ռազմավարական քայլեր և հաղթահարել թույլ կողմերն ու սպառնալիքները:

Կազմվել է նաև SWOT մատրից, որտեղ ամրագրվել են որոշ ռազմավարական քայլեր՝ հաշվի առնելով առկա ուժեղ և թույլ կողմերը, հնարավորություններն ու սպառնալիքները:

Աղյուսակ 3.2.3

Լոռու և Տավուշի մարզերում զբոսաշրջության զարգացման SWOT-ի ռազմավարական քայլերը՝ գործոնների համադրմամբ

<i>Թույլ կողմեր/Սպառնալիքներ</i>	<i>Ուժեղ կողմեր/Հնարավորություններ</i>
<i>Ագրոզբոսաշրջային արդարադանք և մարքեթինգ</i>	Մարզերն ունեն զբոսաշրջային հարուստ ռեսուրսներ, գյուղական կենցաղ, ավանդույթներ, հյուրընկալություն, մաքուր օդ, ագրոզբոսաշրջային գործունեության տարբեր տեսակների կազմակերպման հնարավորություն, որոնց հիման վրա պետք է մշակել համապատասխան ագրոզբոսաշրջային արդյունք և իրականացնել գովազդի ու առաջնման քայլեր: Բարելավել օրենսդրությունը, որը կհստակեցնի ոլորտում գործունեության պայմանները, կպաշտպանի բնական միջավայրը, մշակել ոլորտի զարգացման ծրագրեր մարզերի և համայնքների համար, բարելավել վիճակագրությունը, քանի որ զբոսաշրջիկների թվաքանակի վերաբերյալ քանակական տվյալների հաշվետվությունը կնպաստի հետազոտությունների արդյունավետության բարձրացմանը:
<i>Ջրոսաշրջային ենթակառուցվածքների վիճակ</i>	Մարզերում բարելավել զբոսաշրջային ենթակառուցվածքները, ընդլայնել գիշերակացի վայրերի, հանրային սննդի օբյեկտների թվաքանակը, ժամանցի հնարավորությունները, բարելավել տրանսպորտը, զբոսաշրջային վայրերի տեղեկատվական ցուցանակների վիճակը:
<i>Ներդրումներ</i>	Ներդրումների ներգրավման դեպքում բարելավել ճանապարհների վիճակը, լուծել համայնքների և բնակիչների սոցիալ-տնտեսական խնդիրները, մասնակցել դրամաշնորհային ծրագրերի՝ ֆինանսական միջոցների ներգրավման համար:
<i>Մարդկային կապիտալ</i>	Գյուղական բնակչության, ֆերմերների և հյուրընկալողների համար կազմակերպել վերապատրաստման, օտար լեզուների, տեղեկատվական տեխնոլոգիաների, հյուրերի սպասարկման, բիզնեսի վարման և այլ թեմատիկ դասընթացներ:

Հաշվի առնելով SWOT վերլուծության, ինչպես նաև հարցումների, դիտարկումների ժամանակ բացահայտված հիմնախնդիրները՝ կարելի է որոշ առաջարկություններ ներկայացնել դրանց լուծման ուղղությամբ, որոնք հիմնարար նշանակություն ունեն և արտացոլում են առաջիկա տարիներին ագրոգրոսաշրջության զարգացման քաղաքականության ուրվագծերը, ռազմավարական հիմնադրույթները և աջակցության հիմնական գործիքները.

1. առկա զբոսաշրջային ռեսուրսների հիման վրա մշակել ագրոգրոսաշրջային արդյունք՝ ագրոգրոսաշրջային տարբեր աշխատանքների կազմակերպմամբ, ներառելով նաև պատմամշակութային, արկածային, սպորտային և այլ բաղադրիչներ՝ հաշվի առնելով գյուղական համայնքների հնարավորությունները,
2. մարզերում ավելացնել գիշերակացի և հանրային սննդի կետերի թվաքանակը,
3. բարենորոգել ճանապարհային տեղեկատվական ցուցանակները,
4. մշակել նոր զբոսաշրջային երթուղիներ՝ հաշվի առնելով առկա ռեսուրսները, իրականացնել դրանց զբոսաշրջային քարտեզների մշակման աշխատանքներ,
5. մարզերում ստեղծել զբոսաշրջային տեղեկատվական գրասենյակներ, որոնք կիրականացնեն զբոսաշրջիկներին անհրաժեշտ տեղեկության տրամադրման, տեղեկատվական և գովազդային նյութերի, քարտեզների տարածման, նաև զբոսաշրջության խթանման գործառույթներ,
6. բարելավել մարզերում զբոսաշրջության մարքեթինգի և բրենդինգի գործունեությունը: Յուրաքանչյուր մարզ, նույնիսկ առանձին քաղաքային և գյուղական համայք, պետք է ունենա զբոսաշրջային բրենդ, որը կարտացոլի հիմնական զբոսաշրջային գրավչությունը և, իհարկե, պետք է ձևավորի մարքեթինգով զբաղվող համապատասխան մարմին, որը կիրականացնի խթանման և առաջնորդման աշխատանքներ՝ նաև թվային հարթակներում: Մարքեթինգի առումով, կարևոր է նաև սոցիալական ցանցերում ակտիվ գովազդումը: Influencer մարքեթինգը ևս կարելի է կիրառել. որևէ հայտնի, ազդեցիկ մարդ, ով ունի հետևորդների մեծ բանակ, կմասնակցի ագրոտուրի ու դրանով իսկ ուղղակի և անուղղակի կերպով կգովազդի ագրոգրոսաշրջային տվյալ երթուղին կամ գյուղական համայնքը,
7. մարզերում կազմակերպել օտար լեզուների, տեղեկատվական տեխնոլոգիաների, հյուրերի սպասարկման, գործարարության և այլ թեմաներով դասընթացներ,
8. ստեղծել ֆերմերների կամ ագրոգրոսաշրջությամբ զբաղվող այլ սուբյեկտների շահերը ներկայացնող ագրոգրոսաշրջային ասոցիացիաներ, միավորումներ, որոնք, աշխատանքում դիտարկված երկրնե-

րի օրինակով, կնպաստեն ոլորտի զարգացման ծրագրերի իրականացմանը,

9. մշակել գյուղական զբոսաշրջության զարգացման ռազմավարական ծրագիր ՀՀ-ի և առանձին մարզերի համար, նաև՝ համայնքներում զբոսաշրջության զարգացման ծրագրեր, իրականացնել վիճակագրական հաշվառում՝ մարզեր և առանձին համայնքներ այցելող ներքին և ներգնա զբոսաշրջիկների թվաքանակը, նրանց մնալու օրերի տևողությունը, ծախսած միջին գումարը՝ նախասիրությունները և այցելության նպատակը պարզելու, առկա պահանջարկի ճշգրիտ գնահատման, դրա հիման վրա արդյունավետ հետազոտությունների իրականացման նպատակով,
10. ներդրումներ ներգրավել նաև դրամաշնորհային ծրագրերի միջոցով՝ ճանապարհների կառուցման, զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների զարգացման, տրանսպորտային ցանցի ընդլայնման նպատակով: Որոշ երկրներում պետությունն ագրոզբոսաշրջության զարգացմանն աջակցում է սուբսիդիաների տրամադրմամբ, ուստի ՀՀ-ում պետական աջակցությունը, արտոնյալ պայմաններով բնակիչներին վարկերի տրամադրումը կնպաստեն մարզերում հյուրատների ստեղծմանը, նոր աշխատատեղերի ձևավորմանը, արտագաղթի նվազմանը, գյուղական կյանքի աշխուժացմանը և այլն: Կարևորագույն խնդիրներից է գյուղական համայնքներում միջհամայնքային տրանսպորտային ցանցի գործարկումը,
11. ագրոզբոսաշրջության զարգացմանը կնպաստեն նաև պաստառները՝ փակցված համայնքների կամ միջհամայնքային բանուկ հատվածներում, մայրուղիների վրա: Զբոսաշրջիկը կտեղեկանա, թե մտակայքում ինչ կոթողներ կան այցելության համար: Կարելի է նաև այնպիսի պաստառներ տեղադրել, որոնք կտեղեկացնեն, թե տվյալ համայնքում գյուղատնտեսական ինչպիսի արտադրանք կարելի է համտեսել կամ ձեռք բերել:

Ընդհանուր առմամբ, ագրոզբոսաշրջության զարգացումը կարող է նպաստել նաև ներգաղթին, գյուղական համայնքներում մթերքի արտադրությանը, համայնքի բարենորոգմանը. մարդիկ գործարարության նպատակով կսկսեն բարեկարգել լքված տները:

Ամփոփելով կարելի է ասել, որ ՀՀ-ում ագրոզբոսաշրջությունն ունի զարգացման մեծ ներուժ: Վերջին տարիներին աճել է ՀՀ ներգնա և ներքին զբոսաշրջիկների թվաքանակը, ինչը ցավոք կրճատվեց կորոնավիրուսի համավարակի պատճառով: 2020 թ. միջազգային ուղևորափոխադրումների սահմանափակումների պայմաններում նկատվեց ՀՀ-ում ներքին զբոսաշրջության ակտիվություն: Այս առումով, ագրոզբոսաշրջային արտադրանքի ստեղծումը կարող է հիանալի խթան լինել և հետագա տարիներին ոչ միայն

ներքին, այլ նաև ներգնա զբոսաշրջիկների գրավել: Արդեն իսկ պարզ է, որ համավարակն արագ չի նահանջի, իսկ ըստ Զբոսաշրջության համաշխարհային կազմակերպության տվյալների՝ մի քանի տարի անց միայն հնարավոր կլինի վերականգնել 2019 թ. գրանցված ցուցանիշները: Ուստի, ամենայն հավանականությամբ, առաջիկա տարիներին զբոսաշրջիկները կնախընտրեն այցելությունները ոչ զանգվածային զբոսաշրջության վայրեր, դեպի բնություն, գյուղական միջավայր, որտեղ մաքուր օդ է, առողջ սնունդ, պատմամշակութային հարստություն: Այս առումով, ագրոզբոսաշրջությունը հիանալի այլընտրանք է զբոսաշրջության մյուս տեսակների համեմատ: Ինչպես նշեցինք, այն համատեղում է մաքուր օդը, էկոլոգիական առողջ սնունդը, հանգիստը գյուղական միջավայրում, տարբեր գյուղատնտեսական աշխատանքներին մասնակցությունը, նաև ներառում է պատմամշակութային, արկածային, գաստրոնոմիական զբոսաշրջության տարրեր: Ուստի, այս ամենի հիման վրա հարկ է, հաշվի առնելով Լոռու և Տավուշի մարզերի զբոսաշրջային ռեսուրսների ներուժը, ձևավորել համապատասխան երթուղիներ, կլաստերներ, մշակել դրանց առաջնորման գործիքակազմ: Զբոսաշրջությունը կապված է տնտեսության մյուս ոլորտների հետ, և դրա բազմարկչային նշանակությունը շատ մեծ է: Հետևաբար, մարզերում զբոսաշրջության զարգացումը կնպաստի գյուղատնտեսության, ենթակառուցվածքների, սոցիալ-տնտեսական պայմանների զարգացմանը, բնակչության եկամտի ավելացմանը, բարեկեցության ապահովմանը, ներդրումների ներգրավմանը և այլն:

3.3

ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերում ագրոզբոսաշրջության զարգացման մարքեթինգի ռազմավարությունը

Մրցակցության զարգացման պայմաններում յուրաքանչյուր երկրի առջև ծառանում են հետևյալ հարցերը.

- ինչպե՞ս զարգացնել զբոսաշրջությունը,
- ինչպե՞ս մեծացնել զբոսաշրջիկների քանակը և ո՞ր երկրներից,
- ինչպիսի՞ գործիքակազմ կիրառել զբոսաշրջության եկամուտներն ավելացնելու համար:

Վերոնշյալ հարցերի պատասխանները ստանալու համար անհրաժեշտ է մշակել մարքեթինգային ծրագիր՝ միջոցառումների և որոշումների համալիր, որը պետք է իրագործվի նախապես հստակեցված ժամանակահատվածում (ամիս, տարի և այլն): Տվյալ ծրագրի մշակման համար անհրաժեշտ է հետևյալ քայլերի հաջորդականությունը՝

1. **ներքին աուդիտ.** այս փուլի հիմնական նպատակը ներքին խնդիրների բացահայտումն է, որոնք ազդում են մարքեթինգային գործունեության արդյունավետության վրա՝ երկրի բրենդ, անհատական ոճ, հանրային կապեր, գովազդ, գնագոյացում, առաջարկվող ծառայություններ և այլն,
2. **ներքին շուկայի վերլուծություն.** տվյալ փուլում անհրաժեշտ է հստակ գնահատել զբոսաշրջության զարգացման հնարավորությունները՝ արդյո՞ք կան ուղիղ չվերթներ դեպի Հայաստան, ինչպիսի վիզային ռեժիմներ են գործում, զբոսաշրջիկների տեղավորման հնարավորությունները (հյուրանոց, հյուրատուն) և այլն,
3. **գնագոյացում և դիրքավորում,**
4. **մարքեթինգային ռազմավարության մշակում,**
5. **ագրոզբոսաշրջության համակարգման ասոցիացիայի ստեղծում** (AATDA-Հայագրոտորիզմի զարգացման ասոցիացիա (ՀԱՏԶԱ))
6. **բյուջեի մշակում և հասարարում,**
7. **վերահսկողություն և վերլուծություն:**

Հայաստանի Հանրապետությունում մարքեթինգային գործունեությունն անարդյունավետ է, ինչը բացասաբար է ազդում զբոսաշրջության ոլորտի վրա:

Համաշխարհային զբոսաշրջությունն ակտիվ զարգանում է՝ շնորհիվ մարքեթինգային ռազմավարության: Երկրներն օգտագործում են մարքեթինգային գործիքակազմի լայն հնարավորությունները՝ անցկացնում են ստեղծարար գովազդային արշավներ, մասնակցում են զբոսաշրջությանը նվիրված միջազգային ցուցահանդեսների, թեմատիկ հաղորդումներ են պատրաստում, ներկայացնում են հետաքրքիր գրքեր, քարտեզներ, տեղեկատվական գրքույկներ, հուշանվերներ, ստեղծում և զարգացնում են համացանցային կայքեր: Անգամ կորոնավիրուսի համավարակի ժամանակահատվածում երկրները ցուցաբերում են մարքեթինգային ակտիվություն և սկսում են ավելի ակտիվ աշխատել՝ համավարակից հետո զբոսաշրջիկների մեծ հոսք ապահովելու համար:

Հայաստանի Հանրապետության պարագայում, երբ երկրում տիրում է ռազմական ու համավարակային ծանր իրավիճակ, որը սպառնում է տնտեսական ճգնաժամով, պետք է իրականացնել զբոսաշրջության ակտիվ մարքեթինգ:

Աղյուսակ 3.3.1-ում ներկայացված են զբոսաշրջային մարքեթինգի որոշ գործիքներ, ինչպես նաև այլ երկրների օրինակով դրանց կիրառման փորձը:

Ջրոսաշրջային մարքեթինգի որոշ գործիքների կիրառման փորձը⁸⁴

Գործիք	Նկարագիր	Կիրառման օրինակ
Գովազդ հայտնի ՋԼՄ-ներով	Հեռուստատեսային գովազդ, բաներներ, տրանսպորտային միջոցների վրա գովազդներ	Խորվաթիայի համար զբոսաշրջիկների ներգրավման լավագույն միջոցներից է CNN հեռուստաալիքով գովազդը: Մեծ Բրիտանիայի հաջողության բանալին VisitBritain-ի գովազդն էր BBC-ով
Հրապարակումներ ՋԼՄ-ներում	ճանաչողական տեղեկատվության նյութերի տեղադրում (TV, ռադիո, մամուլ)	Աֆրիկայում ֆուտբոլի միջազգային մրցաշարի կազմակերպում
Միջոցառումներ	Յուրահատուկ միջոցառման կազմակերպում տարածաշրջանում կամ որևէ միջազգային միջոցառման անցկացում տվյալ երկրում	Ռուսի գրոսաշրջության խորհուրդը նամակներ է ուղարկել տվյալ տարածաշրջանում գոյժ խաղալու հնարավորությունների մասին
Ուղիղ մարքեթինգ	Տվյալների բազայով գովազդային-տեղեկատվական նամակներ	Կանադան 2002 թ. Մեծ Բրիտանիայում տարածեց «Կանադայի շունչը» գրքուկները, որոնք մեծ հաջողություն ապահովեցին:
Տպագրված նյութեր	Առևտրի կենտրոններում, հյուրանոցներում և այլ զբոսաշրջային կենտրոններում գովազդային-տեղեկատվական նյութերի տարածում (գրքուկ, ուղեցույց)	
Արդյունքի փեղակայում (Product Placement)	Երկրի, մարզի տարածքի օգտագործումը որպես կինոնկարի, գրական ստեղծագործության կամ համակարգչային խաղի գործողությունների կենտրոն	Властелин колец-ի նկարահանումները Նոր Զելանդիայում
Համացանցի հնարավորություններ	Համացանցային կայքերի ստեղծում տարբեր թիրախային խմբերի համար	New Zealand 100% Pure կայքը տարիներ շարունակ տվյալ երկիր գրոսաշրջիկների ներգրավման լավագույն միջոցն է:

Այսպիսով, մարքեթինգային գործիքակազմը շատ ընդգրկուն է, և ՀՀ-ն ևս պետք է իրականացնի մարքեթինգային համալիր միջոցառումներ:

Լոռու և Տավուշի մարզերի վերաբերյալ կատարված սույն հետազոտության արդյունքները վկայում են, որ ագրոզբոսաշրջության զարգացման հիմնախնդիրներից է թերի մարքեթինգը: Օտարերկրյա և ներքին հավանական զբոսաշրջիկների սոցիալական հարցումների ամփոփումից պարզ է դառնում, որ վերջիններս հետաքրքրված են ագրոզբոսաշրջությամբ: Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ հարցվածների մեծամասնությունը կցանկանար իր հանգիստն անցկացնել Հայաստանի և Արցախի գյուղական բնակավայրերում ու ագրոտուրերի մասնակիցը դառնալ, ագրոզբոսաշրջության ոլորտի

⁸⁴ Տե՛ս Киселева Е., Маркетинг туристического потенциала региона - эффективные подходы и инструменты маркетинговой политики, https://tourlib.net/statti_tourism/kiselyova2.htm:

առաջնությունը և զարգացումը կարող են էական ազդեցություն ունենալ ՀՀ-ում զբոսաշրջության ոլորտի զարգացման հարցում:

Բացի դրանից, ագրոզբոսաշրջության դերն առավել կարևորվում է կորոնավիրուսի համավարակի պայմաններում, քանի որ մարդիկ առավել մեծ ուշադրություն են դարձնում իրենց առողջությանը, կենսակերպին, հանգստի պայմաններին, ինչն ի վերջո մարդուն ավելի է մոտեցնում բնությանն ու բնական միջավայրին:

Եվս մեկ դիտարկում. 2020 թ. ամռան ընթացքում՝ միջազգային սահմանափակումների պայմաններում, նկատվեց ՀՀ ներքին զբոսաշրջության ակտիվություն, ՀՀ ներքին զբոսաշրջիկները սկսեցին մեծ հետաքրքրություն ցուցաբերել Հայաստանի Հանրապետության և Արցախի Հանրապետության տարածքում առկա զբոսաշրջային հայտնի և դեռևս ոչ այդքան հայտնի ուղղությունների (դեստինացիաների) նկատմամբ:

Նշենք նաև այն հանգամանքը, որ ՀՀ-ում զբոսաշրջությունն ու գյուղատնտեսությունը տնտեսության գերակա ճյուղերից են: Իսկ հայկական գյուղական տնային տնտեսությունների գործունեությունը, գյուղական միջավայրը, հայկական հյուրընկալ և հյուրասեր մթնոլորտը, բազմատեսակ և համեղ հայկական խոհանոցը, գյուղական համայնքներում առկա պատմամշակութային ժառանգությունը, հիանալի բնությունը, մեծ հետաքրքրություն կարող են առաջացնել թե՛ ներքին, թե՛ համաշխարհային զբոսաշրջիկների համար:

Վերը նշված պնդումները պարարտ հող են նախապատրաստում ՀՀ-ում ագրոզբոսաշրջության ոլորտի զարգացման համար: Ուստի, առկա որոշակի հիմքերի առավել արմատականացումն ու զարգացումը կարող ենք դիտարկել որպես հրատապ լուծում պահանջող արդիական խնդիրներ:

ՀՀ գյուղական զբոսաշրջությունը նախընտրող ներքին և միջազգային զբոսաշրջիկների հիմնական բնութագրիչ գործոնները

Աղյուսակ 3.3.2

Ժողովրդագրական հատկանիշներ	Հայաստանյան զբոսաշրջիկներ (նաև հայկական)	Օտարերկրյա զբոսաշրջիկներ (նաև հայկական)
Ամսական եկամուտների միջին մակարդակ	150.000 ՀՀ դրամ	500 ԱՄՆ դոլար
Մեկ օրում մեկ անձի համար վճարվող միջին գումար	3500 ՀՀ դրամ	11-30 ԱՄՆ դոլար
Ընթացման կարգավիճակ	Չամուսնացած	Չամուսնացած
Նախընտրելի մարդկանց հետ	Ընկերներ	Ընկերներ, ընտանիք

Ագրոզբոսաշրջության ոլորտի զարգացման համար անհրաժեշտ է ձևավորել ամուր հիմքերի վրա կառուցված առաջարկ, ինչն էլ, իր հերթին, կարող

է հանգեցնել պահանջարկի ձևավորմանը և ընդլայնմանը: Այս համատեքստում, խիստ կարևորվում է նպատակային լսարանին ծառայությունների ներկայացման հարցը, ինչը պետք է իրականացվի մարքեթինգային արդյունավետ գործիքակազմի միջոցով:

Տեղաբնակ և օտարերկրյա զբոսաշրջիկների հարցումների արդյունքների հիման վրա փորձենք հասկանալ, թե ովքեր են մեր հավանական հաճախորդները և ինչպիսի նախասիրություններ ունեն նրանք:

Կարևոր է ընդգծել, որ ներքին զբոսաշրջիկները մեծ հետաքրքրություն չեն ցուցաբերում ագրոտուրերի ընթացքում գյուղատնտեսական աշխատանքներին կամ ազգագրական տոներին մասնակցելու առումով: Ի տարբերություն տեղաբնակների՝ միջազգային զբոսաշրջիկները հիմնականում մասնակցում են ագրոտուրերին, գյուղատնտեսական աշխատանքներին, տարբեր դասընթացների և այլն:

Ուստի, այս առումով ևս ագրոզբոսաշրջային ծառայություններ մատուցողները պետք է սեգմենտավորեն շուկան՝ ունենալով հստակ ծառայությունների փաթեթ տեղաբնակների և օտարերկրացիների համար: Ընդ որում, բնավ պետք չէ դա ներկայացնել որևէ պիտակավորմամբ, պարզապես, իմանալով երկու թիրախների պահանջմունքները, պետք է ստեղծել համակցված զբոսաշրջային փաթեթներ: Իսկ ներքին զբոսաշրջիկների հետաքրքրության աստիճանը պետք է բարձրացնել գովազդային արշավների միջոցով:

Հայաստանի տնտեսության զարգացման հիմնական ուղղություններից է գյուղատնտեսությունը, և մարդկանց՝ ագրոզբոսաշրջային վայրեր այցելության պակաս ցանկությունը հաճախ պայմանավորված է ոլորտի մասին գիտելիքի պակասով: Հետևաբար, առաջարկվում է իրականացնել տեղեկատվական փոքր արշավներ, նկարահանել ագրոզբոսաշրջության մասին հոլովակներ, հետաքրքիր պատմություններ հավաքագրել շրջաններ այցելած և ագրոտուրերին մասնակցած զբոսաշրջիկների մասին: Առաջարկվում է, որ նման հոլովակները մշտապես տեղ գտնեն այդ ծառայությունները մատուցողների սոցիալական էջերում, այլ թվային հարթակներում: Հայաստանաբնակների՝ գյուղատնտեսությամբ զբաղվելու փորձի բացակայությունն է հաճախ հանգստի նման ձևերից խուսափելու պատճառը: Ուստի, բացի ագրոզբոսաշրջության մասին պատմող հոլովակներից, կարելի է կազմակերպել տեղեկատվական դասընթացներ կամ հոլովակներ նկարահանել գյուղացիական տնտեսությունն արդյունավետ վարելու հմտությունների, բանջարաբուստանային մշակաբույսերի աճեցման առանձնահատկությունների մասին:

Հաշվի առնելով նաև այն, որ վերջին տարիներին մեծ կարևորություն են ստանում առողջ ապրելակերպի մասին տեղեկատվական նյութերը, և մարդիկ ավելի ուշադիր են սննդի որակին և վարում են առողջ ապրելակերպ, առաջարկվում է շեշտադրել այդ խրախուսելի մոտեցումները:

Հատկապես օտարերկրյա զբոսաշրջիկներին հետաքրքիր կլինի **7-օրյա առողջ ապրելակերպի տուրը**, որը նախապես կկազմվի տեղի ներկայացուցիչների կողմից՝ օգտագործելով հնարավոր բոլոր ապրանք/ծառայությունները: Արդյունքում կապահովվի կայուն եկամուտ:

Ահա մեկ փաթեթի օրինակ.

- 06:00 - Այց դաշտ, խոտհունձ/ կենդանիների խնամք, գյուղատնտեսական աշխատանք
- 07:00 - Առողջ նախաճաշի պատրաստում՝ այգուց հավաքած միրգ-բանջարեղենով և այլն,
- 08:00-09:00 - Հանգիստ,
- 09: 30 - Այցելություն մոտակա պատմամշակութային վայրեր,
- 14:00 - Առողջ ճաշ,
- 16:00 - Հոգևոր դասեր, օրինակ՝ պատմության, արվեստի, մշակույթի,
- 18:00 - Գյուղատնտեսական աշխատանքներ,
- 20:00 - Գյուղական ընթրիք:

Այստեղ ներկայացված հանգստի բոլոր տեսակները կարող են փոխվել զբոսաշրջիկների հայեցողությամբ: Այս առումով, կարիք չկա սահմանափակել և ներկայացնել արդեն իսկ հաստատագրված փաթեթներ, կարելի է ստեղծել այնպիսի հարթակ, որ զբոսաշրջիկն ինքը կազմի իր ցանկալի փաթեթը: Կարելի է օգտագործել ծառայությունների փոքր տարբերանշաններ (լոգո), որոնք է՛լ ավելի կընդգծեն բնության և ագրոզբոսաշրջության առանձնահատուկ կապը: Օրինակ՝

1. Մեղվաբուծության/մեղունների մասին պատմող տուր:



2. Բնության մեջ շրջայց/որևէ բույսի մասին պատմող կարճ տուր:



3. Մասնակցություն հողագործական և գյուղատնտեսական այլ աշխատանքների:



Feel the warmth of the ground

Ագրոգրոսաշրջության փորձառու մարքեթոլոգները ավանդական տուրերում ներառում են փոքր բաղադրիչներ, որոնք առանձնահատուկ են դարձնում գրոսաշրջային ապրանքը, ընդ որում՝ սա կարելի է անել փոփոխելու հնարավորությամբ: Օրինակ, ներկայացնել հաստատագրված տուրը՝ այցելություն որևէ պատմամշակութային օբյեկտ, քայլարշավ, նախաճաշ, այցելություն ֆերմերային տնտեսություն, սննդի պատրաստման վարպետության դաս, համտես և վերջին ծառայությունը թողնել՝ փոփոխելու գրոսաշրջիկի ցանկությամբ: Եթե հաշվի առնենք նաև, որ ագրոգրոսաշրջություն նախընտրողները մեծավ մասամբ չամուսնացածներն են, և նրանք սիրում են այցելել ընկերների հետ, ապա ավանդական տուրերում նախընտրելի է ընդգրկել փոքր արկածային հանգստի տեսակ, օրինակ՝ մաֆիայի խաղ դաշտում կամ մրցավազք, լող և ակտիվ հանգստի այլ տեսակ:

Մյուս կարևոր հարցը հետևյալն է՝ որտե՞ղ է գտնվում մեր *թիրախային լատարանը*, ինչպիսի՞ պայմաններում է ապրում, ինչպիսի՞ տարածքում՝ գյուղական, քաղաքային, արվարձանային և այլն: Այստեղ շատ կարևոր է հասկանալ, թե որքան ժամանակով ենք ցանկանում թիրախավորել այդ խմբի գրոսաշրջիկներին: Օրինակ, եթե ցանկանում ենք, որ նրանք դառնան մեր մշտական գրոսաշրջիկ-հաճախորդները և ամեն տարի այցելեն, ապա շատ կարևոր է.

- մատուցվող ապրանք/ծառայության ամենամյա կատարելագործումը և փոքր նոր ապրանքի ներմուծումը,
- հատկապես մշտական հաճախորդների կարծիքների շեշտադրումը (քանի որ հավանական գրոսաշրջիկները դրան մեծ ուշադրություն են դարձնում սոցիալական հարթակներում),
- հաճախորդի մայրենի լեզվի՝ որոշ չափով իմացություն: Եթե այն ծանոթ չէ տանտիրոջը, ապա ցանկալի է յուրաքանչյուր տարի սովորել մի նոր բառ, բարելավել լեզվի իմացությունը՝ արդյունքում ապահովելով սպասարկման բարձր որակ:

Քանի որ, Հայաստան այցելող գրոսաշրջիկները տարբեր ազգերի ներկայացուցիչներ են, ապա կարևոր է սպասարկման գործընթացում հաշվի առնել նրանց մշակութային առանձնահատկությունները, նախասիրությունները:

Էական է նաև գրոսաշրջիկների կարիքների ճիշտ գնահատումը, քանի որ Հայաստան այցելության ընթացքում նրանք ակնկալում են գրոսաշրջային

տարբեր տեսակների համադրություն, օրինակ՝ ագրոզբոսաշրջային տուրերին մասնակցելը՝ հատկապես գյուղական բնակավայրերում տարբեր աշխատանքներ կատարելով:

Արդեն իսկ այցելած զբոսաշրջիկների համար մարքեթինգային քաղաքականությունը, ինչպես նշեցինք, էական նշանակություն ունի: Առաջին այցելության ժամանակ, եթե իհարկե զբոսաշրջային ենթակառուցվածքի սեփականատերը նախատեսում է մշտական այցեր և երկարաժամկետ համագործակցություն, պետք է հաշվի առնել յուրաքանչյուր հաճախորդի առանձնահատուկ կարիքները: Անհրաժեշտ է ստեղծել ընդհանուր բազա, որտեղ կլրացվեն հետևյալ հարցերի պատասխանները՝

- *Ինչպիսի՞ ապրանք պատվիրեց հաճախորդը:*
- *Նրա գոհունակության աստիճանը:*
- *Ի՞նչ առաջարկներ կան նրա կողմից:*

Այս կերպ զբոսաշրջային ծառայություն մատուցող պատասխանատուները կկարողանան արդյունավետ կերպով օգտագործել այդ տեղեկատվությունը, ձևավորել հաճախորդի ընդհանուր նկարագիրը, որն էլ կլինի շուկայում պրոֆիլավորման տվյալ տարվա ուղենիշը: Մա կարևոր է նրանով, որ այս պրոֆիլային պատկերումը հիմք կհանդիսանա հետագայում նոր ծառայություններ ներմուծելու և մշտական կատարելագործում ապահովելու հարցում:

Մեր ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ ՀՀ-ում կան անհատներ, ովքեր, օգտագործելով սոցիալական հարթակները և զանգվածային լրատվական միջոցները, հասարակությանը տեղեկացնում են իրենց կողմից մատուցվող ծառայությունների մասին՝ նպատակ հետապնդելով ներգրավելու հավանական զբոսաշրջիկների: Վերոհիշյալ անհատների ուղղված հարցումների արդյունքում պարզ է դառնում, որ ագրոզբոսաշրջիկները ՀՀ գյուղական բնակավայրեր այցելում են հիմնականում ամռան ամիսներին, անցկացնում երկու գիշերակաց և միջին հաշվով օրական ծախսում են մինչև 5.000 ՀՀ դրամ:

Վերոշարադրյալից ելնելով՝ առաջարկվում է ՀՀ-ում որպես ագրոզբոսաշրջության մարքեթինգային ռազմավարական նպատակ սահմանել հետևյալը՝ *մեկ զբոսաշրջիկի այցելության տևողության և նրա կողմից իրականացվող ծախսերի ավելացում*: Այս համատեքստում, բնականաբար, ենթադրվում է համապարփակ և բազմաբովանդակ գործունեություն:

Վերոբերյալ նպատակին հասնելու համար առաջարկվում է սահմանել և լուծել հետևյալ խնդիրների ամբողջությունը.

- բացահայտել զբոսաշրջիկների կարիքները (տարաբնույթ հարցումների կամ ֆոկլուս-խմբերի հետ անմիջական բանակցությունների միջոցով),
- սահմանել ագրոզբոսաշրջության ոլորտի օրենսդրական կարգավորումներ,

- բնակչության շրջանում բարձրացնել ագրոգրոսաշրջության ոլորտի վերաբերյալ տեղեկացվածության մակարդակը՝ տարատեսակ սեմինարների, վեբինարների, հոդվածների տպագրման, համացանցում ագրոգրոսաշրջության ոլորտի վերաբերյալ հայալեզու նյութերի տարածման, տեսանյութերի պատրաստման միջոցով, կարելի է կազմակերպել նաև դասընթացների շարք, որոնց շրջանակում բնակչությունը պատկերացում կկազմի գրոսաշրջության մասին, հստակ կտեսնի վերջինիս զարգացման առավելություններն ու թերությունները, ինչպես նաև դրանց ազդեցությունն իր կյանքի, համայնքի և երկրի վրա,
- օգտագործել մարքեթինգային գործիքակազմ՝ ՀՀ գյուղական դեստինացիաների, հայկական յուրատեսակ խոհանոցի, հայկական հյուրընկալ մթնոլորտի, գյուղական միջավայրի առանձնահատկությունների ներկայացման համար (web-push marketing, influencer marketing, omnichannel marketing, SMM),
- իրականացնել նաև Hype՝ կաչուն գովազդ, մեր երկիրը, մարզը գովազդելու համար (կարող ենք տարբերանշանը տեղադրել բոլոր այն ապրանքների վրա, որոնք շատ են օգտագործվում գրոսաշրջիկների կողմից),
- ստեղծել կայքէջ, որտեղ ներկայացված կլինեն ՀՀ բոլոր մարզերի՝ ագրոգրոսաշրջության համար նախատեսված դեստինացիաները, ժամանցի համար նախատեսված ծրագրերը, ծառայությունների գները, տեղական խոհանոցի առանձնահատկությունները,
- սահմանել մարքեթինգային արշավի արդյունավետության գնահատման չափանիշներ, մեթոդաբանություն և նորմատիվներ,
- ստեղծել ագրոգրոսաշրջության ոլորտի վիճակագրական տվյալների բազա,
- բարելավել առկա ենթակառուցվածքները և ստեղծել նորերը,
- ակտիվորեն հետադարձ կապ պահպանել առկա և հավանական գրոսաշրջիկների, ինչպես նաև նախկին այցելուների հետ,
- արագ և գործնականորեն արձագանքել գրոսաշրջիկների առաջադրած նկատառումներին,
- ագրոգրոսաշրջության ոլորտի վերաբերյալ միջազգային համաժողովների և գիտաժողովների մասնակցություն՝ փորձի փոխանակման նպատակով,
- փառատոների, էսքայո-ցուցահանդեսների կազմակերպում՝ գյուղատնտեսական արտադրանքի ցուցադրության և համոտեսման նպատակով,
- գյուղատնտեսության, գյուղմթերքի ցուցադրության ոլորտում միջազգային ցուցահանդեսներին մասնակցություն,

- գյուղական վայրերում փառատոների կազմակերպում՝ հիմնվելով նաև հաջորդ ենթազվխում մեր առաջարկած կլաստերների վրա,
- կարելի է նաև թիրախային երկրներում, որտեղից ակնկալվում է զբոսաշրջիկների ներգրավում, ՀՀ-ի մասին տեղեկատվություն տարածել՝ ըստ հետևյալ ուղղությունների. պատմամշակութային ժառանգություն, հյուրընկալություն, հայկական խոհանոց, հարուստ բնություն, առաջին քրիստոնեական երկրի հոգևոր կոթողներ, առողջարանային ռեսուրսներ, մատչելի գներ, համացանցի և բջջային կապի հասանելիություն, արկածային զբոսաշրջության համար բարենպաստ պայմաններ, Սևանա լիճ, ձմեռային սպորտ, փառատոներ, ապահովության և անվտանգության բարձր մակարդակ:

ՀՀ մարզերում են գտնվում բազմաթիվ պատմամշակութային կոթողներ, բնական և մշակութային ժառանգության եզակի նմուշներ: Սա ենթադրում է, որ զբոսաշրջիկների համար ուշագրավ կլինի գյուղական համայնքներ այցելելը, որտեղ կան պատմամշակութային հուշարձաններ, իսկ վերջիններիս հանդեպ հետաքրքրությունը կմեծանա դրանց մասին ավանդազրույցների և փաստերի ներկայացմամբ: Առաջարկում ենք ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերում լայնածավալ և մանրակրկիտ բանահավաքչություն կատարել՝ վեր հանելով սերնդեսերունդ փոխանցվող ավանդազրույցները, փաստերը և հիշարժան պատմությունները, որոնք զբոսաշրջիկներին առավել կգրավեն, իսկ դեստինացիան ավելի պահանջված կդարձնեն:

Լոռու մարզում անց են կացվում մի շարք փառատոներ, որոնց մասին տեղյակ են միայն առանձին համայնքների բնակիչներ: Այս դեպքում կարելի է լայնածավալ տեղեկատվություն ապահովել այդ փառատոների մասին՝ ընդհուպ նաև միջազգային հարթակներում, թեկուզ սոցիալական ցանցերի միջոցով, յուրաքանչյուր փառատոնի համար թիրախավորել մարդկանց որոշակի խմբեր և աշխատել այդ ուղղությամբ: Փառատոների քանակը կարելի է ավելացնել և՛ Լոռու, և՛ Տավուշի մարզերում: Դրանց ընթացքում պետք է ներկայացվեն ՀՀ գյուղական համայնքներում արտադրվող/անցվող մթերքը, յուրաքանչյուր համայնքին հատկանշական միջոցառումները, ավանդական երգ ու պարը:

Ազրոզբոսաշրջության զարգացմամբ կարող ենք նպաստել նաև հայ նշանավոր գրողների և նրանց ստեղծագործությունների հանրահռչակմանը: Օրինակ, կարելի է զբոսաշրջային փաթեթներ ձևավորել ազրոզբոսաշրջության, թատրոնի և իրականության հիման վրա: Լոռեցի գրողների ստեղծագործությունների մոտիվների համադրմամբ կարելի է կազմել զբոսաշրջային ուղղություն՝ ըստ օրերի և մատուցել այնպիսի սնունդ, որի մասին խոսվում է ստեղծագործության մեջ: Օրինակ, Հովհաննես Թումանյանի «Անուշ»-ի մոտիվներով կազմված փաթեթով զբոսաշրջիկը հնարավորություն կունենա 3-4 օր անցկացնել Լոռու Դսեղ գյուղում, մասնակցել գյուղատնտեսական աշ-

խատանքների, «Ջան գյուլում»-ի տոնակատարությանը, վրանում հարսանեկան արարողության (որը, ի դեպ, կարող է լինել իրական), ականատես լինել կոխի մրցումների և այլն:

Քանի որ Լոռու և Տավուշի մարզերում մեկնարկել են ծրագրեր, որոնք նախատեսում են բացառապես էկոսնդի պատրաստում, ուստի սա ևս կարող է դրական ազդեցություն ունենալ ագրոգրոսաշրջության զարգացման վրա: Այսպիսով, սննդաբանների և բժիշկների հետ համագործակցմամբ կարող են կազմվել զբոսաշրջային «Առողջարար փաթեթներ»: Կախված օրերի քանակից՝ այս փաթեթները կլուծեն հստակ խնդիրներ՝ զբոսաշրջիկին էկոլոգիապես մաքուր սննդատեսակներ առաջարկելով և բուժական նպատակ հետապնդելով:

Բրենդինգ

Ագրոգրոսաշրջության զարգացման համար անհրաժեշտ քայլերից է արդյունավետ բրենդինգային ռազմավարության իրագործումը:

ՀՀ տարածքում առկա ագրոգրոսաշրջության դեստինացիաների բրենդավորման գործընթացը ևս հիմնախնդիր է, քանի որ այն հնարավորություն կտա բարձրացնելու ճանաչվածության մակարդակը և մշտապես հիշելի դառնալու այցելուի համար:

Ուստի, որպես ՀՀ ագրոգրոսաշրջային դեստինացիաների բրենդինգի ռազմավարական նպատակ, առաջարկվում է ձևավորել **զբոսաշրջիկների կողմից ՀՀ գյուղական վայրերի ոգու, մշակույթի և բնորոշ առանձնահատկությունների պատկերավոր ընկալման նախադրյալներ**: Միևնույն ժամանակ, բրենդինգը պետք է ուղղված լինի թիրախային լսարանը գրավելուն, ոլորտից ստացվող եկամուտների աճին և մրցունակության բարձրացմանը՝ որպես ագրոգրոսաշրջային հանգստի կազմակերպման նախընտրելի դեստինացիա:

Որպես ՀՀ **Տավուշի մարզի** արգրոգրոսաշրջային ոլորտի տարբերանշան՝ առաջարկվում է հետևյալը՝



Տարբերանշանի յուրաքանչյուր տարրի ընտրությունը և գույնը ունեն իրենց խորհրդանշական իմաստը: Մասնավորապես՝

- **Կանաչ գույն** - ագրոգրոսաշրջության ոլորտում Տավուշի մարզի տարբերանշանի գույնի ընտրությունը պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ կանաչ գույնը մարդկանց փոխանցում է դրական զգացողություններ: Այն բնության, բնական միջավայրի ներկայացման համար առաջին գույնն է: Միևնույն ժամանակ, կանաչ գույնը

խորհրդանշում է ան և զարգացում, օգնում է մարդկանց իրենց զգալ առավել հանգիստ և պաշտպանված: Իսկ Տավուշի մասին խոսելիս, բնականաբար, առաջին հերթին, հիշում ենք մարզի հրաշք բնությունը:

- **Ցորենի հասկ** - խորհրդանշում է նոր կյանքի, ապրելու, արարելու, ստեղծելու և ստեղծագործելու հնարավորություն: Բացի դրանից, ցորենը կարևոր նշանակություն ունի Տավուշի մարզի գյուղատնտեսության համար: Մեկ կարևոր հանգամանք ևս. հայկական լեռնաշխարհը ցորենի մի քանի տեսակների նախահայրենիքն է համարվում:
- **Խաղողի թուփ** - խորհրդանշական է այն իմաստով, որ դեռևս ք.ա. 10-9-րդ դարերում Հայկական լեռնաշխարհում ուրարտացիները զբաղվել են խաղողագործությամբ: Հայկական լեռնաշխարհի՝ խաղողի հայրենիքներից մեկը լինելու վերաբերյալ կան շատ ավանդապատումներ, որոնցից մեկի համաձայն՝ Նոյ նահապետը ջրհեղեղից հետո Արարատ լեռան ստորոտին խաղողի այգիներ տնկեց և խաղողը դարձրեց Հայաստան աշխարհի խորհրդանիշներից մեկը: Բացի դրանից, խաղողը կարևոր նշանակություն ունի Տավուշի մարզի գյուղատնտեսության համար:
- **Տուն և ծառեր** - այս երկու խորհրդանիշները Տավուշի մարզը ներկայացնում են որպես հյուրընկալության տաքուկ անկյուն՝ գեղատեսիլ բնության զրկում: Տունը բնութագրում է Հայաստան աշխարհի ընտանեկան ջերմ մթնոլորտն ու ավանդական միջավայրը:

Տավուշի մարզի համար առաջարկվել են նաև հետևյալ տարբերակները՝



Լորու մարզի համար որպես տարբերանշան առաջարկվում են հետևյալ երկուսը՝



Երկրորդ տարբերանշանում առաջին հայացքից տեսնում ենք ջուրը, որը խորհրդանշում է Լոռու մարզի ջրային պաշարները և մարզում զբոսաշրջության զարգացման համար մեծ ներուժ ունեցող Դեբեդը և Թռչկանի ջրվեժը: Ջուրը սնում է դաշտերը, որոնք գյուղատնտեսության անբաժանելի մասն են և խորհրդանիշը, իսկ գույները՝ տարատեսակ պտուղները, որոնք աճեցվում են Լոռու մարզում: Նկարում պատկերված է նաև ջրաշուշան, որը խորհրդանշում է Լոռիում գտնվող «Ջրաշուշանների լիճը»: Այն զբոսաշրջային յուրօրինակ գրավչություն է հաղորդում Լոռու մարզին: Ջրաշուշանն աճում է ճահճուտներում, սակայն խորհրդանիշն է մաքրության և պարզության: Այսպիսով, կերպավորվում է այն գաղափարը, որ ագրոզբոսաշրջության միջոցով մարդիկ կարող են հանգստանալ, մաքրել միտքը և այլն:



Մարքեթինգային համալիրի (մարքեթինգ միքսի) տարրերը

Մարքեթինգային ճիշտ ռազմավարության մշակումն ընդգրկում է հետևյալ հիմնական տարրերը՝ *product-ապրանք/ծառայություն*, *place-վայր*, *price-գին*, *promotion-առաջնդում*, *people-մարդիկ*, *process-ծառայությունների մատուցման գործընթաց*, *physical evidence-իրեղեն ապացույց*: Նշված գործոնները դիտարկենք Տավուշի և Լոռու հիմնական զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների կողմից առաջարկվող ապրանք/ծառայության տեսանկյունից:

Product-ապրանք/ծառայություն/փորձ: Հաշվի առնելով զբոսաշրջիկների և հյուրընկալողների հարցման արդյունքները՝ նկատելի է, որ զբոսաշրջիկներին հետաքրքրող ծառայությունները՝ բնության գրկում զբոսանք, գյուղատնտեսական աշխատանքներին մասնակցություն, ազգային կերակրատեսակների պատրաստում, որսորդություն, հիմնականում առկա են հյուրընկալողների կողմից մատուցվող ծառայություններում: Մասնավորապես, նրանք բոլոր հնարավորություններն ունեն *հողագործության, մեղվաբուծության, ազգային կերակրատեսակների, մասնավորապես՝ պանրի պարարաման, ինչպես նաև գորգագործության հալոլի դասընթացների կազմակերպման առումով*:

Ինչպես՞ կշահեն հաճախորդները՝ օգտվելով այդ ապրանքներից, ի՞նչն է եզակի դարձնում այդ ապրանքը: Նշենք, որ այս մարզերը յուրահատուկ

աննդատեսակներ, մշակութային օջախներ և այլ առանձնահատկություններ ունեն: Այստեղ ևս կարիք կա առավել ընդգծելու մեկ առանձին հատկանիշի ինքնօրինակությունը, որը կարող է տվյալ դեպքում ապահովել փաթեթի ողջ գրավչությունը: Օրինակ, հոնի թթվի պատրաստման հատուկ տեխնոլոգիան կամ ծաղկատեսակի առկայությունը տվյալ տարածքում ապահովում են մեղրի առանձնահատուկ համը և այլն:

Ապրանքի ո՞ր հատկանիշներն է գնահատում հաճախորդը: Նշենք, որ թե՛ տեղաբնակ, թե՛ օտարերկրյա զբոսաշրջիկների համար շատ կարևոր է մատուցվող բոլոր ապրանք/ծառայությունների գեղագիտական կողմը՝ սկսած կացարանների կոկիկությունից մինչև սննդի մատուցման նրբություններ: Բացի սպասարկման որակից, առաջնահերթորեն պետք է կարևորել մաքրությունը և հարմարավետությունը, որոնք ընդգծելու համար անհրաժեշտ է, որ սոցիալական հարթակում յուրաքանչյուր տեղեկատվություն տվյալ վայրի մասին, որտեղ զբոսաշրջիկը գտնվելու է տուրի ընթացքում, պարունակի գեղեցիկ լուսանկարներ, տեսանյութեր:

Անհրաժեշտ է նաև, որ ոլորտում ծառայություն մատուցողները քաջատեղյակ լինեն, թե ինչպիսի թրենդեր կան աշխարհում և ինչ ուղղությամբ են ընթանում, օրինակ.

- մշտապես հետևել ագրոզբոսաշրջության ոլորտի արդիական հոդվածներին, նորություններին, նյութերին, օգտվել ոլորտի հայտնի վեբկայքերից, ինչպիսիք են՝ Փոքր ֆերմայի ծրագիրը (www.sfc.ucdavis.edu/agritourism) կամ Գյուղատնտեսական շուկայավարման ռեսուրսների կենտրոնը (www.agmrc.org/),
- անհրաժեշտ է նաև համագործակցել տեղական և ազգային զբոսաշրջային կազմակերպությունների հետ, որոնք միջնորդ են հանդիսանում այս ոլորտում: Ի դեպ՝ վերջին տարիներին նկատվում է նրանց դերի նվազում՝ պայմանավորված զբոսաշրջիկների գիտելիքի, փորձի աճով, ճկունությամբ: Նրանք հաճախ նախընտրում են անմիջական կապ հաստատել ֆերմերների կամ այլ ծառայության ներկայացուցիչների հետ և այդ կերպ իրականացնել ամրագրումը: Այնուհանդերձ, Հայաստանում ներգնա զբոսաշրջային ընկերությունները դեռևս շարունակում են ունենալ մեծ դերակատարում, ուստի համագործակցության իրականացումը դրականորեն կազդի ագրոֆերմերային զբոսաշրջության զարգացման վրա:

Դիրքավորում: Նշենք, որ Տավուշի և Լոռու մարզերում գործող հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներից (ՀՏՕ) սոցիալական հարթակներում քչերն են ակտիվ: Այստեղ հատկապես կարևորվում է ուղենշումը, որով զբոսաշրջիկները կկարողանան գտնել նախընտրելի ագրոզբոսաշրջային ապրանքը: Իսկ ծառայություն մատուցողներին կօգնի տեղեկատվությունն այն մասին, թե ինչ հեռավորության վրա են գտնվում իրենց հաճախորդները:

Դիրքավորման տեսանկյունից առանձնացնում ենք ապրանքի/ծառայության՝ հաճախորդին հասնելու **ուղղակի և անուղղակի մեթոդներ**:

Եթե ծառայություն վաճառողը ցանկանում է գործի դնել միայն ուղղակի վաճառքի գործիքակազմը, ապա կարելի է զարկ տալ զբոսաշրջային հետևյալ ուղղություններին՝ ֆերմերային ցուցահանդես-վաճառք, առցանց հարթակներում որոշակի տեսակի ապրանք/ծառայության վաճառք, օրինակ՝ որևէ ագրոմեթրք, պահածո և այլն: Մակայն հարցման արդյունքները թույլ են տալիս ենթադրել, որ Հայաստանի զբոսաշրջության սպասարկման ոլորտի ներկայացուցիչներն առավել հակված են զբոսաշրջիկի հետ կենդանի շփման, հյուրընկալության: Ընդ որում, նշված վերջին երկու տարբերակները կարելի է հաջողությամբ զուգադրել՝ ագրոմեթրքի վաճառքի մեծ ակտիվություն ցուցաբերելով նաև թվային հարթակներում: Այս հարցերը քննարկելուց առաջ պետք է նաև նկատառել, թե ինչպիսի հեռավորության վրա են գտնվում ծառայությունների մատուցման վայրերը հիմնական ճանապարհներից, արդյոք դրանք անհարմարություն չեն ստեղծի զբոսաշրջիկների համար: Եթե տեղանքը հեռու է քնակչության համար ընդհանուր տեսանելի վայրերից, ապա հարկ է այս ուղղությամբ որոշ աշխատանքներ կատարել, օրինակ՝ տեղադրել ցուցանակներ կամ սոցիալական հարթակներում նշել տեղակայման վայրը: Լոռու մարզի տեղեկատվական կենտրոնն այս առումով բավականին արդյունավետ է աշխատում, թեև այս խմբի զբոսաշրջիկները հիմնականում երկարատև հանգիստ նախընտրողներ են, նախապես են պլանավորում և խուսափում են նման անհարմարություններից:

Գին: Հարցման արդյունքները վկայում են, որ Տավուշի և Լոռու մարզերում գյուղական հանգստի ծառայություն մատուցողների 69%-ի դեպքում մեկ անձի համար գիշերակացը և նախաճաշը կազմում է 4000 ՀՀ դրամից ավելի: Տեղաբնակներն այդ ծառայության համար հակված են վճարել միջինում 3500 ՀՀ դրամ: Իսկ, օրինակ, արտասահմանյան զբոսաշրջիկները պատրաստ են նման ծառայության համար վճարել մինչև 30 ԱՄՆ դոլար, ինչն ավելի նպատակահարմար է տեղի հյուրընկալողների տեսանկյունից:

Գնային առումով ևս ցանկալի է ճկուն լինել: Հաշվի առնելով, որ գյուղական հանգիստ նախընտրողները հիմնականում ընկերախմբեր են, հաճախ նաև ընտանիքի անդամներ, ապա կարևոր է հստակորեն շեշտադրել այդ խմբերի գնային ճկունության հանգամանքը՝ ստեղծելով առանձին փաթեթներ, օրինակ՝ ընկերների, ընտանիքի անդամների կամ միայն հանգստի մեկնողների համար:

Առհասարակ, գները պետք է կայուն լինեն՝ որոշ տատանողական շեմով: Եթե հաշվի առնենք, որ այս խմբի զբոսաշրջիկները սիրում են սպորտային, արկածային հանգստի ձևերի որոշ համադրություններ, ապա նպատակահարմար է դրանք ևս ներառել գնի մեջ կամ ներկայացնել լրացուցիչ ծառայության տեսքով՝ լրացուցիչ գնով:

Առաջնդրում: Մարքեթինգային ճիշտ քաղաքականության հիմքում հաճախորդի պահանջմունքներն են, տարիքը, նրան լավ ճանաչելը, կապի ապահովման բոլոր եղանակներին տիրապետումը: Կարևոր է հաշվի առնել, թե շփումը, համագործակցության հնարավոր ձևերը հաճախորդների հետ ինչպես են իրականացվելու: Ծառայություն մատուցողը ինքը պետք է որոշի հաճախորդներին ուղղված գովազդային մարտավարությունը, որը հետագայում հաղորդագրությունների տեսքով կփոխանցվի զբոսաշրջիկին:

Սոցիալական մեդիան հաճախ այն առաջնային հարթակն է, որն օգտագործում են շատերը, երբ գաղափարներ են փնտրում իրենց անելիքների համար կամ ուսումնասիրում են այցելության վայրերը: Ազրոզբոսաշրջային բիզնեսի ընկալումը պետք է լինի նույնը՝ անկախ այն բանից՝ սպառողը շփվում է թվիթերում, ֆեյսբուքում, թե բլոգում:

Թվային և սոցիալական լրատվամիջոցների լավագույն փորձը հուշում է, որ արդյունավետ զբոսաշրջային մարքեթինգային քարտեզ ունենալու համար անհրաժեշտ է *պարբերաբար թարմացնել սոցիալական հարթակներում կայքի ընթացիկ հրապարակումները, տեղեկատվությունը, նկարները, կայքի որոնման հետ կապված հնարավորինս նվազեցնել բոլոր դժվարությունները, կիրառել գովազդի խթանման վճարային գործիքներ՝ մեծ տեսանելիություն սպահովելու համար, հրապարակումներում օգտագործել լուսանկարներ և տեսանյութեր:*

Բացի թվարկածից, կարևոր է, թե ինչպես է տվյալ ծառայության/ապրանքի մասին տեղեկությունը հասցվում զբոսաշրջիկին, ինչպես է ներգործում: Ներկայացման ձևի ընտրությունը ևս կարող է մեծ ազդեցություն ունենալ ազրոզբոսաշրջային բիզնեսի հաջողության վրա: Այստեղ կարևոր է, որ այն աշխատակիցը կամ տանտերը, ով կվարի տուրը և կներկայացնի, օրինակ, ֆերմայի պատմությունը, քաջածանոթ լինի դրան, որպեսզի զբոսաշրջիկը կարողանա կարծիք ձևավորել տվյալ տարածքի և տեղաբնակների՝ աշխատանքին նվիրվածության մասին:

Ուշագրավ պատմությունների միջոցով աշխատողները կարող են զարգացնել թիմային հաղորդակցումը և փոխըմբռնումը գործատուի հետ:

Harvard Business Review-ի՝ վերջերս կատարած հետազոտության արդյունքում պարզվել է, որ հուզականորեն կապված հաճախորդները երկու անգամից ավելի են երկարաժամկետ այցելություններ կատարում՝ ի տարբերություն տվյալ պահին գոհ հաճախորդների: Տեղեկացված ծառայություն մատուցողը մեծ ազդեցություն ունի այստեղ⁸⁵:

Սակայն մեր երկրում մարքեթինգային քաղաքականության շատ բացեր դեռ կան, որոնք սկսվում են ծառայություն մատուցողներից՝ հասնելով մինչև պետական քաղաքականություն իրականացնողներ: Հաշվի առնելով զբոսա-

⁸⁵ Si' u Zorfas A., Leemon D., An Emotional Connection Matters More than Customer Satisfaction, <https://hbr.org/2016/08/an-emotional-connection-matters-more-than-customer-satisfaction>:

շրջիկներին սպասարկելու գործընթացում հյուրընկալողների հիմնական խոչընդոտները (լեզվի չիմացություն, սոցիալական/տեղեկատվական հարթակներից օգտվելու դժվարություններ, վերապատրաստման հնարավորության սակավություն)՝ առաջարկվում է ստեղծել միասնական սոցիալական հարթակ (ՀՀ զբոսաշրջության պետական կոմիտեի նախաձեռնությամբ), պատրաստել տեղեկատվական հոլովակներ այն մասին, թե ինչպես սոցիալական հարթակներում տեղադրել հյուրանոցի տվյալները, որևէ օբյեկտի մասին պատմող գրառումը դարձնել գրավիչ, ստանալ որակյալ նկարներ և այլն:

Հաշվի առնելով ներկայիս պայմաններում մարդկային և ֆինանսական ռեսուրսների խիստ սակավությունը՝ ընթացիկ աշխատանքներին կարող են ներգրավվել այն կամավոր ուսանողները, որոնք կրթություն են ստանում զբոսաշրջության կառավարման կամ հարակից ոլորտներում: Ներգրավելով լեզվաբան կամավորների՝ հնարավոր կլինի լեզվական խոչընդոտները ևս հաղթահարել: Կարելի է կազմակերպել փոքր տեղեկատվական հանդիպումներ, նախապես գրանցումների արդյունքում ձևավորել խմբեր և փորձել կարճաժամկետ դասընթացների կազմակերպմամբ լուծել լեզվական խոչընդոտները:

ՀՀ զբոսաշրջության կոմիտեի գործողություններից բացի, հարկ է, որ պետական կառավարման այլ օղակները ևս ազդեն մատուցվող ծառայությունների որակի վրա, օրինակ՝ սահմանելով հյուրատան որոշակի չափորոշիչներ՝ կապված կահավորման, սննդի որակի և այլնի հետ:

Միջազգային փորձի հիման վրա, ագրոզբոսաշրջության կամ ընդհանուր զբոսաշրջության զարգացման տեսանկյունից, զբոսաշրջության ոլորտում յուրաքանչյուր ենթակառուցվածքի համար սահմանվում են հստակ չափորոշիչներ: Այսպես, հարկ է՝

- *սահմանել հյուրարևմտյան արդյունաբերության հստակ չափորոշիչներ սենյակի նվազագույն չափի, նվազագույն հարմարությունների վերաբերյալ,*
- *սահմանել մատուցվող սննդի որակի և այլ չափանիշների չափորոշիչներ, իրականացնել մատուցվող սննդի մշտական վերահսկողություն,*
- *իրականացնել մշտական վերահսկողություն այլ ենթակառուցվածքների կողմից մատուցվող ծառայությունների որակի նկատմամբ:*

Համագործակցային մարքեթինգ

Բացի նրանից, որ ագրոզբոսաշրջության ոլորտի ապրանք/ծառայություն մատուցողը մարքեթինգային քայլեր մշակելուց առաջ պետք է ծանոթ լինի իր հաճախորդների վարքագծին, պակաս կարևոր չէ այն հանգամանքը, թե ինչպես է ագրոզբոսաշրջության ծառայությունների մեկ օղակը համագործակցում հարակից ենթակառուցվածքային օղակների հետ: Հետազոտությունները ցույց են տվել, որ զբոսաշրջիկներն առաջնորդվում են զբոսաշրջային այնպիսի վայրերի ընտրությամբ, որտեղ կան կից այլ օբյեկտներ:

Համագործակցելով այլ ենթակառուցվածքների ներկայացուցիչների հետ՝ հարկ է առաջնորդվել հետևյալ տրամաբանությամբ՝ կազմել միասնական տուրփաթեթներ, օրինակ՝ սոցիալական հարթակներում հրապարակումներ անելիս հղում տալ այլ կից ենթակառուցվածքի կամ՝

- զարգացնել միասնական ճանապարհ, երթուղի,
- նախաձեռնել խմբային փառատոներ, միջոցառումներ և այլն,
- համագործակցություն ձևավորել կից կրթական հաստատությունների հետ,
- ներգրավել տեղական ՀԿ-ներ, այլ աջակից կառույցներ⁸⁶:

Մարդիկ (հյուրընկալողներ): Օտարերկրացի զբոսաշրջիկներին հայտնի են հայ ժողովրդի հյուրընկալությունը, հյուրասիրությունը, պատրաստակամությունն ու բարիդրացիական վերաբերմունքը: Նման եզրահանգումը կատարվել է բազմաթիվ հարցումների, սոցիալական կայքերի մեկնաբանությունների, բլոգերային տեսանյութերի և հետադարձ կապի այլ ուղիների միջոցով:

Ընտանեկան հյուրընկալ մթնոլորտը կարևորվում է հատկապես ագրոզբոսաշրջության ոլորտի զարգացման համար՝ ելնելով ոլորտի առանձնահատկություններից: Միևնույն ժամանակ, ինչպես վկայում են սույն հետազոտության երկրորդ գլխում իրականացված և ամփոփված հարցումների արդյունքները, զբոսաշրջիկների համար հյուրընկալ և ջերմ մթնոլորտը անհրաժեշտ, բայց ոչ բավարար պայման է, քանի որ կարևորվում է նաև հյուրընկալողների՝ օտար լեզուների իմացությունը:

Ելնելով վերը նշված հանգամանքներից՝ փաստենք, որ հյուրընկալողները պետք է առաջին հերթին մանրամասնորեն ծանոթանան ագրոզբոսաշրջության ոլորտի առանձնահատկություններին, ոլորտի միջոցով առաջխաղացման հնարավորություններին, ռիսկերին, խոչընդոտներին և խնդիրներին: Նրանք պետք է վերապատրաստվեն միջազգային ճանաչում ունեցող լեզուներով (անգլերեն, ռուսերեն)՝ զբոսաշրջիկների հետ շփվելու համար:

Բացի դրանից, հյուրընկալողները պետք է ամբողջությամբ տիրապետեն տվյալ զբոսաշրջային դեստինացիայի մշակութային կյանքին, պատմական անցյալին, խոհանոցային առանձնահատկություններին, որպեսզի կարողանան տվյալ դեստինացիայի մշակութային արժեքները համապարփակ կերպով ներկայացնել իրենց հյուրերին:

Ծառայությունների մատուցման գործընթաց: Հյուրընկալողների կողմից ծառայությունների մատուցման գործընթացը պետք է կազմակերպվի բարձր մակարդակով: Մասնավորապես, պետք է մշտապես մաքրություն պահպանվի այն վայրերում, որտեղ պետք է գտնվեն և/կամ իրենց գիշերակացն անցկացնեն զբոսաշրջիկները: Այսինքն, պետք է պահպանվեն սանիտարահիգիենիկ բոլոր նորմերը (մեր իրականացրած հարցման արդյունք-

⁸⁶ Marketing Your Agritourism Business, <https://extension.psu.edu/marketing-your-agritourism-business>.

ներից պարզ դարձավ, որ այս հանգամանքը ևս զբոսաշրջիկները խիստ կարևորում են):

Ծառայությունները պետք է լինեն բազմատեսակ: Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ տուրերը հիմնականում 5-7-օրյա են, պետք է յուրաքանչյուր օրվա համար նախատեսված իրադարձությունները կազմակերպվեն այնպես, որ զբոսաշրջիկներին հնարավորինս շատ տեղեկություն տրամադրվի տվյալ դեստինացիայի մշակութային արժեքների մասին, ինչպես նաև գյուղատնտեսական աշխատանքների մասնակիցը դարձնել նրանց, հետաքրքիր զբաղմունքներ առաջարկել: Բացի դրանից, կառավարող և վերահսկող մարմինների կողմից պետք է սահմանվեն որակի ապահովման չափանիշներ և պետք է իրականացվի մշտադիտարկում՝ ոլորտի արդյունավետ կառավարման և համակարգման, արդյունավետ գործունեության իրականացման, սխալների բացահայտման, թերությունների վերացման և շտկումներ կատարելու նպատակով:

Ամփոփելով կարող ենք նշել, որ ագրոզբոսաշրջության զարգացման գործում էական նշանակություն ունի մարքեթինգային միջոցառումների իրականացումը՝ ներքին և միջազգային զբոսաշրջիկներ գրավելու համար:

3.4

Ագրոզբոսաշրջության կլաստերների ձևավորման կառուցակարգերը

Գյուղական զբոսաշրջության դերը տարեցտարի մեծանում է, քանի որ աշխարհում քաղաքական ու տնտեսական լարվածությունը, առավել ևս համավարակի տարածումը, խիստ սահմանափակել են արտագնա զբոսաշրջության պահանջարկը: Դրա հետ մեկտեղ, գյուղատնտեսության համալիր մեքենայացման և առաջադիմական տեխնոլոգիաների արմատավորման պայմաններում, ինչպես նաև խիստ արտահայտված սեզոնայնության պատճառով, գյուղական վայրերում հիմնախնդիր է դառնում աշխատուժի կայուն զբաղվածությունը և արժանապատիվ եկամտի ապահովումը: Ուստի, ներգնա զբոսաշրջության համակարգում գյուղական զբոսաշրջությունը դիտարկվում է առողջարանային, էկոլոգիական, գաստրոնոմիական և արկածային զբոսաշրջության առանձին տարրերի համակցությամբ, ինչպես նաև գյուղում այլընտրանքային, ոչ գյուղատնտեսական զբաղվածության զարգացմամբ:

Գյուղական զբոսաշրջության զարգացման բնապահպանական, սոցիալական և տնտեսական արդյունքները

Գյուղական զբոսաշրջության զարգացմամբ բարեփոխվում է շրջակա միջավայրի, բնության ու պատմական հուշարձանների պահպանության

նկատմամբ բնակչության վերաբերմունքը, քանի որ դրանք դառնում են ներգնա զբոսաշրջիկների հետաքրքրության առարկա և նպաստում գյուղում ոչ միայն զբոսաշրջության, այլև փոքր ձեռնարկատիրության, հատկապես՝ սպասարկման ենթակառուցվածքների ու ծառայությունների զարգացմանը: Օրինակ, ավանդաբար մեծ հետաքրքրություն կա Լոռու մարզի Հաղպատ, Մանասիին, Դսեղ, Օձուն, Ախթալա, Լոռի բերդ և այլ բնակավայրերի գեղատեսիլ բնության և հոգևոր ու պատմական հուշարձանների, ինչպես նաև Դենդրոպարկի ու Թոչկանի ջրվեժի նկատմամբ: Բավական է նշել հանրահայտ «Պահպանենք Թոչկանի ջրվեժը» բնապահպանական շարժումը, որը արգելք դարձավ բնության հուշարձանի խաթարման հաշվին (ինչը կատարվել է Շաքիի ջրվեժի հետ) նոր ՀԷԿ-ի կառուցման համար: Իսկ Գյուլագարակից «Սոճուտ» հանգստյան տուն անբարեկարգ ճանապարհի հիմնանորոգումը կավելացնի Դենդրոպարկի այցելուների թիվը, հետևաբար նաև՝ Գարգառ և Գյուլագարակ գյուղերի բնակչության սպասարկման ծառայություններից ու առևտրից սպասվող եկամուտները:

Հատկապես վերջին երկու տասնամյակներին կտրուկ ավելացել է Հարթագյուղի (Ղալլթախչի) սուրբ Հովհաննես մատուռի ուխտավորների թիվը: Դեռևս 2005 թ. կազմեցվեց առաջին խաչքարը, որի շուրջ արդեն ձևավորվել է երկու հարյուրից ավելի խաչքարերի պուրակ:

Հանրապետության լեռնային շրջանները, որպես կանոն, սոցիալ-տնտեսական զարգացման մակարդակով զիջում են հարթավայրային և նախալեռնային շրջաններին: Եթե հարթավայրային և նախալեռնային շրջաններին բնորոշ է միավոր տարածությունից համեմատաբար բարձր եկամուտ ապահովող ինտենսիվ պտղաբուծության ու բանջարաբուծության, ինչպես նաև կաթնային տավարաբուծության զարգացումը, ապա լեռնային շրջաններում գյուղացին զբաղված է մանր և խոշոր անասնապահությամբ, հացահատիկային ու կերային բույսերի մշակությամբ: Համեմատության համար նշենք, որ մեկ հեկտար պտղի և բանջարեղենի մշակությունից ստացված եկամուտը 8-10 անգամ գերազանցում է հացահատիկի մշակությունից ստացվող եկամտին: Բարձր չէ նաև անասնապահությունից ստացվող եկամուտը, որն էլ լեռնային գյուղերի բնակչության աղքատության հիմնական պատճառն է: Հետևաբար, անհրաժեշտ է օգտագործել բոլոր հնարավորությունները՝ գյուղատնտեսության ինտենսիվ տեխնոլոգիաների ներդրման, առավել ևս ոչ գյուղատնտեսական զբաղվածության ընդլայնման ու եկամտի այլընտրանքային աղբյուրների ստեղծման համար: Այս առումով, հատկապես շահեկան է լեռնային շրջաններում զբոսաշրջության զարգացումը:

Լեռնային գյուղերում ձևավորվել է առանձնահատուկ կենսակերպ: Որպես կանոն, կյանքն աշխուժանում է աշնանը, երբ գյուղացին ամբարում է բերքը, ավարտում աշնանացանի աշխատանքները և նախապատրաստվում ձմեռային հանգստի: Այս շրջանում գյուղ են վերադառնում արտագնա աշ-

խատանքի մեկնած տղամարդիկ, մեծանում է ամուսնությունների թիվը, հարսանիքներ ու այլ ընտանեկան խնջույքներ են կազմակերպվում:

Որպես կանոն, աշխարհում գյուղական զբոսաշրջության սկզբնավորման պատճառները նույնն են, սակայն առանձին երկրներում այն զարգանում է որոշակի առանձնահատկություններով: Այդուհանդերձ, գյուղական զբոսաշրջությունը կարելի է դասակարգել երեք խմբի՝

1. գյուղական զբոսաշրջությունը՝ որպես ամառանոցային հանգիստ,
2. գյուղական արկածային զբոսաշրջություն,
3. գյուղական դասական զբոսաշրջություն:

Որպես ամառանոցային հանգիստ է դիտարկվում գյուղական զբոսաշրջության այն ձևը, երբ խոշոր քաղաքների բնակիչները բավականին տևական ժամանակահատված (ավելի քան մեկ ամիս) իրենց երեխաների կամ ծնողների ամառային հանգիստը կազմակերպում են նախապես ընտրված գյուղում, որտեղ համեմատաբար մատչելի գնով կարող են տրամադրվել ճամբարային հանգստին կամ հյուրատանը բնորոշ նվազագույն պայմաններ: Հայաստանում առավելապես տարածված է ամառանոցային հանգիստը գյուղաբնակ ծանոթի, հարագատի կամ բարեկամի տանը:

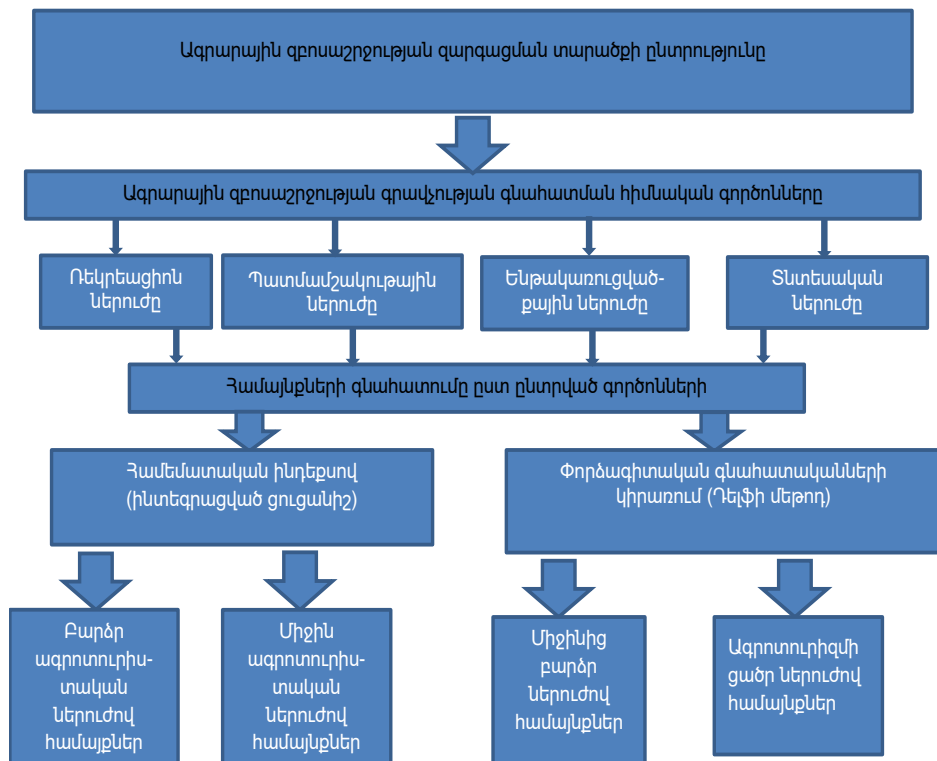
Արկածային գյուղական զբոսաշրջությունը որսի, ձկնորսության, ժայռամագլցության, ձիավարության և արշավների կազմակերպման պայմաններ ու ծառայություններ տրամադրող գյուղական հանգիստ է: Վերջինս պահանջում է զբոսաշրջության կառավարման մասնագիտական որակավորում և ենթակառուցվածքների ստեղծման համար անհրաժեշտ ներդրումներ: Զբոսաշրջության այս ձևը ապահովում է բարձր եկամտաբերություն, իսկ հաճախորդները ծառայությունների դիմաց համեմատաբար թանկ են վճարում: Հայաստանում զբոսաշրջության այս ձևը սկսել է զարգանալ վերջին տարիներին: Հատկապես հանրահայտ են Ենոքավանի, Կալավանի, Հերմոնի զբոսաշրջային կենտրոնները:

Դասական գյուղական զբոսաշրջությունը որոշակի նպատակով (հոգևոր և պատմամշակութային հուշարձաններ այցելություն, գինու, յուրահատուկ ճաշատեսակների համտես, երաժշտական փառատոնի կամ ազգագրական բնույթի միջոցառումներին մասնակցություն և այլն) կամ գյուղական զբոսաշրջությանը՝ վայրի բնությանը, գյուղական աշխատանքին, կյանքին ու կենցաղին հաղորդակից դառնալու նպատակով շրջագայություն է՝ ի սկզբանե նախանշված երթուղիներով և ընտրված գյուղական տարածքներով:

Մեր կարծիքով՝ Հայաստանում ագրոզբոսաշրջության ծավալման համար անհրաժեշտ է որդեգրել երկու կարևոր սկզբունք. **նախ՝ ագրոզբոսաշրջության ծառայության բազմազանեցում և երկրորդ՝ զբոսաշրջային երթուղիների գեղագիտական և ճանաչողական լիարժեքության ապահովման նպատակով վարչատարածքային միավորների (մարզ, համայնք) շրջանակների սահմանափակումների անտեսում:**

Ագրոզբոսաշրջության զարգացման կարևոր նախապայմաններից մեկը զբոսաշրջիկի հանգստի բազմազանեցումն է: Ճիշտ չէ գյուղական տարածքներում ագրոզբոսաշրջությունը տարանջատել էկոլոգիական, առողջարանային, արկածային, գաստրոնոմիական, պատմամշակութային և հոգևոր զբոսաշրջության ձևերից, այլ անհրաժեշտ է դրանց համատեղման շնորհիվ ապահովել լիարժեք հանգստի հնարավորություն: Ուստի, զբոսաշրջային կլաստերների ձևավորման ընթացքում աշխատել ենք ներառել վերոհիշյալ ձևերի զարգացման պայմանները և բացահայտել ամբողջական ներուժը: Նման մոտեցումը հնարավորություն կընձեռի առավել հիմնավորված կանխատեսելու ագրոզբոսաշրջության զարգացման հիմնական ցուցանիշները:

Ինչ վերաբերում է զբոսաշրջային երթուղիներին, ապա, որպես կանոն, ագրոզբոսաշրջիկները շատ շարժունակ չեն և գերադասում են հանգիստը կազմակերպել համայնքի տարածքում: Իսկ եթե համայնքից դուրս, անգամ սահմանակից մարզի տարածքում, առկա են հետաքրքրություն ներկայացնող վայրեր, ապա նպատակահարմար է պարբերաբար կազմակերպել շրջագայություններ և ընդլայնել այցելությունների շրջանակը:



Գծապատկեր 3.4.1

Ագրոզբոսաշրջության ներուժի գնահատման ալգորիթմը

Վերոհիշյալ նկատառումներով խիստ կարևոր է տարածքների ագրա-րային զբոսաշրջության գնահատումը, որը նպատակահարմար է իրակա-նացնել գծապատկեր 3.4.1-ում բերված սխեմայով: Այս դեպքում, էլ ավելի որոշակի և գրավիչ է դառնում Լոռու և Տավուշի մարզերի ագրոզբոսաշրջու-թյան զարգացման ներուժը: Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ այդ ներուժը դեռևս լիարժեք և արդյունավետ չի օգտագործվում: Ուստի, առաջիկա տասնամյակում, ագրոզբոսաշրջության զարգացման և հիմնա-կան ցուցանիշների կանխատեսման նպատակով կարևորում ենք հետևյալ խնդիրները.

1. ագրոզբոսաշրջության կլաստերների ձևավորում և մրցակցային առավելությունների հանրայնացում,
2. պիլոտային համայնքների և կլաստերների շրջանակում ագրոզբոսա-շրջության զարգացման նախագծում և հիմնական ցուցանիշների կանխատեսում,
3. ագրոզբոսաշրջության կառավարման գիտելիքի տարածում և ինս-տիտուցիոնալ մակարդակով զբոսաշրջության մարքեթինգի զարգա-ցում:

Միանգամայն օբյեկտիվ պատճառներով (կորոնավիրուսի համավարակ և պատերազմական իրավիճակ) 2020 թվականին զբոսաշրջության, այդ թվում՝ ներքին զբոսաշրջության բնականոն ընթացքը խաթարվեց և տեղե-րում ուսումնասիրություններ կատարելու հնարավորությունները խիստ սահ-մանափակվեցին: Այդուհանդերձ, նախորդ տարիներին ձևավորված օրինա-չափությունների և ընթացիկ տարում կատարված հարցումների արդյունքում որոշակիորեն հաջողվել է ձևավորել ագրոզբոսաշրջության զարգացման հիմնական ցուցանիշների մոտավոր պատկերը: Առավել հիմնավորված ուսումնասիրության համար, համաձայն գծապատկեր 3.4.1-ում բերված պզո-րիթմի, նախ ձևավորել ենք ուսումնասիրվող մարզերի ագրոզբոսաշրջու-թյան հիմնական կլաստերները: Այդ նպատակով անհրաժեշտ ենք համարել ագրոզբոսաշրջության ծառայություն իրականացնող սուբյեկտներին միավո-րել՝ հիմք ընդունելով մասնագիտացումը, տարածքային մերձակայությունը, գործառնությունների ընդհանրությունն ու կոոպերացիայի հնարավորություննե-րը: Դիցուք՝ Լոռու և Տավուշի մարզերում առանձնացրել ենք յոթ ագրոզբո-սաշրջային կլաստերներ: ՀՀ Լոռու մարզում առաջարկում ենք ձևավորել Թումանյանի, Ստեփանավանի և Սպիտակի, իսկ ՀՀ Տավուշի մարզում՝ Դի-լիջանի, Իջևանի, Նոյեմբերյանի և Բերդի կլաստերներ:

Հարկ է նշել, որ ներկայումս կլաստերների ձևավորումը մասամբ խթան-վում է միջազգային կազմակերպությունների հայաստանյան տարածաշրջա-նային ծրագրերի միջոցով, իսկ պետության և տեղական կազմակերպու-թյունների կողմից կլաստերային քաղաքականություն գրեթե չի իրականաց-վում: Մինչդեռ, հատկապես տարածքային զարգացման առումով, ագրոզբո-

սաշրջության բազմարկչային ազդեցությունը կարող է առարկայական դրսևորում ստանալ՝ մասնավոր հատվածի, քաղաքացիական հասարակության և պետության սերտ համագործակցության պայմաններում: Ի դեպ, սկզբնական շրջանում պետք է առանձնակի ակտիվություն դրսևորի պետությունը, որի դերակատարությունը, կլաստերների կայացմանը զուգընթաց, աստիճանաբար կսահմանափակվի:

Ագրոգրոսաշրջային կլաստերների կայացմանը կարող է նպաստել նաև աութորսինգի ծառայությունների զարգացումը: Խոսքը հատկապես գյուղական համայնքներում հանգստացողների համար միասնական միջոցառումների (արշավներ, այցելություններ, տոներ, հանդիսություններ, խաղեր և այլն) արհեստավարժ կազմակերպման մասին է: Այնուհետև՝ կլաստերների ձևավորումից հետո, անհրաժեշտ է գնահատել դրանցում ներառված համայնքների ռեկրեացիոն հիմնական գործոնները և ընդհանուր ներուժը:

ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերի զբոսաշրջային-ռեկրեացիոն ներուժի գնահատման համար ընտրել ենք պատմամշակութային, բնական միջավայրի գրավչության, հանգստի ենթակառուցվածքների, գյուղական կոլորիտի և կենցաղավարության, բուսական և կենդանական աշխարհի հաղորդակցվելու գրավչության և գաստրոտուրիզմի գրավչության գործոնները (աղյուսակ 3.4.1):

Այս կլաստերների զբոսաշրջային ներուժը գնահատելու և զբոսաշրջիկների թիվը կանխատեսելու համար օգտագործել ենք գործոնային եղանակը: Շեշտադրվել են հատկապես հետևյալ գործոնները.

Պատմամշակութային գործոնի ներքո ներառվել են համայնքների վարչական տարածքում գտնվող պատմական հուշարձանները, հիշարժան պատմական անցքերը և էական նշանակություն ունեցող մշակութային դեպքերը և դեմքերը: Ինչպես այս, այնպես էլ մյուս գործոնների գնահատումը կատարվել է 5 բալային համակարգով: 5 բալ տրվում է տվյալ գործոնի շատ բարձր արտահայտված լինելու դեպքում, 4 բալ՝ բարձր արտահայտվածության, 3 բալ՝ միջին, 2 բալ՝ միջինից ցածր և 1 բալ՝ գործոնի թույլ արտահայտված լինելու դեպքում: Ուսումնասիրվող երկու մարզերում պատմամշակութային գործոնը բարձր դրսևորում ունի Լոռու մարզի Դսեղ, Թումանյան, Օձուն և Հաղպատ համայնքների համար: Այստեղ են գտնվում Դսեղի Սբ. Գրիգոր Բարձրաքաջի, Քոբայրի և Հաղպատի վանական համալիրները, Թումանյանի տուն-թանգարանը, մատուռներ, ժայռափոր եկեղեցիներ, խաչքարեր:

ՀՀ Լոռու մարզի ագրոգրոսաշրջության կլաստերների բնութագիրը

Կլաստերի անվանումը, առավել բնորոշ բնակավայրերը	Զբոսաշրջային-ուկրևագիտն ներուժի հիմնական գործոնների գնահատումը (1-5 բալ)						Զբոսաշրջիկներ ընդունելու տարեկան ներուժը, մարդ ⁸⁷
	Պատմամշակութային	Քանական միջավայրի գրավչությունը	Հանգստի ենթակառուցվածքները	Գյուղական կյոթրիկոր և կենցաղավարությունը	Բուսական և կենդանական աշխարհին հաղորդակցվելու գրավչությունը	Գապրոպորիզմի գրավչությունը	
ԼՈՒՈՒ ՄԱՐԶ							
<i>Թումանյան</i>	<i>3,1</i>	<i>3,7</i>	<i>2,9</i>	<i>2,3</i>	<i>2,7</i>	<i>2,2</i>	<i>6565</i>
Դսեղ	4	4	3	4	4	2	2550
Չորագյուղ	3	4	4	3	3	2	1200
Քարինջ	2	4	2	2	3	2	230
Մարց	2	4	2	2	3	2	118
Թումանյան	4	3	4	2	2	2	832
Օձուն	4	4	3	3	3	3	346
Հաղպար	4	4	3	3	2	2	540
Ախթալա	3	3	3	2	2	3	316
Շնող	2	3	2	3	2	2	433
<i>Սյրեհանական</i>	<i>2,7</i>	<i>3,1</i>	<i>2,4</i>	<i>2,85</i>	<i>2,7</i>	<i>2,4</i>	<i>5908</i>
Սյրեհանական	2	3	4	3	2	2	1800
Լոռի բերդ	4	3	2	3	2	2	420
Պուշկինո	3	3	2	3	3	3	370
Գյուլագարակ/Մոճուր	2	3	3	2	3	2	1600
Գարգառ	3	4	2	3	3	2	642
Վարդարյուր	3	3	2	3	3	3	520
Կուրթան	2	3	2	3	3	3	556
<i>Սպիտակ</i>	<i>2,2</i>	<i>2,4</i>	<i>2,2</i>	<i>2,4</i>	<i>2</i>	<i>2,2</i>	<i>3067/3600</i>
Սպիտակ	2	3	3	2	2	2	1189
Լեռնանցք	2	3	3	3	2	3	460
Մեծ Պատնի	3	2	2	3	2	2	856
Հարթագյուղ	2	2	1	2	2	2	242/3600 ⁸⁸
Շիրակամուր	2	2	2	2	2	2	320

⁸⁷ 2019 թ. հրապարակումների և 2020 թ. հարցումների տվյալներով:

⁸⁸ Այցելուների՝ առանց գիշերակացի:

ՀՀ Տավուշի մարզի ագրոգրոսաշրջության կլաստերների բնութագիրը

Կաստերի անվանումը, առավել բնորոշ բնակավայրերը	Ջրասաշրջային-ռելիեֆիկ հիմնական գործոնների գնահատումը (1-5 բալլ)						Ջրասաշրջիկներ ընդունելու տարեկան ներուժը, մարդ ⁸⁹
	Պարուն-մշակության	Բնական միջավայրի գրավչությունը	Հանգստի կենթակառուցվածքները	Գյուղական մթնոլորտը և կենցաղավարությունը	Բուսական և կենդանական աշխարհի հարուստ և գրավչությունը	Գաստրոգրոսաշրջության գրավչությունը	
ՏԱՎՈՒՇԻ ՄԱՐԶ							
Դիլիջան	3,7	4	2,7	2,7	3,7	4	6958
Դիլիջան	3	4	4	2	3	4	4500
Հաղարծին	4	4	3	3	4	3	856
Թեղուս	2	4	2	3	3	3	430
Գոշ	4	4	3	3	3	3	542
Հովք	2	4	2	3	3	3	250
Աղախավանք	3	4	2	3	3	3	200
Խաչարձան	3	4	2	3	3	3	180
Իջևան	2,5	3,75	2,75	2,75	3,25	3,25	12556
Իջևան	3	3	3	2	3	3	2140
Ետրավան	1	4	4	3	4	4	10000 90
Խաչթառակ	3	4	2	3	3	3	129
Սևքար	3	4	2	3	3	3	287
Նոյեմբերյան	2,7	3,5	2,6	3,2	3,0	3,1	3979
Նոյեմբերյան	3	3	4	2	2	3	1700
Կողբ	3	4	3	3	3	3	430
Բերդավան	4	4	3	4	3	3	258
Բաղանիս	3	4	2	3	3	3	220
Դովեղ	2	3	2	3	3	3	140
Ջուջեվան	2	3	2	3	3	3	125
Ոսկեպար	3	4	3	4	3	3	240

⁸⁹ 2019 թ. հրապարակումների և 2020 թ. հարցումների տվյալներով:

⁹⁰ «Յեղև Էքստրիմ պարկ»-ի հիմնադիր Տիգրան Չիրովյանի կարծիքով՝ 50000 այցելու, որը 2025 թ. հնգապատկվելու է, <https://banks.am/am/news/interviews/17088?fbclid=IwAR36VLKQ6D7ipZcCp0ARlmI1DHjubdjbhXwBxfwcOgP2QXfUq60O9oJKA>:

Ոսկևան	2	3	2	3	3	3	210
Բարեկամավան	2	3	2	3	3	3	96
Կոթի	3	4	3	4	4	4	560
Բերդ	2,3	3,4	2,7	3,3	3,3	3	2936
Բերդ	4	3	4	3	3	3	2160
Նորաշեն	2	3	3	4	3	3	250
Այգեձոր	3	4	2	4	4	3	360
Նավուր	2	4	3	4	4	3	140
Նորաշեն	2	3	3	3	3	3	180
Իծաքար	2	3	2	3	3	3	179
Արծվաբերդ	2	4	3	3	4	3	237
Չինչին	2	3	3	3	3	3	98
Տավուշ	2	3	3	3	3	3	86
Վարազավան	2	4	3	3	3	3	78

Բնական միջավայրի գրավչության գործոնն առավել բարձր գնահատական է ստացել Լոռու և Տավուշի մարզերի գրեթե բոլոր համայնքներում: Դա միանգամայն տրամաբանական է, քանի որ այս երկու մարզին բաժին է ընկնում ՀՀ անտառածածկ տարածքների 68,7%-ը: Բացի դրանից, Տավուշի մարզում են գտնվում Ախնաբաղի կենու, Արջատիլենու և Զիկատարի արգելավայրերը, իսկ ամենակարևորը՝ «Դիլիջան» ազգային պարկը: Վերջինս առանձնահատուկ գործառական նշանակություն ունի ոչ միայն Դիլիջանի ագրոգրոսաշրջության կլաստերի, այլև Տավուշի և Լոռու սահմանամերձ տարածքների կլաստերների համար: Ուստի, անհրաժեշտ է առանձնահատուկ ուշադրություն դարձնել հատկապես ենթակառուցվածքների՝ ճանապարհների, հանգստյան գոտիների և հյուրանոցային ցանցի զարգացմանը: Շուրջ երեք տասնամյակ, ըստ էության, անգործության է մատնված Էդվարդ Միրզոյանի անվան կոմպոզիտորների ստեղծագործական և հանգստյան տունը: Խորհրդային տարիներին այս յուրահատուկ կառույցն ուներ միութենական նշանակություն և հյուրընկալում էր աշխարհահռչակ կոմպոզիտորների: Այստեղ կառուցված հնչական (ակուստիկա) լավագույն պայմաններ ունեցող համերգասրահում կազմակերպվում էին երաժշտական փառատոներ և ստեղծագործական հանդիպումներ: Վերջին երեք տարիներին փորձ է արվում մասնավոր ներդրումներով վերանորոգելու հարմարավետ առանձնատները, սակայն գործը դանդաղ է առաջ գնում և քրեջների շուրջ 2/3-ը չի օգտագործվում: Մեր հարցումները ցույց են տալիս, որ այստեղ յուրաքանչյուր տարի կարող է հանգստանալ 7-8 հազար զբոսաշրջիկ:

Հանգստի ենթակառուցվածքները համեմատաբար թույլ են զարգացած, բայց վերջին տարիներին նկատվում է հյուրատների, հյուրանոցների, հոստելների ավելացման միտում: Բացի դրանից, ավելի շատ գյուղաբնակներ են իրենց առանձնատներում պայմաններ ստեղծում զբոսաշրջիկներ ընդունելու համար: Կարծում ենք, որ անհրաժեշտ է մշակել ՀՀ ագրոգրոսաշրջության զարգացման նպատակային ծրագիր և նախատեսել ոլորտին տրամադրվող վարկային միջոցների տոկոսադրույքի սուբսիդավորում:

Գյուղական մթնոլորտ և կենցաղավարություն գործոնն առանձնահատուկ կարևորություն ունի: Իհարկե, հայ գյուղացին հայտնի է իր հյուրասիրությամբ ու ծառայություններ մատուցելու պատրաստակամությամբ, բայց զբոսաշրջությունը որպես բիզնես ընկալելու կարողությունները դեռևս թույլ են: Ուստի, պետք է պահպանել ու զարգացնել գյուղական մթնոլորտի առավել գրավիչ կողմերը, առավել զանգվածային ու հրապարակային դարձնել տոնախմբությունները, ավանդական ծեսերը, ուխտագնացությունները և այլ միջոցառումները: Ավելին, դրանք պետք է հարմարեցնել տարբեր սեռատարիքային խմբերի պահանջներին:

Բուսական և կենդանական աշխարհին հաղորդակցվելու կարողությունը ագրոգրոսաշրջության առավել գրավիչ գործոններից մեկն է: Քաղա-

քարնակների համար առանձնահատուկ հետաքրքրություն է ներկայացնում պտղատու այգու և բոստանային ու բանջարանոցային մշակաբույսերի բերքահավաքին, ինչպես նաև գյուղատնտեսական կենդանիների խնամքի աշխատանքներին մասնակցելը: Պակաս գրավիչ չէ նաև վայրի պտուղների և ուտելի բույսերի հավաքը: Այստեղ գյուղացիները պետք է սիրով փոխանցեն իրենց գիտելիքն ու հմտությունը:

Գաստրոզբոսաշրջության գրավչության գործոնը ամենակարևորներից մեկն է: Վերջինս պետք է ցուցադրել ու մատուցել նրբանկատորեն: Հատկապես գյուղական ընտանիքներում, որպես առավել լիարժեք հյուրասիրության նշան, ընդունված է հյուրին ուտել պարտադրելու սովորությունը: Դրա փոխարեն անհրաժեշտ է հմտորեն ու ճաշակով ներկայացնել ճաշացանկը, ունենալ տպավորությունների գրանցման մատյան, շահագրգռել հյուրերին՝ հետաքրքրվելու խոհանոցային արվեստով, անգամ կազմակերպել լավագույն աղցանի, հյութի կամ ճաշատեսակի պատրաստման մրցույթներ:

Այսպիսով, ամփոփելով կարող ենք ասել, որ Լոռու և Տավուշի մարզերում ագրոզբոսաշրջության զարգացումը կլաստերներով, տարբեր միջոցառումների ընդգրկմամբ, ունի էական նշանակություն և կնպաստի մարզերի սոցիալ-տնտեսական կյանքի աշխուժացմանը:

ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերն իրենց գեղատեսիլ բնությամբ, անտառածածկ լեռներով ու անդնդախոր ձորերով, առողջարար օդով ու բուժիչ ջրերով, պատմական ու ճարտարապետական հուշարձաններով, բնակչության ավանդական կենցաղով ու էթնիկ բազմազանությամբ, առանձնակի հետաքրքրություն են ներկայացնում պաշտամշակութային, կրոնական, առողջարանային, քաղաքային, ագրո-, էկո-, արկածային, սպորտային, փառատոնային և գաստրոնոմիական զբոսաշրջության զարգացման համար: Գյուղական տարածքներում կյանքի աշխուժացման, համեմատաբար փոքր ներդրումներով եկամտաբեր ձեռներեցության զարգացման և մարզերի զբոսաշրջային ռեսուրսների առավել լիարժեք օգտագործման համար առանձնահատուկ կարևորություն ունի ագրոզբոսաշրջության զարգացումը:

Սույն հետազոտության արդյունքները վկայում են, որ Լոռու և Տավուշի մարզերում նշանակալի է ագրոզբոսաշրջության զարգացման ներուժը: Հաջորդիվ ամփոփ ներկայացնենք բացահայտված հիմնախնդիրների լուծման և ագրոզբոսաշրջության զարգացման հիմնական քայլերը.

1. Մարզերի առկա զբոսաշրջային ռեսուրսների հիման վրա մշակել ագրոզբոսաշրջային արդյունք՝ ագրոզբոսաշրջային տարբեր աշխատանքների կազմակերպմամբ, ներառելով պատմամշակութային, արկածային, սպորտային և այլ բաղադրիչներ, հաշվի առնելով գյուղական համայնքների հնարավորությունները: Ընդ որում, աշխատությունում ներկայացվել են նաև զբոսաշրջային նոր երթուղիների առաջարկներ, որոնք կարող են այլընտրանք լինել ներկայում առկա երթուղիներին: Բացի դրանից, առաջարկվել են մի քանի կլաստերներ, որոնք զբոսաշրջային երթուղիների մշակման ընթացքում կարող են հաշվի առնվել:
2. Անհրաժեշտ է բարելավել ոլորտի օրենսդրական դաշտը և վիճակագրական հաշվառումը: Հարկ է մշակել ՀՀ գյուղական զբոսաշրջության զարգացման համալիր ռազմավարական ծրագիր, ինչպես նաև մարզերում զբոսաշրջության զարգացման առանձին ծրագրեր, որոնք կվերլուծեն մարզերի զբոսաշրջային ռեսուրսները, առկա վիճակը, զարգացման հիմնախնդիրները, ինչն էլ էական հիմք կհանդիսանա հետագա քայլերի մշակման համար: Վիճակագրական հաշվառումը խիստ թերի է, մարզպետարանները չունեն հստակ տվյալներ, թե որքան է կազմել զբոսաշրջիկների թվաքանակը: Անշուշտ, վիճակագրության բարելավումը թույլ կտա հստակորեն փաստագրել ժամանող զբոսաշրջիկների թվաքանակը՝ ըստ տարիքի, սեռի, նախասիրությունների, ինչի հիման վրա ավելի հասցեական կլինեն համապատասխան ռազմավարությունները:
3. Մարզերում հյուրանոցային տնտեսության և հանրային սննդի օբյեկտների թվաքանակը քիչ է: Կարևոր է մասնավոր ներդրումների, ինչպես

նաև տարբեր միջազգային դրամաշնորհների ներգրավումը, ինչի շնորհիվ մարզերում կզարգանան զբոսաշրջային ենթակառուցվածքները: Որոշ երկրներում պետությունը ագրոզբոսաշրջության զարգացմանն աջակցում է սուբսիդավորմամբ, ուստի ՀՀ-ում պետական աջակցությունը, արտոնյալ պայմաններով բնակիչներին վարկերի տրամադրումը կնպաստեն մարզերում հյուրատների, աշխատատեղերի ստեղծմանը, արտագաղթի նվազմանը, գյուղական կյանքի աշխուժացմանը և այլն:

4. Հաջորդ կարևորագույն խնդիրը մարքեթինգի պակասն է: Անհրաժեշտ առաջարկի ու երթուղիների ձևավորումից հետո պետք է այն ապահովել մարքեթինգային տարբեր միջոցառումներով՝ օգտագործելով սոցիալական ցանցերով գովազդը, influencer մարքեթինգը՝ հայտնի մարդկանց ներգրավմամբ և այլն: Անհրաժեշտ է նաև յուրաքանչյուր մարզի համար մշակել զբոսաշրջային բրենդ, ինչը կարտացոլի մարզի հիմնական զբոսաշրջային գրավչությունները և լավագույնս կդիրքավորի մարզը զբոսաշրջային շուկայում: Անհրաժեշտ է նաև ՀՀ զբոսաշրջային պաշտոնական կայքէջում և սոցիալական հարթակներում ըստ մարզերի ներկայացնել ագրոզբոսաշրջային երթուղիներն ու ծառայությունները: Մարքեթինգային ռազմավարության արդյունավետության բարձրացման տեսանկյունից կարևոր է առկա և հավանական զբոսաշրջիկների շրջանում հետազոտությունների իրականացումը, զբոսաշրջային շուկաների հատվածավորումը, ինչը թույլ կտա ընտրել նպատակային շուկաներ և յուրաքանչյուր շուկայի համար կիրառել համապատասխան քայլեր՝ ըստ մարքեթինգ միքսի տարրերի:
5. Մարզերում բավարար չէ զբոսաշրջային տեղեկատվությունը, ուստի կարևոր է զբոսաշրջային տեղեկատվական գրասենյակների թվաքանակի ավելացումը, համապատասխան գրքույկների, քարտեզների պատրաստումը:
6. Զբոսաշրջությունը պետք է նպաստի կայուն զարգացմանը, ուստի կարևոր քայլ է շրջակա միջավայրի պահպանության խնդիրների լուծումը, ինչպես նաև մշակութային արժեքների պահպանումը, դրանց ներառումը զբոսաշրջության ծրագրերի մեջ: Զբոսաշրջության ենթակառուցվածքների ստեղծումը կնպաստի նաև զբաղվածության մեծացմանը, աղքատության և արտագաղթի նվազմանը:
7. Մարզերում ագրոզբոսաշրջության զարգացման խոչընդոտներից է հատկապես գյուղական ճանապարհների ոչ բարվոք վիճակը, բացի դրանից, գյուղերից ոչ բոլորն ունեն մայրաքաղաքի հետ տրանսպորտային երթուղի: Թեև զբոսաշրջիկները հիմնականում այցելում են զբոսաշրջային գործակալությունների տուրերով, սակայն ճանապարհների ոչ բարվոք վիճակը խոչընդոտում է գյուղական զբոսաշրջության զարգաց-

մանը, ինչպես նաև բոլոր համայնքները զբոսաշրջային երթուղիներում ներառելուն:

8. Մարզերում զբոսաշրջության զարգացման խոչընդոտներից է ճանապարհներին տեղեկատվական ցուցանակների բացակայությունը, հետևաբար կարևորվում է դրանց առկայությունը, որոնց միջոցով մարդիկ դյուրին ու արագ կգտնեն ճանապարհը դեպի զբոսաշրջային վայրեր:
9. Զբոսաշրջության զարգացումը, անշուշտ, կնպաստի մարզերում եկամտի ավելացմանը, զբաղվածության մակարդակի բարձրացմանը: Այս առումով, կարևոր է մարզերում տարբեր հետազոտությունների իրականացումը, որը թույլ կտա բացահայտել գյուղական համայնքներում գյուղացիների կողմից զբոսաշրջային առաջարկի ներկայացման հնարավորությունները և առկա հիմնախնդիրները: Մեր հետազոտությունները փաստում են, որ գյուղական համայնքներում շատ են մարդիկ, որոնք պատրաստ են իրենց տանը հյուրընկալել զբոսաշրջիկների, առաջարկել ագրոզբոսաշրջության տարբեր միջոցառումներ, էքսկուրսիաներ դեպի պատմամշակութային վայրեր, սակայն ներդրումների ներգրավման խնդիրներ կան: Անհրաժեշտ են նաև տեղեկատվական և վերապատրաստման դասընթացներ՝ օտար լեզուների, տեղեկատվական տեխնոլոգիաների, հյուրերի սպասարկման, բիզնեսի վարման, զբոսաշրջիկների ընդունման ու սպասարկման և այլ թեմաներով: Դասընթացները կարելի է կազմակերպել մարզպետարանների և կրթական հաստատությունների հետ համագործակցությամբ: Կարևոր է նաև փորձի փոխանակման դասընթացների կազմակերպումը, որոնց դեպքում ոլորտում փորձառություն ունեցող գործարարը, հյուրընկալողը կարող է մյուսներին փոխանցել իր փորձը, խորհուրդներ տալ: Մյուս խնդիրը զբոսաշրջային գործակալությունների հետ համագործակցության պակասն է, որի բարելավման դեպքում զբոսաշրջիկների թվաքանակը տվյալ համայնքում կմեծանա, իսկ հյուրընկալողները կկազմակերպեն զբոսաշրջային միջոցառումներ:
10. Տարբեր երկրների փորձը վկայում է, որ ագրոզբոսաշրջության զարգացման համար էական նշանակություն ունեն ոլորտի հասարակական միավորումները, ասոցիացիաները, ուստի հարկ է ստեղծել ֆերմերների կամ ագրոզբոսաշրջությամբ զբաղվող այլ սուբյեկտների շահերը ներկայացնող ագրոզբոսաշրջային ասոցիացիաներ, միավորումներ, որոնք, ինչպես աշխատանքում դիտարկված երկրներում, կնպաստեն ոլորտի զարգացման ծրագրերի, կրթական և մարքեթինգային գործառնությունների իրականացմանը:

Այսպիսով, վերոնշյալ հիմնախնդիրների լուծումը թույլ կտա առկա ռեսուրսային ներուժի հիման վրա Լոռու և Տավուշի մարզերում զարգացնել ագրոզբոսաշրջությունը և զբոսաշրջության այլ տարատեսակներ:

1. «Զբոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» ՀՀ օրենք, 2003:
2. Էկոտուրիստական ուղեգույց, Էկոտուրիզմի տեղեկատվական կենտրոն, ՀՀ բնապահպանության նախարարություն, Եր., 2018:
3. Թովմասյան Գ., COVID-19 և միջազգային զբոսաշրջության վնասները, <https://asue.am/amberd/publication/analytics/covid-19-and-international-tourism-1>:
4. Թովմասյան Գ., Հայաստանի և Արցախի գաստրոքարտեզը՝ որպես զբոսաշրջային մարքեթինգի բաղադրիչ, <https://asue.am/am/amberd/publication/analytics/gastroenterology-of-armenia-and-artsakh-as-a-component-of-tourism-marketing>:
5. Թովմասյան Գ., ՀՀ ներքին զբոսաշրջության խթանման անհրաժեշտությունը ներկա պայմաններում, <https://asue.am/amberd/publication/analytics/the-need-to-promote-domestic-tourism-in-the-current-conditions-1>:
6. Ինչպիսի՞ հարկային արտոնություններ են գործում Հայաստանում, <https://sme.acba.am/hy/harkayin-artonutyunner>:
7. Լոռու մարզպետարան, ՀՀ Լոռու մարզի նկարագիրը, <http://lori.mtad.am/description/>:
8. Լոռու տուրիզմի զարգացման և հետազոտության կենտրոն, Լոռու մարզում զբոսաշրջության զարգացման հնարավորությունների հետազոտություն, 2019-2020 թթ., <http://lori.mtad.am/files/docs/48550.pdf>:
9. Ծառայություններ, <https://yell extremepark.com/hy/services>
10. Հայաստանում առաջին անգամ անցկացվել է ռաֆտինգ, 2018, <https://www.panorama.am/am/news/2018/05/21/%D4%B4%D5%A5%D5%A2%D5%A5%D5%A4-%D5%BC%D5%A1%D6%86%D5%BF%D5%AB%D5%B6%D5%A3/1952310>:
11. Լոռու մարզում զբոսաշրջության զարգացման հնարավորությունների հետազոտություն, 2019-2020 թթ., <http://lori.mtad.am/files/docs/48550.pdf>:
12. Հայաստանի ազգային ատլաս, Հատոր Ա: Խմբագրական խորհուրդ., Եր., 2007, <https://www.cadastre.am/atlasA>:
13. Հայաստանի Հանրապետության մշտական բնակչության թվաքանակը 2020 թ. ապրիլի 1-ի դրությամբ, https://www.armstat.am/file/article/nasel_01.04.2020.pdf:
14. ՀՀ վիճակագրական կոմիտե, ՀՀ Տավուշի մարզը թվերով, 2019 թ., Եր. 2019, <https://armstat.am/am/?nid=775>:
15. ՀՀ վիճակագրական կոմիտե, ՀՀ Տավուշի մարզը թվերով, 2020 թ., Եր. 2020, <https://armstat.am/am/?nid=812>:
16. ՀՀ վիճակագրական կոմիտե, ՀՀ Լոռու մարզը թվերով 2020 թ., Եր. 2020, <https://armstat.am/am/?nid=421>:
17. ՀՀ Տավուշի մարզի 2017-2025 թ. ռազմավարությունից բխող 2019 թ. գործունեության ծրագրի մոնիտորինգային հաշվետվություն (տարեկան), Իջևան, 2020 թ., <http://tavush.mtad.am/development-plan/>:
18. ՀՀ Լոռու մարզի 2017-2025 թ. զարգացման ռազմավարություն, Լոռի, 2017, <http://lori.mtad.am/files/docs/48161.pdf>:
19. «Հայաստանի Հանրապետությունում սպորտային զբոսաշրջության զարգացման հայեցակարգին, հայեցակարգից բխող 2019-2022 թթ. ծրագրին և ծրագրի կատարումն ապահովող միջոցառումների ցանկին հավանություն տալու մասին» ՀՀ Կառավարության որոշման նախագիծ, <https://www.e-draft.am/projects/963/about>:

20. Հարությունյան Լ., Գյուղական զբոսաշրջություն, ուսումնական ձեռնարկ, Եր. 2015:
21. «Սահմանամերձ համայնքներում իրականացվող գործունեությունը հարկերից ազատելու մասին», ՀՀ օրենքը՝ ընդունված 2014թ., <https://www.arlis.am/documentview.aspx?docID=102100>:
22. ՀՀ Կառավարության 2014 թ. սեպտեմբերի 25-ի N 1059-Ա որոշումը «ՀՀ բնության հատուկ պահպանվող տարածքների ռազմավարությունը, պահպանության և օգտագործման բնագավառում պետական ծրագիրը և միջոցառումները հաստատելու մասին», https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=93166&fbclid=IwAR0f53ZIPVB1H-dD778KWYVPOB9gkHMPWfIzAYrEh_RCKct51pJ4VyeNfio:
23. ՀՀ Լոռու մարզի տարածքում գտնվող բնության հուշարձաններ, «Զիկատար» բնապահպանական կենտրոն» ՊՈԱԿ, Եր., 2012, <http://ori.mtad.am/files/docs/10830.pdf>:
24. ՀՀ Տավուշի մարզի 2017-2025 թթ. զարգացման ռազմավարություն, <http://www.mtad.am/files/docs/1780.pdf>:
25. ՀՀ Տավուշի մարզպետարանի աշխատակազմի գյուղատնտեսության և բնապահպանության վարչություն, Հաշվետվություն գյուղատնտեսության և բնապահպանության վարչության 2017 թ. կատարած աշխատանքների վերաբերյալ, <http://tavush.mtad.am/3/>:
26. ՀՀ Լոռու մարզի պատմաաշխարհագրական և սոցիալ-տնտեսական բնութագիրը, <https://www.armstat.am/file/doc/99517233.pdf>:
27. ՀՀ Տավուշի մարզի զբոսաշրջության զարգացման հայեցակարգ 2019-2024 թթ., Տավուշ-2019, <http://tavush.mtad.am/files/announcements/6448.pdf>:
28. ՀՀ Լոռու մարզպետարան, Լոռու մարզի պատմամշակութային կոթողները, <http://ori.mtad.am/historicalmonuments/>:
29. ՀՀ Լոռու և Տավուշի մարզերի տարածքներում գտնվող բնության հուշարձանների հաստատված ցանկի համալրման, պահպանման գոտիների տարածքների ճշգրտման, հողամասերի սահմանազատման և քարտեզագրման աշխատանքներ, Հաշվետվություն, «Զիկատար» բնապահպանական կենտրոն ՊՈԱԿ, Եր., 2012, http://www.zikatar.am/download/final_report_natural_monuments_2012.pdf:
30. ՀՀ Լոռու մարզի 2019 թ. գործունեության ծրագրի մոնիտորինգ, <http://ori.mtad.am/files/docs/46187.pdf>:
31. ՀՀ Տավուշի մարզի 2019 թ. գործունեության ծրագրի տարեկան մոնիտորինգի հաշվետվություն, <http://tavush.mtad.am/development-plan/>:
32. ՀՀ մարզերը և Երևան քաղաքը թվերով, 2019, https://www.armstat.am/file/article/marzer_2019_22.pdf:
33. ՀՀ սոցիալական վիճակը 2018 թ., https://www.armstat.am/file/article/soc_vich_2018_25.pdf:
34. ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2020 թ. հունվար-հոկտեմբերին, https://www.armstat.am/file/article/sv_10_20a_421.pdf, https://www.armstat.am/file/article/sv_10_20a_422.pdf:
35. ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2020 թ. հունվար-դեկտեմբերին, https://armstat.am/file/article/sv_12_20a_421.pdf:
36. ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2021 թ. հունվարին, https://www.armstat.am/file/article/sv_01_21a_422.pdf:

37. ՀՀ ՎԿ, Հայաստանի ժողովրդագրական ժողովածու, 2020, https://www.armstat.am/file/article/demog_2020_2.pdf:
38. Մայմեյխ ճոպանուղի, <http://vanadzor.am/maymex-chopanuxi/>:
39. ՄԱԶԾ-ի զարգացման ծրագիրը կոծանդակի Տավուշի մարզին, 2015, <http://www.un.am/hy/news/231>:
40. Ոսկանյան Ա., Գյուղական զբոսաշրջություն, ուսումնամեթոդական ձեռնարկ, «Գասպրինտ», Եր., 2015:
41. Վանաձորի «Արմենիա» առողջարան, https://vanadzorarmenia.am/?page_id=2195:
42. Տավուշի մարզի պատմաաշխարհագրական և սոցիալ-տնտեսական բնութագիրը, <https://www.armstat.am/file/doc/99515828.pdf>:
43. Տավուշի մարզի Զբոսաշրջության զարգացման աշխատանքային խմբի հետազոտության արդյունքները ներկայացնող հաշվետվություններ, 2019, <http://tavush.mtad.am/files/announcements/6448.pdf>:
44. Տավուշ: Սոցիալ-մշակութային գործընթացներ (Ավանդույթ և արդիականություն)/ՀՀ ԳԱԱ, Հնագիտության և ազգագրության ինստիտուտ, Եր., 2014:
45. Տավուշ. նյութական և հոգևոր ժառանգություն: Հանրապետական գիտական նստաշրջանի նյութեր, Եր., 2009, <http://tavush.mtad.am/files/announcements/6448.pdf>:
46. Տուրիզմը կհաղթահարի հայաստանյան գյուղերի աղքատությունը, 2016, <https://armeniasputnik.am/armenia/20160907/4830324/turizm-rusastan-mak-gyux.html>:
47. «Агротуризм сегодня», <http://dranik.org/%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%BE%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC-%D1%81%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8F/>.
48. Ахмедиева А., Агротуризм в Казахстане: зачем фермеры учатся принимать отдыхающих?., <https://informburo.kz/stati/agroturizm-v-kazahstane-zachem-fermery-uchatsya-prinimat-otdyhayushchih.html>.
49. Атлас – климат и природные лечебно-оздоровительные ресурсы Армении / Под гл. Ред. Б. Арутюняна. Ереван, 2010.
50. «Власти Северной Осетии поддержат развитие сельского хозяйства и агротуризма в горах», ТАСС. <https://tass.ru/ekonomika/7805057>.
51. Демидова А., Национальный туристический союз: «Агротуризм в России», <https://rusunion.com/agroturizm-v-rossii/>.
52. Ердавлетов С., Алиева Ж., Актымбаева А., «Перспективы развития и пространственной организации агротуризма в алматинской области Республики Казахстан», <http://rrbusiness.ru/journal/article/1237/>.
53. Заричная А.А. Экономика Крыма, 2011, №4(37), с.265-269, https://tourlib.net/statti_tourism/zarichnaya.htm.
54. Казначеева С.Н., Челнокова Е.А., Коровина Е.А. Агротуризм как одно из перспективных направлений индустрии туризма //, Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований, 2017, № 3 (часть 2), с. 248-252, <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=11436>.
55. «Как признание сельского туризма в России поможет развитию этого бизнеса», ТАСС. <https://tass.ru/ekonomika/8691559>.

56. Киселева Е., Маркетинг туристического потенциала региона – эффективные подходы и инструменты маркетинговой политики, https://tourlib.net/statti_tourism/kiselyova2.htm.
57. Нуриахметова А.Ф. Гуманитарные научные исследования, 2013, №2, <http://human.snauka.ru/2013/02/2341>.
58. Уланов, Д. А. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы ; Молодой ученый, 2013, № 6 (53), с. 455-459.
59. Печерица Е.В., Шевченко М.И., Мировой опыт развития агротуризма, 2003, <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovoy-opyt-razvitiya-agroturizma>.
60. Статистика туристического рынка, 2019. <https://www.mitt.ru/Stati/statistika2019>
61. Федеральное агентство по туризму, РФ. <https://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf-2/>.
62. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 24.03.2011 N 373 «Об утверждении Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2011 – 2015 годы». <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/republic02/text490/index.htm>.
63. Государственная программа "Беларусь гостеприимная" на 2016 – 2020 годы (Утверждено Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 23 марта 2016 г. №232 (в редакции постановления Совета Министров Республики Беларусь 31.08.2017 № 665)), <https://elib.bsu.by/handle/123456789/206235>.
64. Дарима Ж., Елеусизова И.С., «Проблемы организации сельского туризма в Республике Казахстан (акмолинская область)», <http://izron.ru/articles/aktualnye-voprosy-selskokhozyaystvennykh-nauk-v-sovremennykh-usloviyakh-razvitiya-strany-sbornik-nau/sektsiya-24-ekologiya-i-agroturizm/problemy-organizatsii-selskogoturizma-v-respublike-kazakhstan-akmolinskaya-oblast/>.
65. Индина М., Кыргызстан – единственная страна в Центральной Азии, организующая агротуры.
66. Мендибаев Н., Развитие сельских территорий Кыргызстана как будущая стратегия, <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-selskih-territoriy-kyrgyzstana-kak-buduschaya-strategiya/viewer>.
67. Министерство Юстиции Кыргызской Республики, «Государственная программа Кыргызской Республики «Развитие туризма в сельской местности до 2010 года»» <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/56211?cl=ru-ru>,
68. Об утверждении Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы. <https://primeminister.kz/assets/media/gp-po-turizmu.pdf>,
69. Программа Правительства Кыргызской Республики развития сферы туризма на 2019-2023 годы.
70. Agriturismo, <http://www.terranostra.it/en/home>,
71. Alexis Annes, Wynne Wright. "Creating a room of one's own": French farm women, agritourism and the pursuit of empowerment. Women's Studies International Forum, Elsevier, 2015, 53, pp.1 – 11. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01564768/document>,
72. Armenian festivals calendar, 2020, <https://www.facebook.com/photo/?fbid=2480123452236431&set=pcb.2476352069280236>,
73. Bakerjian M., Consider an Agriturismo for Your Vacation in Italy, 2019 <https://www.tripsavvy.com/what-is-agriturismo-1547534>,

74. Biasi M., Crivallaro R., Calzavara P., “Italy’s farm stay market – rising demand and trends”, 09 January 2020, <https://www.withersworldwide.com/en-gb/insight/italy-s-farm-stay-market-rising-demand-and-trends>,
75. Chiodo E., Fantini A., Dickes L., Arogundade T., Lamie D., Assing L., Stewart C., Salvatore R., Agritourism in Mountainous Regions—Insights from an International Perspective, 2019, <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjxrc2yj5rqAhVjklKXHUULDDAQFjACegQIBRAB&url=https%3A%2F%2Fwww.mdpi.com%2F20711050%2F11%2F13%2F3715%2Fpdf&usg=AOvVaw2jCFrVNGVB0y7UNpXa0dBE>.
76. Cootamundra-Gundagai Regional Council, CGRC Rural Lands Strategy, AGRICULTURAL TOURISM, Finalised October 2018, <https://www.cgrc.nsw.gov.au/wp-content/uploads/2018/11/CGRC-Agricultural-Tourism-Issues-Paper.pdf>.
77. David, Fred R., Strategic Management: Concepts (13th ed.). Prentice Hall, New Jersey, 2011.
78. Devon County Council, <https://www.devon.gov.uk>
79. EUROGITES – European Federation of Rural Tourism, <https://uia.org/s/or/en/1100001214>,
80. Farm Stay UK, <https://www.farmstay.co.uk/About>
81. Fabio Maria Santucci “Agritourism for Rural Development in Italy, Evolution, Situation and Perspectives”, 2013.
82. https://www.researchgate.net/publication/272758807_Agritourism_for_Rural_Development_in_Italy_Evolution_Situation_and_Perspectives,
83. Food, Agri-Culture and Tourism: Linking Local Gastronomy and Rural Tourism, edited by Katia Laura Sidali, Achim Spiller, Birgit Schulze, https://books.google.am/books?id=JdtmDgUMFTcC&pg=PA165&lpg=PA165&dq=terra+nostra+association+Italy&source=bl&ots=I_pdBpN2bW&sig=ACfU3U0wQrVZjuXW A6MWRmjW07Q05YkbXw&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwibj_vLq67qAhXC0qYKHRqqCDsQ6AEwAXoECAkQAQ#v=onepage&q=terra%20nostra%20association%20Italy&f=false.
84. Florida Agritourism Association, Explore our Florida Adventures, <https://visitfloridafarms.com/>.
85. Georgia Department of Agriculture, Commissioner Gary W. Black, “What is Agritourism?” http://www.agr.georgia.gov/agri-tourism_in_georgia.aspx
86. Gites de France, <http://www.gites-france.info>.
87. Help Exchange , <https://www.helpx.net> .
88. Horlings I., Kanemasu Y., Rural Development and Farm Tourism in Devon(UK), Cardiff, 2010, <https://edepot.wur.nl/175640>.
89. INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS REACH 1.4 BILLION TWO YEARS AHEAD OF FORECASTS, <https://www.unwto.org/global/press-release/2019-01-21/international-tourist-arrivals-reach-14-billion-two-years-ahead-forecasts>.
90. Marketing Your Agritourism Business, <https://extension.psu.edu/marketing-your-agritourism-business>.
91. Practical, profitable, protected. A starter guide to developing sustainable tourism in protected areas, Latvia, 2012, <http://www.eceat.org/images/Practical,%20profitable,%20protected%204%20MB.pdf>
92. Properties inscribed on the World Heritage List, <http://whc.unesco.org/en/statesparties/am>.
93. R&D Centers, <http://www.rtd.am/en/rdcenters>.

94. Sadowski A. , Wojcieszak M. M., Geographic differentiation of agritourism activities in Poland vs. cultural and natural attractiveness of destinations at district level, 2019, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6754142/>.
95. Spanish Associations of Rural Tourism (Asetur), <https://fincaelpicacho.com/spanish-associations-of-rural-tourism-asetur>.
96. Sznajder M., Przeborska L., Scrimgeour F., Agritourism, CAB International 2009, Printed and bound in the UK by the MPG Books Group,
97. Technavio, Global Agritourism Market 2019-2023, London, February 2019, 111 pages https://www.technavio.com/thankyou?report=IRTNTR30793&type=Request%20Free%20Sample&tpl=&src=report&rfs_links=https://samples.technavio.com/samplerreport/s/files/1klrbHJNVIZXVkJaUFVrWIZIRIjzVW51TIJURINVRIF3YVNJPSI=/IjIwMTIcL0ISVE5UUjMwNzkzX0dsb2JhbCBBZ3JpdG91cmIzbSBNYXJrZXQgMjAxOS0yMDIzLVNBTVBMRSI=&utm_source=pressrelease&utm_medium=bw&utm_campaign=t_auto_rfs_week7.
98. Tourism Research Australia, cited in Deloitte Australia, 2018, Fundamentals point to growth for Australia’s tourism industry, <https://www2.deloitte.com/au/en/pages/media-releases/articles/fundamentals-point-growth-australia-tourism-industry-150318.html>
99. UWC Dilijan College, <https://uwcdilijan.org/admissions/scholarships>
100. Westgate report, R. Weidman, “8 Florida Agritainment Activities You’ve Never Heard Of!”, Mar 18 2019 <https://www.westgateresorts.com/blog/8-florida-agritainment-activities-youve-never-heard-of/>
101. **WorldWide Opportunities on Organic Farms**, <https://woof.net>
102. Zorfas A., Leemon D.,, An Emotional Connection Matters More than Customer Satisfaction, <https://hbr.org/2016/08/an-emotional-connection-matters-more-than-customer-satisfaction>
103. <http://www.fnsmr.org>
104. <http://old.minagro.am/>
105. <https://banks.am/am/news/interviews/17088?fbclid=IwAR36VLKQ6D7ipZcCp0ARImI1DHjubdjbbehXwBxffwcOgP2QXfUq6009ojKA>

ԿԱՑՈՒԹՅԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՕԲՅԵԿՏՆԵՐԻ ՔԱՆԱԿԸ ԵՎ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԾԱՎԱԼԸ,
ԸՍՏ ՄԱՐԶԵՐԻ, 2016-2020 ԹԹ.⁹¹

	2016		2017		2018		2019		2020	
	քանակը, միավոր	ծախսը, մլն դրամ	քանակը, միավոր	ծախսը, մլն դրամ	քանակը, միավոր	ծախսը, մլն դրամ	քանակը, միավոր	ծախսը, մլն դրամ	քանակը, միավոր	ծախսը, մլն դրամ
ք. Երևան	302	18577.1	320	22825.3	390	27879.9	410	33772.2	390	8476.7
Արագածոտն	5	26.1	4	60.5	5	106.2	7	87.7	6	54.3
Արարատ	7	30.1	7	46.8	9	72.1	8	80.4	6	64.3
Արմավիր	5	14.5	3	20.4	4	43.1	15	41.7	11	27.3
Գեղարքունիք	8	144.0	9	186.3	11	274.2	39	735.9	31	285.3
Լոռի	21	345.3	15	300.3	19	323.7	30	354.6	26	264.2
Կոտայք	54	1634.6	57	2289.3	65	2977.4	91	3220.0	78	2342.5
Շիրակ	25	233.7	24	309.7	28	400.5	33	576.9	32	271.7
Սյունիք	36	478.8	35	563.1	37	629.4	38	830.5	37	339.2
Վայոց ձոր	19	614.7	19	900.9	19	700.5	24	588.0	20	557.4
Տավուշ	67	862	63	924.5	65	1090.5	74	1506.2	72	1103.1
Ընդամենը ՀՀ	549	22960.9	556	28427.1	652	34497.5	769	41794.1	709	13786.0

⁹¹ Տեղեկությունը տրամադրել է ՀՀ վիճակագրական կոմիտեն: 2020 թ ցուցանիշները նախնական են:

ՀԱՆՐԱՅԻՆ ՄՆԵՂԻ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՕԲՅԵԿՏՆԵՐԻ ՔԱՆԱԿԸ ԵՎ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԾԱՎԱԼԸ 2016-2020 ԹԹ., ԸՍՏ ՀՀ ՄԱՐԶԵՐԻ ԵՎ ԵՐԵՎԱՆ ՔԱՂԱՔԻ⁹²

	2016		2017		2018		2019		2020	
	քանակը, միավոր	ծախյր, մլն դրամ	քանակը, միավոր	ծախյր, մլն դրամ	քանակը, միավոր	ծախյր, մլն դրամ	քանակը, միավոր	ծախյր, մլն դրամ	քանակը, միավոր	ծախյր, մլն դրամ
ք.Երևան	1231	61511.2	1128	70639	1204	99281.9	1662	131108.8	1599	83246.1
Արագածոտն	22	270.1	23	373.2	31	436.5	35	760.6	30	363.6
Արարատ	89	389.9	96	581.3	148	1189.9	132	1458	124	776.6
Արմավիր	23	519.7	25	579.7	24	1094.6	68	1032.9	49	360.8
Գեղարքունիք	17	444.4	15	556.8	20	1056.8	53	917.2	40	779.1
Լոռի	27	638.7	19	928.7	19	840.1	48	695.4	38	280.7
Կոտայք	110	4549.9	98	6322.5	103	7543.8	144	9908.6	134	5238.0
Շիրակ	69	1161.4	72	1446.7	86	2000.4	115	2384.8	92	1259.8
Սյունիք	43	533.3	53	578.6	60	722.3	77	978.3	62	460.4
Վայոց ձոր	43	448.7	44	553.0	45	764.8	47	824.3	38	585.5
Տավուշ	86	959.7	90	1049.1	124	1473.1	134	2394.4	115	1108.5
Ընդամենը ՀՀ	1760	71427	1663	83608.6	1864	116404.2	2515	152463.3	2321	94459.1

⁹² Տեղեկությունը տրամադրել է ՀՀ վիճակագրական կոմիտեն: 2020 թ ցուցանիշները նախնական են:

Հավելված 3

ԶԲՈՍԱՇՐՋԱՅԻՆ ԳՈՐԾԱԿԱԼՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ, ԶԲՈՍԱՇՐՋԱՅԻՆ ՕՊԵՐԱՏՈՐՆԵՐԻ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅՈՒՆ, ՏԵՂԵՐԻ ԱՄՐԱԳՐՈՒՄ ԵՎ ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏԻ ԱՅԼ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԻՐԱԿԱՆԱՑՆՈՂ ՏՆՏԵՍԱՎԱՐՈՂՆԵՐԻ ՔԱՆԱԿԸ ԵՎ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԾԱՎԱԼԸ 2017-2020 ԹԹ., ԸՍՏ ՀՀ ՄԱՐԶԵՐԻ ԵՎ ԵՐԵՎԱՆ ՔԱՂԱՔԻ⁹³

	2017		2018		2019		2020	
	քանակը, միավոր	ծախսը, մլն դրամ	քանակը, միավոր	ծախսը, մլն դրամ	քանակը, միավոր	ծախսը, մլն դրամ	քանակը, միավոր	ծախսը, մլն դրամ
ը. Երևան	548	22361.2	570	27935.9	662	35543.2	588	5110.6
Արագածոտն	4	8.6	5	12.8	7	18.9	5	9.3
Արարատ	18	214.9	23	310	19	143.2	14	40.1
Արմավիր	15	55.2	10	20.5	14	21.8	12	3.5
Գեղարքունիք	9	99.6	7	86.4	8	64.3	7	6.7
Լոռի	17	78.5	14	69.4	16	76.9	12	2.8
Կոտայք	23	316.3	23	116.3	26	124.5	23	31.5
Շիրակ	22	121.7	10	71.3	18	101	15	7.4
Սյունիք	4	4.5	3	5.7	6	5.2	5	2.2
Վայոց ձոր	4	13.7	4	11.8	5	10.8	4	5.4
Տավուշ	8	217.6	8	237.4	7	186	6	22
Ընդամենը ՀՀ	672	23491.8	677	28877.5	788	36295.8	691	5241.5

⁹³ Տեղեկությունը տրամադրել է ՀՀ վիճակագրական կոմիտեն: 2020 թ. ցուցանիշները նախնական են:

ՀԱՐՑԱԹԵՐԹԻԿ

**ԳՅՈՒՂԱԿԱՆ ԶԲՈՍԱՆԵՐՋՈՒԹՅԱՆ ՊԱՀԱՆՋԱՐԿԻ ԵՎ ԱՆՀՐԱԺԵՆՏ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐԻ
ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ**

Ներքին գրասաշրջիկների համար

1. Նշեք Ձեր բնակավայրը (մարզ, քաղաք, գյուղ) -----
2. Ձեր տարիքը.
 - Մինչև 18 տարեկան
 - 19-30 տարեկան
 - 31-45 տարեկան
 - 46-64 տարեկան
 - 65 և բարձր
3. Սեռը.
 - Արական
 - Իգական
4. Կրթությունը.
 - Միջնակարգ
 - Միջին մասնագիտական
 - Թերի բարձրագույն
 - Բարձրագույն
5. Զբաղմունքը.
 - Դպրոցական
 - Ուսանող
 - Աշխատող
 - Թոշակառու
 - Գործազուրկ
 - Ինքնազբաղված
 - Այլ -----
6. Եկամուտների մակարդակն ամսվա կտրվածքով.
 - Մինչև 100000 ՀՀ դրամ
 - 100.001-200.000 ՀՀ դրամ
 - 200.001- 300.000 ՀՀ դրամ
 - 300.001 -400.000 ՀՀ դրամ
 - 400.001 ՀՀ դրամ և ավելի
7. Ընտանեկան դրությունը.
 - Չամուսնացած
 - Ամուսնացած
 - Այլ-----

8. Եթե երեխաներ ունեք՝ նշեք քանիսն են:
 - չունեն
 - 1 երեխա
 - 2 երեխա
 - 3 երեխա
 - Այլ _____
9. Ինչպիսի՞ հաճախականությամբ եք մեկնում հանգստի:
 - Տարեկան 1 անգամ
 - Տարեկան 2 անգամ
 - Տարեկան 2 անգամից ավելի
 - 2 տարին 1 անգամ
 - Այլ _____
10. Ե՞րբ եք գերադասում հանգստի մեկնել:
 - Գարնանը
 - Ամռանը
 - Աշնանը: Ձմռանը
11. Որտե՞ղ եք գերադասում հանգստանալ:
 - Հայաստանում
 - Արցախում
 - Այլ երկրներում _____
12. Որտե՞ղ եք գերադասում բնակվել հանգստի շրջանում (նշել մինչև 3 տարբերակ):
 - Հյուրանոց
 - Հոստել
 - Հանգստի տուն
 - Առողջարան
 - Հյուրատուն
 - Ճամբար
 - Բնակելի տուն
 - Վրանային ավան
 - Այլ _____
13. Հանգստի ի՞նչ ձև եք գերադասում (նշել մինչև 3 տարբերակ):
 - Այցելություն պատմական վայրեր
 - Այցելություն եկեղեցիներ, մատուռներ և այլ սրբավայրեր
 - Սպորտային հանգիստ
 - Այցելություն բնական արգելավայրեր ու արգելոցներ
 - Հանգիստ գյուղական բնակավայրում
 - Հանգիստ բնության գրկում
 - Ծովափնյա հանգիստ
 - Արկածային հանգիստ
 - Մասնակցություն ազգագրական տոների և փառատոների
 - Այլ _____
14. Մինչև այժմ Հայաստանի գյուղական բնակավայրերում գտնվող հյուրանոցային տնտեսության օրյեկտներում հանգստացե՞լ եք, եթե այո, ապա որտեղ:
 - Այո
 - Ոչ
 - _____

15. Ձեզ հաճելի՞ է գյուղական հանգիստը:
- Այո
 - Ոչ
 - Դժվարանում եմ պատասխանել:
16. Եթե այո, ապա ինչն է Ձեզ հրապուրում (նշել մինչև 5 տարբերակ):
- Գեղատեսիլ բնությունը
 - Գյուղական անդրրը
 - Բնական սնունդը
 - Մաքուր օդն ու ջուրը
 - Գյուղատնտեսական աշխատանքներին մասնակցելը
 - Եկեղեցական և ազգագրական արարողությունները
 - Դաշտային զբոսանքները, լեռնագնացությունը
 - Վայրի պտուղներ ու բանջարեղեն հավաքելը
 - Այլ _____
17. Գյուղական հանգստի համար ինչպիսի՞ պայմաններ եք նախընտրում: (նշել մինչև 5 տարբերակ)
- Հարմարավետ և մաքուր կացարան
 - Բջջային կապի և համացանցի հասանելիություն
 - Գյուղատնտեսական աշխատանքներին մասնակցելու հնարավորություն
 - Գյուղատնտեսական կենդանիների հետ շփվելու և խնամելու հնարավորություն
 - Պատմաճարտարապետական և բնական հուշարձաններ այցելելու հնարավորություն
 - Ազգագրական ծեսերին և տոնակատարություններին մասնակցելու հնարավորություն
 - Տնային պայմաններում ազգային ճաշատեսակներ պատրաստելու հնարավորություն
 - Ձկնորսությամբ զբաղվելու հնարավորություն
 - Այլ _____
18. Հետևյալ միջոցառումներից որո՞նց կցանկանայիք մասնակցել ազդոտուրերի ընթացքում (նշել մինչև 10 տարբերակ):
- Զբոսանք ձիով
 - Զբոսանք տրակտորով
 - Զբոսանք սահնակով
 - Զբոսանք կառքով
 - Զբոսանք ձյունագնացով
 - Տարբեր մրգերի բերքահավաք
 - Մսկի, հատապտղի, բանջարի հավաքում
 - Հողագործական աշխատանքներ
 - Ծառատունկ
 - Պտղի, խաղողի հավաքում և գինու պատրաստում
 - Մեղվաբուծություն
 - Որսորդություն
 - Ձկնորսություն
 - Ձեռագործ, գորգագործություն
 - Արհեստագործություն, օրինակ՝ բրուտագործություն, դարբնի գործ և այլ
 - Բուժիչ բույսերի հավաքում և բուսական դեղամիջոցների պատրաստում
 - Դաշտային ծաղիկների հավաքում
 - Հուշանվերների պատրաստում
 - Խոտհունձ
 - Անասնաբուծություն
 - Կովի, ոչխարի կթում

- Ոչխարի խուզում
- Լավաշի և հացի թխում
- Պանրի պատրաստում
- Ազգային կերակրատեսակների պատրաստում
- Դասընթացներ գյուղացիական տնտեսություն վարելու մասին
- Այլ (նշել) _____

19. Որտե՞ղ կնախընտրեք մասնակցել ագրոտուրերի:

- ՀՀ
- Արցախ
- Այլ երկրներ _____

20. Ո՞ւմ հետ կնախընտրեք մասնակցել ագրոտուրերի:

- Միայնակ
- Ընտանիքիս հետ
- Ընկերներիս հետ
- Այլ _____

21. Քանի՞ օր կնախընտրեք հանգստանալ գյուղական բնակավայրում:

- Մինչև 7 օր
- 7-14 օր
- 15-22 օր
- 23-30 օր
- Այլ _____

22. Գյուղական հանգստի դեպքում ընտանիքի 1 անդամի հաշվով օրական որքա՞ն ծախսն է Ձեզ համար ընդունելի:

- Մինչև 2000 ՀՀ դրամ
- 2001-3000 ՀՀ դրամ
- 3001-4000 ՀՀ դրամ
- 4001 ՀՀ դրամ և ավելի
- Այլ _____

23. Ի՞նչ առաջարկություններ և դիտարկումներ ունեք ՀՀ-ում ագրոտուրիզմի կազմակերպման և զարգացման վերաբերյալ:

Հարցում միջազգային գրոսաշրջիկների համար

1. Your nationality and place of residence-----

2. Age

- Under 18 years old
- 19-30 years old
- 31-45 years old
- 46-64 years old
- 65 and high

3. Gender

- Male
- female

4. Education:

- Secondary:
- vocational
- Incomplete higher
- Higher

5. Your occupation

- pupil
- Student
- Employee
- Retired
- Unemployed
- Self-employed
- Other _____

6. Your monthly income

- Up to \$ 500
- \$ 501-\$ 1000
- \$ 1001- \$ 1,500
- \$ 1501-2000
- \$ 2001 and more
- I have no income
- Other _____

7. Family status

- Unmarried
- Married
- Other _____

8. How many children do you have?
 - I do not have children
 - 1 child
 - 2 children
 - 3 children
 - Other _____

9. How often do you go on vacation?
 - Once a year
 - Twice a year
 - More than 2 twice a year
 - Once in 2 years
 - Other _____

10. What is your favorite time of year to take a vacation?
 - spring
 - summer
 - autumn
 - winter

11. Where do you prefer to live during your holidays (mention up to 3 options)
 - Hotel
 - hostel
 - Holiday home
 - Resort
 - Guest house
 - Camp
 - Residential house
 - tent settlement
 - Other _____

12. What kind of holidays do you prefer (mention up to 5 options)
 - Visiting historical sites
 - Visiting churches, chapels and other sanctuaries
 - Sports rest
 - Visiting natural reserves and reserves
 - rest in a quiet rural area
 - Rest in the nature
 - Beach vacation
 - Adventure rest
 - Participation in ethnographic holidays and festivals
 - Other _____

13. Do you like rural vacations (rest in rural area)?
 - Yes
 - No
 - It is difficult to answer

14. If yes, what admires you in rural vacation (mention up to 5 options)
- Beautiful nature
 - Rural peace
 - Natural food
 - Clean air and water
 - Participation in agricultural activities
 - Church and ethnographic ceremonies
 - Field walks, mountaineering
 - Collecting wild fruits and vegetables
 - Other _____
15. What conditions do you prefer for rural rest (mention up to 5 options)
- Comfortable and clean accommodation
 - Mobile and Internet access
 - Ease of communicating with local people in a foreign language
 - Opportunity to participate in agricultural activities
 - Opportunity to care for farm animals
 - Opportunity to visit historical, architectural and natural monuments
 - Opportunity to participate in ethnographic rituals and celebrations
 - Opportunity to make national dishes at home
 - Opportunity to do fishing
 - Other _____
16. Have you ever been to Armenia?
- Yes
 - no
17. What type of tourism would you prefer if you visit Armenia?
- Historical and cultural
 - Adventure
 - Spa- Resort
 - Agritourism
 - Ecotourism
 - Educational tourism
 - other
18. Would you like to relax in Armenian rural areas?
- Yes
 - No
 - It is difficult to answer
19. How many days would you prefer to spend your vacation in a rural area?
- Up to 7 days
 - 7-14 days
 - 15-22 days
 - 23-30 days
 - Other _____

20. Which of the following actions would you like to take part in during the Armenian agritours (mention up to 10 options)?
- horseback riding
 - Tractor ride,
 - sleigh ride,
 - carriage ride
 - snowmobile ride
 - Harvesting different fruits
 - Collection of mushrooms, berries, vegetables
 - Agricultural works
 - Tree planting
 - fruit, grape picking and wine making
 - Beekeeping
 - Hunting
 - Fishing
 - embroidery, carpet weaving
 - Craftsmanship, for example, pottery, blacksmithing, etc.
 - Collecting medicinal plants and making herbal medicines
 - Collecting field flower
 - Making souvenirs
 - Grass haying
 - Livestock activities
 - Cow and sheep milking
 - Sheep shearing
 - Baking lavash and bread
 - Cheese making
 - Preparation of various national dishes
 - Training on farming
 - other
21. With whom would you prefer to participate in agritours?
- Alone
 - With my family
 - With my friends
 - Other _____
22. How much money would you pay for each person daily in case of a rural vacation in Armenia? (B&B)
- Up to \$ 10
 - \$ 11-\$ 20
 - \$ 21-\$ 30
 - \$ 31-\$ 40
 - other _____
23. What suggestions do you have regarding the organization and development of agritourism in Armenia?-----

ՀԱՐՑԱԹԵՐԹԻԿ

ԱԳՐՈՋՐՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԳՅՈՒՂԱԿԱՆ ՀԱՄԱՅՆՔՆԵՐԻ ՂԵԿԱՎԱՐՆԵՐԻ ՏԵՍԱՆԿՅՈՒՆԻՑ

Ինդրում ենք նշել Ձեր
Անունը և ազգանունը _____
Էլեկտրոնային հասցեն _____
Հեռախոսը _____
Գյուղի անվանումը և վայրը _____
Գյուղի տարիքը կամ հիմնադրման տարեթիվը _____

1. Կա՞ն արդյոք Ձեր գյուղում հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներ (հյուրանոցներ, հյուրատներ, հոստելներ և այլն):
 - Այո
 - Ոչ
 - Դժվարանում եմ պատասխանել:
2. Կա՞ն արդյոք Ձեր գյուղում հանրային սննդի կետեր (ռեստորան, սրճարան, բար, և այլն):
 - Այո
 - Ոչ
 - Դժվարանում եմ պատասխանել:
3. Արդյո՞ք Ձեր գյուղն ունի ամենօրյա ռեժիմով մայրաքաղաք Երևանի հետ կապող հասարակական տրանսպորտ:
 - Այո
 - Ոչ
 - Նախկինում ունեցել է, հիմա՝ ոչ
 - Շուտով կունենա
4. Արդյո՞ք Ձեր գյուղն ընդունում է ներքին զբոսաշրջիկների ՀՀ տարբեր վայրերից:
 - Այո
 - Ոչ
 - Դժվարանում եմ պատասխանել:
5. Արդյո՞ք Ձեր գյուղն ընդունում է միջազգային զբոսաշրջիկների:
 - Այո
 - Ոչ
 - Դժվարանում եմ պատասխանել:
6. Ինչպիսի՞ն է Ձեր գյուղում ճանապարհային ենթակառուցվածքների վիճակը:
 - Շատ լավ
 - Լավ
 - Միջին
 - Բավարար
 - Վատ

7. Կա՞ն արդյոք Ձեր գյուղում մարդիկ, որոնք կարող են զբոսաշրջիկներ ընդունել իրենց տանը՝ գիշերակաց և սնունդ տրամադրելով (եթե այո, խնդրում ենք «Այլ» պատասխանի դաշտում նշել տվյալները):
- Այո
 - Ոչ
 - Այլ _____
8. Ձեր գյուղում ի՞նչ պատմամշակութային, բնական, առողջարանային և այլ զբոսաշրջային ռեսուրսներ կան:

-
9. Ագրոտուրիզմի կազմակերպման համար ի՞նչ ծառայություններ կարող են մատուցվել Ձեր գյուղում:
- Ջրոսանք ձիով
 - Ջրոսանք տրակտորով
 - Ջրոսանք սահնակով
 - Ջրոսանք կառքով
 - Ջրոսանք սայլով
 - Ջրոսանք ձյունագնացով
 - Տարբեր մրգերի բերքահավաք
 - Մսկի, հատապտղի, բանջարի հավաքում
 - Հողագործական աշխատանքներ
 - Ծառատունկ
 - Խաղողի հավաքում և գինու պատրաստում
 - Մեղվաբուծություն
 - Որսորդություն
 - Ձկնորսություն
 - Ձեռագործ, գորգագործություն
 - Արհեստագործություն, օրինակ՝ բրուտագործություն, դարբնի գործ և այլն,
 - Բուժիչ բույսերի հավաքում և բուսական դեղամիջոցների պատրաստում
 - Դաշտային ծաղիկների հավաքում
 - Հուշանվերների պատրաստում
 - Խոտհունձ
 - Անասնաբուծություն
 - Կովի, ոչխարի կթում
 - Ոչխարի խուզում
 - Լավաշի և հացի թխում
 - Պանրի պատրաստում
 - Ազգային կերակրատեսակների պատրաստում
 - Դասընթացներ գյուղացիական տնտեսություն վարելու մասին
 - Այլ (նշել) _____

10. Ի՞նչ հիմնախնդիրներ կան Ձեր գյուղում, որոնք խոչընդոտում են ագրոզբոսաշրջության և առհասարակ զբոսաշրջության զարգացմանը և ի՞նչ քայլեր պետք է արվեն այդ ուղղությամբ:

ՀԱՐՑԱԹԵՐԹԻԿ

ԱԳՐՈՋԲՈՍԱՇԵՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ՀՅՈՒՐԸՆԿԱԼՈՂ ՆԵՐԻ ՏԵՍԱՆԿՅՈՒՆԻՑ

Խնդրում ենք նշել Ձեր
Անունը և ազգանունը _____
Բնակության հասցեն _____
Էլեկտրոնային հասցեն _____
Հեռախոսը _____

1. Տարիքը.
 - Մինչև 18 տարեկան
 - 19-30 տարեկան
 - 31-45 տարեկան
 - 46-64 տարեկան
 - 65 տարեկանից բարձր
2. Մեռը.
 - Արական
 - Իգական
3. Ձեր կարծիքով՝ ի՞նչ է ազդու ազդակը:
 - Հանգիստ գյուղական միջավայրում
 - Ներգրավվածություն գյուղատնտեսական աշխատանքներում
 - Հանգիստ բնության գրկում
 - Արկածային սպորտաձևերի իրականացում
 - Այցելություն պատմամշակութային վայրեր
 - Այլ _____
4. Ունե՞ք արդյոք Ձեր տանը կամ հյուրատանը հյուրեր (զբոսաշրջիկներ) ընդունելու հնարավորություն, եթե այո, ապա «Այլ» պատասխանի դաշտում նշեք, թե առավելագույնը քանի հոգու կարող եք ընդունել:
 - Այո
 - Ոչ
 - Դժվարանում եմ պատասխանել:
 - _____
5. Պատրա՞ստ եք արդյոք ծառայություններ մատուցել զբոսաշրջիկներին, եթե այո, ապա ինչպիսի՞ (կարող եք նշել մինչև 10 տարբերակ):
 - Զբոսանք ձիով
 - Զբոսանք տրակտորով
 - Զբոսանք սահնակով
 - Զբոսանք կառքով
 - Զբոսանք սայլով
 - Զբոսանք ձյունագնացով

- Տարբեր մրգերի բերքահավաք
 - Մսկի, հատապտղի, բանջարի հավաքում
 - Հողագործական աշխատանքներ
 - Ծառատունկ
 - Պտղի, խաղողի հավաքում և գինու պատրաստում
 - Մեղվաբուծություն
 - Որսորդություն
 - Ձկնորսություն
 - Ձեռագործ, գորգագործություն
 - Արհեստագործություն, օրինակ՝ բրուտագործություն, դարբնի գործ և այլն
 - Բուժիչ բույսերի հավաքում և բուսական դեղամիջոցների պատրաստում
 - Դաշտային ծաղիկների հավաքում
 - Հուշանվերների պատրաստում
 - Խոտհունձ
 - Անասնաբուծություն
 - Կովի, ոչխարի կլթում
 - Ոչխարի խուզում
 - Լավաշի և հացի թխում
 - Պանրի պատրաստում
 - Ազգային կերակրատեսակների պատրաստում
 - Դասընթացներ գյուղացիական տնտեսություն վարելու մասին
 - Այլ (նշել)
-

6. Արդյո՞ք Ձեր գյուղում կան լավ վիճակում գտնվող չբնակեցված տներ: Կարո՞ղ եք պայմանավորվել տանտիրոջ հետ վարձակալելու և զբոսաշրջիկներին տրամադրելու հարցում (*գրեք հակիրճ ու փաստարկված*): *Օրինակ՝ 1.Սևակ Թորոսյանը ունի 5 սենյականոց տուն, բոլոր հարմարություններով, համաձայն է փոստ վարձակալության՝ ամսական --- դրամով, 2-րդ, 3-րդ և այլն.*

7. Դուք պատրա՞ստ եք արդյոք համագործակցել զբոսաշրջային կազմակերպությունների հետ, որ իրենց տուրերի ընթացքում զբոսաշրջիկներ բերեն կամ Ձեր տան հասցեն տրամադրեն զբոսաշրջիկներին:

- Այո
- Ոչ
- Դժվարանում եմ պատասխանել:

8. Ե՞րբ և ի՞նչ ժամկետով կարող եք զբոսաշրջիկներ ընդունել:

- Մեկ օրով
- Մեկ շաբաթով

- Հանգստյան օրերին (2-3 օր)
- Մեկ ամիս
- Տոնական օրերին
- Միշտ կարող եմ:
- Ամռանը
- Ձմռանը
- Գարնանը
- Աշնանը
- Այլ _____

9. Ինչպիսի՞ ընտանեկան կազմ ունեցող զբոսաշրջիկների կարող եք ընդունել:

- Երիտասարդ
- Մեկ երեխայի հետ
- Երկու երեխայի հետ
- Բազմազավակ ընտանիք (3 և ավելի երեխաների հետ)
- 2 ընտանիք
- Տարբերություն չկա, բոլորին կարող ենք ընդունել
- Այլ _____

10. Ազգային ճաշատեսակներից ի՞նչ կարող եք առաջարկել զբոսաշրջիկներին:

11. Ձեր տարածքում հետաքրքիր ինչպիսի՞ զբոսաշրջային երթուղիներ կառաջարկեք զբոսաշրջիկներին (պատմամշակութային, բնական հուշարձաններ, հանքային աղբյուրներ, արկածային սպորտ, քարանձավներ, լեռնագնացություն և այլն):

12. Ձեր կարծիքով՝ ի՞նչ խոչընդոտներ կան, որոնք Ձեզ կամ մյուսներին խանգարում են Ձեր համայնքում զարգացնել գյուղական զբոսաշրջությունը:

- Լեզվական խոչընդոտներ (օտար լեզուների չիմացություն)
- Ֆինանսական խնդիրներ
- Ճանապարհների ոչ բարվոք վիճակ
- Վերապատրաստման անհրաժեշտություն (քիզնեսի վարում, հյուրերի սպասարկում, ագրոտուրերի կազմակերպում և այլն)
- Գովազդի նպատակով համացանցի և սոցիալական էջերի սակավ կիրառում (կամ դրա բացակայություն)
- Մարքեթինգի և առաջնման գործողությունների հետ կապված խնդիրներ
- Այլ _____

13. Ձեր կարծիքով՝ որքա՞ն վճար կպահանջվի 1 անձի հաշվով օրական հանգստի համար (գիշերակաց և նախաճաշ, իսկ «Այլ» պատասխանի դաշտում կարող եք նշել նաև այլ գին, որը կներառի այլ ծառայություններ ևս, որոնք պատրաստ եք մատուցել զբոսաշրջիկներին):

- Մինչև 2000 ՀՀ դրամ
- 2001-3000 ՀՀ դրամ
- 3001-4000 ՀՀ դրամ
- 4001 ՀՀ դրամից ավելի
- Այլ

14. Ի՞նչ կտա Ձեզ ագրոտուրիզմի զարգացումը:

15. Ի՞նչ առաջարկություններ ունեք Ձեր համայնքում, մարզում, տարածաշրջանում գյուղական զբոսաշրջության զարգացման համար:

Руководитель исследовательской группы

САМВЕЛ АВETИСЯН

Доктор экономических наук, профессор
старший эксперт исследовательского центра
«АМБЕРД» АГЭУ

Состав исследовательской группы

ГАЯНЕ ТОВМАСЯН

Кандидат экономических наук,
старший исследователь исследовательского
центра «АМБЕРД» АГЭУ

ЛУСЯ МИРИДЖАНЫ

Магистрант по специальности
«Управление проектами» АГЭУ

КРИСТИНЕ ТАТОСЯН

Магистрант по специальности
«Деловое администрирование» АГЭУ

ИНГА ГАЛУСТЯН

Магистрант по специальности
«Государственное управление» АГЭУ

АРГИНЕ РУШАНЯН

Магистрант по специальности
«Управление проектами» АГЭУ

**ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ РАЗВИТИЯ
АГРОТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РА
(НА ПРИМЕРЕ ЛОРИЙСКОЙ И ТАВУШСКОЙ ОБЛАСТЕЙ)**

DOI: 10.52174/978-9939-61-219-5

Корни большинства нынешнего городского населения находятся в деревнях, поэтому возникает естественное желание иногда вырваться из напряженной и искрящейся атмосферы города, шума и гнетущего вида верхних этажей, посетить деревни с красивой природой, чтобы насладиться сельским спокойствием и натуральной едой. С этой целью был инициирован процесс развития сельского или агротуризма, имеющего важное эстетическое, познавательное, социальное и экономическое значение.

В настоящее время нет общего определения сельского туризма, но в профессиональной литературе принято, что сельский туризм (агротуризм) – это путешествие граждан из места постоянного проживания в сельскую местность, где они временно поселяются в отелях, гостевых домах и в домах сельских жителей⁹⁴.

⁹⁴ Уланов, Д. А. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы; Молодой ученый. 2013. № 6 (53), с. 455–459.

В Армении есть благоприятные условия для развития туризма: гористая местность, красивая природа, чистый воздух, исторические и культурные памятники, национальная кухня, традиции гостеприимства, курортные ресурсы и т. д. Однако потенциал для развития агротуризма все еще используется недостаточно. Агротуризм, с другой стороны, важен для устойчивого развития сельских районов и увеличения альтернативной занятости и доходов сельского населения. Развитие агротуризма также является стимулом для социального развития села, регулирования оттока сельского населения, повышения образовательного и культурного уровня.

Целью исследования является разработка стратегических шагов для устойчивого развития агротуризма на основе анализа существующих проблем и потенциала развития Лори-Тавушских областей Республики Армения.

Для достижения этой цели были поставлены следующие вопросы:

1. изучить сущность агротуризма, международный опыт развития, раскрыть возможности его реализации в регионах Республики Армения;
2. изучить общую социально-экономическую ситуацию в Лорийской и Тавушской областях Республики Армения, оценить возможности и проблемы для развития агротуризма.
3. определить основные туристические кластеры в Лорийской и Тавушской областях Республики Армения, разработать эффективный маркетинговый инструментарий;
4. выявить возможные последствия развития агротуризма для улучшения качества жизни населения Лорийской и Тавушской областей Республики Армения;
5. разработать более привлекательные туристические программы, сочетая агротуризм с другими видами туризма - экологическим, историческим, культурным, приключенческим, гастрономическим, фестивальным и т. д.
6. разработать практические предложения по устойчивому развитию агротуризма в Лорийской и Тавушской областях Республики Армения.

Лорийская и Тавушская области РА с их красивой природой, лесными горами и глубокими каньонами, здоровым воздухом и лечебными водами, историческими и архитектурными памятниками, традиционным бытом и этническим разнообразием населения представляют особый интерес для развития культурного, религиозного, санаторно-курортного, городского, агро, эко, спортивно-экстремального, фестивального, гастрономического туризма. Развитие агротуризма имеет особое значение для оживления жизни в сельской местности, развития прибыльного предпринимательства с относительно небольшими инвестициями и более полного использования туристических ресурсов регионов.

В первой главе исследования «Сущность агротуризма и опыт международного развития» была сделана попытка дать определение «агротуризма» посредством анализа правового поля и академической литературы, относящейся к этой сфере, чтобы определить наиболее приемлемые термины «сельский туризм» и «агротуризм» за счет сочетания различных толкований. Таким образом, согласно определению Европейской комиссии: «Сельский туризм - это деятельность граждан, путешествующих на срок до одного года подряд для отдыха, работы и других целей (основной целью

поездки является неоплачиваемая работа по месту прибытия)»⁹⁵. Сельский туризм состоит из нескольких видов отдыха: агротуризм, общинный экотуризм, этнотуризм, спортивный туризм, гастрономический туризм, прямое гостеприимство в сельской местности⁹⁶.

Сельский туризм включает в себя участие туриста в ряде сельскохозяйственных мероприятий, в частности, урожае травы, уходе за животными, пчеловодстве, ковроткачестве, ремеслах, сборе урожая, виноделии, приготовлении национальных блюд, выпечки хлеба, изготовлении сыра, охоты, рыбалки, верховой езды, посещении в исторические и культурные места и др.

Сельский туризм может сыграть важную роль в развитии сельских сообществ, обеспечении занятости, сокращении эмиграции, развитии инфраструктуры, сохранении окружающей среды и исторических и культурных ценностей в случае его эффективной организации с точки зрения экономических, экологических, культурных и бытовых условий.

Проанализирован международный опыт организации агротуристических услуг на современном уровне. Для Республики Армения особенно важен опыт туристических ассоциаций, которые поддерживают стартапы путем публикации руководств, организация обучения персонала.

Во второй главе исследования «Анализ текущего состояния и возможностей развития агротуризма в Лорийской и Тавушской областях Республики Армения» представлена экономическая ситуация в указанных марзах и основные туристические ресурсы. ЗАО «Научно-исследовательский институт курортной и физической медицины» Министерства здравоохранения Республики Армения проанализировало 10 курортных зон в Армении, 3 из которых расположены в вышеупомянутых регионах.

Дилижанский национальный парк находится в Тавушской области, а также 8 из 27 государственных памятников Республики, множество исторических и природных памятников. В 2018 году количество экотуристов на особо охраняемых территориях составило 412792 человека, около 90% из которых - гости Севана и Дилижана. В 2019 году это число достигло 439616 человек, а полученный доход составил около 23,9 млрд драмов.

В Лорийской и Тавушской областях созданы благоприятные условия для развития спортивного и приключенческого туризма. В частности, дорога от района Дилижанского озера Парз до дороги в Гошаванк подходит для треккинга, в селе Енокаван зиплайн «Йелл Экстрим Парк» - для экстремальных видов спорта, а в общине Туманян Лорийской области созданы хорошие условия для рафтинга по реке Дебед.

Ванадзор может стать прекрасным местом для спортивного туризма, чему будет способствовать создание канадской компанией туристско-лыжного комплекса на северных склонах хребта Памбак, который будет включать канатную дорогу с креслами и необходимой инфраструктурой (отели, рестораны, автостоянки и т.д.). Высота горы Маймех составляет 3081 м. Канатная дорога Маймех состоит из 4 полос, известных своими крутыми спусками, которые подходят для экстремального катания на лыжах. Общая стоимость проекта составляет около 4,7 млрд драмов.

⁹⁵ Voskanyan A, Rural tourism, teaching-methodical manual, Gasprint, Yerevan, 2015, p. 8.

⁹⁶ In the same place, p. 9.

Альпинистские туры могут быть организованы в Лорийской области: горы Лалвар, Дзитаниц, Ачкасар, Базумтар, Теж, Вулкан. Также могут быть организованы пешие и велосипедные туры.

Эти регионы богаты вкусными древними армянскими традиционными блюдами, на основе которых могут быть организованы гастрономические туры.

Образовательный туризм также может быть развит в Тавуше благодаря открытому в октябре 2014 года в Дилижане колледжу UWC Dilijan College, который является первой международной школой на постсоветском пространстве образовательной сети United Colleges of the World (UWC).

В последние годы в Лорийской и Тавушской областях был организован ряд фестивалей, способствующих развитию фестивального туризма. Однако особенно большой потенциал для развития имеет агротуризм. Более того, другие виды туризма и их ресурсный потенциал будут способствовать развитию агротуризма.

Основными результатами, ожидаемыми от развития агротуризма, являются:

- социально-психологический (приобретение новых навыков, опыта, обучение иностранному языку, овладение предпринимательскими навыками, оживление сельской жизни, возможность новых знакомств и установления связей, расширение мировоззрения, приобретение новых знаний, сохранение сельских традиций и культуры, восстановление здоровья за счет натуральной пищи, свежего воздуха и т. д.),
- экономические (обеспечение занятости в сельской местности, снижение уровня безработицы, потребление сельскохозяйственной продукции, развитие сельских ремесел, расширение гостиничных объектов, обеспечение дополнительного дохода, развитие сельского хозяйства, активизация социально-экономической жизни и т. д.),
- пространственные и экологические (охрана природы, развитие систем водоснабжения, канализации, дорог, общественного транспорта, развлекательных заведений и другой местной инфраструктуры, обеспечение эстетической ценности сельских домов, улиц и других общественных мест, использование старых, снесенных зданий, которые могут способствовать сохранению сельского культурного наследия, предотвращению эмиграции из сельской местности и т. д.).

Анализ в третьей главе «Возможности и перспективы развития агротуризма в Лорийском и Тавушском марзах РА» (с использованием количественно-качественных методов: опросы, интервью среди въезжающих и внутренних туристов, деревенских глав, хозяев, наблюдения в марзах, применение статистических методов анализа, SWOT-анализ, кластеризация и др.) показывают, что есть большие возможности для развития агротуризма в Лорийской и Тавушской областях.

Рассмотрен ряд основных направлений развития агротуризма для решения выявленных проблем, в частности:

- разработать агротуристический продукт на основе имеющихся туристических ресурсов регионов путем организации различных агротуристических мероприятий, включая историко-культурные, приключенческие, спортивные и другие компоненты, с учетом возможностей сельских сообществ. Кроме того, в исследовании представлены предложения по новым туристическим

маршрутам, которые могут быть альтернативой существующим маршрутам. В работе предложено также несколько кластеров, территориально оценивающие туристско-рекреационный потенциал и являющиеся основой для планомерного развития агротуризма.

- Совершенствование законодательной базы сектора, разработка стратегических программ развития сельского туризма в Республике Армения и отдельных программ развития туризма в регионах, в которых будут проанализированы туристические ресурсы регионов, текущая ситуация, вопросы развития, что станет важной основой для дальнейших шагов.
- Статистический учет неполный, региональные администрации не имеют четких данных о количестве и других параметрах туристов. Конечно, улучшение статистики позволит четко понимать количество приезжающих туристов по полу, предпочтениям, исходя из чего маркетинговая стратегия будет более адресной.
- Количество гостиниц и предприятий общественного питания в регионах очень низкое. Важно привлечение частных инвестиций, различных международных грантов, за счет которых будет развиваться туристическая инфраструктура.
- Предлагаются меры государственной поддержки развития агротуризма в регионах, в частности, предоставление льготных кредитов, субсидий на развитие инфраструктуры, на строительство гостевых домов, на организацию отдыха, спорта и культуры.
- Развитие туризма в сельской местности во многом связано с профессиональными знаниями сельских жителей о том, как правильно принимать и обслуживать гостей. В настоящее время его отсутствие очевидно, поэтому предлагаются современные способы организации обучения и консультирования.
- Развитие институциональной системы маркетинга и эффективное выполнение функций. После обработки необходимых предложений и маршрутов важно обеспечить их реализацию с помощью различных маркетинговых мероприятий, рекламы в социальных сетях, влиятельного маркетинга с привлечением известных людей и т.д. Также необходимо разработать туристический бренд для каждого региона, который будет отражать основные туристические достопримечательности региона, наилучшим образом позиционировать регион на туристическом рынке. Следует отдельно представить агротуристические маршруты и услуги по регионам на официальном туристическом сайте Республики Армения и в социальных сетях. Для повышения эффективности маркетинговой стратегии важно провести исследование среди потенциальных туристов, сегментацию туристических рынков, что позволит выбрать целевые рынки, применять соответствующие шаги для каждого рынка в соответствии с элементами комплекса маркетинга. В работе внесен ряд предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности, разработаны версии соответствующих брендов для Лорийской и Тавушской областей.

В исследовании приоритет отдавался решению следующих задач:

1. В регионах недостаточно туристической информации, поэтому важно увеличить количество туристических офисов, подготовить соответствующие буклеты и карты.
2. Туризм должен способствовать реализации аспектов устойчивого развития, поэтому это является важным шагом в решении экологических проблем, а также в сохранении культурных ценностей, их включения в туризм. Создание туристической инфраструктуры будет способствовать увеличению занятости, сокращению бедности и эмиграции.
3. Одним из препятствий для развития агротуризма в регионах является плохое состояние дорог, особенно сельских дорог, к тому же не все села имеют транспортное сообщение со столицей. Хотя туристы в основном посещают туры туристических агентств, плохое состояние дорог препятствует развитию сельского туризма, а также включению всех населенных пунктов в туристические маршруты.
4. Одним из препятствий для развития туризма в регионах является отсутствие информационных щитов на дорогах, поэтому очень важно установить на дорогах эти щиты, с помощью которых люди будут легко и быстро ориентироваться в туристических местах.
5. Развитие туризма, безусловно, будет способствовать увеличению доходов в регионах, повышению уровня занятости. В связи с этим в регионах возможно проведение различных исследовательских программ, которые позволят выявить возможности и существующие проблемы, представленные сельчанами в сельских общинах. Наши исследования показывают, что в сельских общинах есть много людей, которые готовы принимать туристов в своих домах, предлагать различные агротуристические мероприятия, экскурсии по историческим и культурным объектам. Однако есть проблемы с привлечением необходимых инвестиций. Кроме того, необходимы информационные обучающие курсы по иностранным языкам, информационным технологиям, обслуживанию гостей, управлению бизнесом, приему туристов и по другим темам. Курсы могут быть организованы в сотрудничестве с региональными администрациями и университетами. Также возможно организовать курсы обмена опытом, когда бизнесмен, хозяин, который уже имеет опыт работы в этой области, может поделиться своим опытом с другими. Еще одна проблема - отсутствие сотрудничества с туристическими агентствами, которые будут привлекать туристов в общину, а хозяева организуют различные туристические мероприятия.
6. Опыт разных стран показывает, что общественные объединения необходимы для развития агротуризма. Поэтому необходимо создание агротуристических ассоциаций, представляющих интересы фермеров или других агротуристических субъектов, ассоциаций, которые будут способствовать реализации программ развития агротуризма, выполнять образовательные, маркетинговые функции.

Таким образом, решение указанных проблем позволит развивать агротуризм и различные виды туризма в Лорийской и Тавушской областях, исходя из имеющегося ресурсного потенциала.

Head of Research Team

SAMVEL AVETISYAN

Doctor of Economics, Professor
Senior Expert at "AMBERD" Research Center
of ASUE

Members of Research Team

GAYANE TOVMASYAN

PhD in Economics,
Senior Researcher at "AMBERD" Research
Center of ASUE

LUSYA MIRIJANYAN

MA Student of Project Management specialty
at ASUE

KRISTINE TATOSYAN

MA Student of Business Administration
specialty at ASUE

INGA GALUSTYAN

MA Student of Public Management specialty
at ASUE

ARGINE RUSHANYAN

MA Student of Project Management specialty
at ASUE

ASSESSMENT OF AGROTOURISM DEVELOPMENT OPPORTUNITIES IN THE REGIONS OF THE RA (BASED ON THE EXAMPLE OF LORI AND TAVUSH REGIONS)

DOI: 10.52174/978-9939-61-219-5

The roots of majority of the current urban population are in the villages, so it is a natural desire to sometimes get away from the tense and noisy atmosphere of the city, visit villages with beautiful nature, enjoy rural tranquility and natural food. For this purpose, the process of rural or agrotourism development was initiated which has important aesthetic, cognitive, social and economic significance.

At present, there is no general definition of rural tourism, but it is accepted in the professional literature that rural tourism (agrotourism) is a journey of citizens from their permanent residence to rural areas, where they settle temporarily in hotels, guesthouses and in the houses of rural people⁹⁷.

Armenia has favorable conditions for the development of tourism: mountainous terrain, beautiful nature, clean air, historical and cultural monuments, national cuisine,

⁹⁷ Ulanov D. A., Tourism in rural areas: experience, problems, prospects; Young scientist. 2013, No. 6 (53), pp. 455-459.

hospitality traditions, resort resources, etc. However, the potential for agrotourism development is still underused. The latter, on the other hand, is essential for the sustainable development of rural areas and the increase of alternative employment and income of the rural population. The development of agrotourism is also a stimulus for the social development of villages, the regulation of the outflow of the rural population, and the raise of the educational and cultural level.

The aim of the research is to develop strategic steps for the sustainable development of agrotourism based on the analysis of the existing problems and development potential of Lori-Tavush regions of the Republic of Armenia.

In order to achieve this goal, the following issues have been raised:

1. To study the essence of agrotourism, the international experience of development; to discover the possibilities of its implementation in the regions of the Republic of Armenia;
2. To study the general socio-economic situation in Lori and Tavush regions of the Republic of Armenia, to assess the opportunities and the problems for the development of agrotourism;
3. To define the main tourism clusters in Lori and Tavush regions of the Republic of Armenia, to develop an effective marketing toolkit;
4. To identify the possible consequences of the development of agrotourism on the improvement of life quality of the population of Lori and Tavush regions of the Republic of Armenia;
5. To develop more attractive tourism programs by combining agrotourism with other types of tourism - eco, historical, cultural, adventure, gastronomic, festival, etc.
6. To develop practical proposals for the sustainable development of agrotourism in Lori and Tavush regions of the Republic of Armenia.

Lori and Tavush regions of the RA with their beautiful nature, forested mountains and deep canyons, healthy air and healing waters, historical and architectural monuments, traditional life and ethnic diversity of the population, are of special interest for the development of cultural, religious and health-resort, urban, agro, eco, sports and extreme, festival, gastronomic tourism. The development of agrotourism is of special importance for the revitalization of life in rural areas, the development of profitable entrepreneurship with relatively small investments, and the fuller use of the tourism resources of the regions.

In the first chapter of the research "The essence of agrotourism and experience of international development" an attempt was made to define "agrotourism" through the analysis of legal field and academic literature related to the sphere, to define the most acceptable terms of "rural tourism" and "agrotourism" by combining different interpretations. Thus, according to the definition of the European Commission "rural tourism is the activity of citizens traveling for up to one year in a row for recreation, business and other purposes (the main purpose of travel is not paid work at the place of arrival)⁹⁸". Rural tourism consists of a number of types of recreation: agrotourism,

⁹⁸ Восканян А., Сельский туризм, Учебно-методическое пособие, Гаспринт, Ер., 2015, с. 8.

community eco-tourism, ethno-tourism, sports tourism, gastronomic tourism, direct hospitality in rural areas⁹⁹.

Rural tourism includes the tourist's participation in a number of agricultural activities, in particular haymaking, animal care, beekeeping, carpet weaving, handicrafts, harvesting, wine making, cooking national dishes, baking bread, making cheese, hunting, fishing, horse riding, visit to historical and cultural places, etc.

Rural tourism may play an important role in the development of rural communities, ensuring employment, reducing emigration, developing infrastructure, preserving the environment and historical and cultural values in case of its effective organization in terms of economic, environmental, cultural and household conditions.

International experience was analyzed to organize agrotourism services at a modern level. The experience of tourism associations, which support start-ups by publishing guidelines, conducting staff training, is especially important for the Republic of Armenia.

The second chapter of the research "Analysis of the current state of agrotourism in Lori and Tavush regions of the Republic of Armenia" presents the economic situation of the mentioned regions and the main tourism resources. The "Research Institute of Spa and Physical Medicine" CJSC of the Ministry of Health of the Republic of Armenia has analyzed 10 resort zones in Armenia, 3 of which are located in the above-mentioned regions.

Dilijan National Park is located in Tavush region, also 8 out of 27 state sanctuaries of the Republic, as well as many historical and natural monuments. In 2018, the number of eco-tourists in specially protected areas was 412,792 people, about 90% of whom are visitors to Sevan and Dilijan. In 2019, that number reached 439,616 people, and the income received was about 23.9 billion drams.

There are favorable conditions for the development of sports and adventure tourism in Lori and Tavush regions. In particular, the road from the area of Dilijan Parz Lake to the road to Goshavank is suitable for trekking tourism, in Yenokavan village "Yell Extreme Park" zipline is for extreme sport, and in Tumanyan community of Lori region there are good conditions for rafting on Debed river.

Vanadzor can be a great place for sports tourism, which will be facilitated by the creation of a tourist-skiing complex by Canadians on the northern slopes of the Pambak mountain range, which will include a ropeway with seats with the necessary infrastructure (hotels, restaurants, parking lots, etc). The height of Mount Maymekh is 3081 m. The Maimekh Ropeway consists of 4 lanes, known for its steep slopes, which will be suitable for extreme skiing. The total cost of the project is about 4.7 billion drams.

Mountaineering tours can be organized in Lori region: Lalvar, Dzitanits, Achkasar, Bazumtar, Tejh, Vulkan mountains. Hiking and cycling tours can also be arranged.

These regions have delicious old Armenian traditional dishes, on the basis of which gastronomic tours can be organized.

Educational tourism can also be developed in Tavush, thanks to UWC Dilijan College, opened in October 2014 in Dilijan, which is the first international school in the post-Soviet region of the United Colleges of the World (UWC) educational network.

In recent years, a number of festivals have been organized in Lori and Tavush regions, contributing to the development of festival tourism. However, especially agrotourism has

⁹⁹ Там же, с. 9.

great potential for development. Moreover, other types of tourism and their resource potential will contribute to the development of agrotourism.

The main results expected from the development of agrotourism are:

- Socio-psychological (acquisition of new skills, experience, foreign language teaching, mastery of entrepreneurial skills, revitalization of rural life, opportunity for new acquaintances and establishing connections, expansion of worldview, acquisition of new knowledge, preservation of rural traditions and culture, restoration of health due to natural food, fresh air, etc),
- Economic (provision of rural employment, reduction of unemployment, consumption of agricultural products, development of rural crafts, expansion of hotel facilities, provision of additional income, development of agriculture, activation of socio-economic life, etc.)
- Spatial and environmental (nature protection, development of water supply, sewerage systems, roads, public transport, leisure facilities and other local infrastructure, ensuring the aesthetic value of rural houses, streets and other public areas, use of old, demolished buildings that can promote preservation of rural cultural heritage, prevention of emigration from rural areas, etc.)

The analyses in the third chapter "Agrotourism opportunities and development perspectives in Lori and Tavush regions of the RA" (using quantitative-qualitative methods: surveys, interviews among inbound and domestic tourists, village heads, hosts, observations in regions, application of statistical analysis methods, SWOT analysis, clustering, etc.) show that there are great opportunities for the development of agrotourism in Lori and Tavush regions.

A number of main directions have been considered for the development of agrotourism to solve the identified problems.

- Develop an agrotourism product based on the available tourism resources of the regions by organizing various agrotourism activities, including historical-cultural, adventure, sports and other components, taking into account the capabilities of rural communities. Moreover, the research presents proposals for new tourist routes, which can be an alternative to the existing routes. In addition, several clusters have been proposed in the work, which territorially assess the tourism-recreational potential and are the basis for the systematic development of agrotourism.
- Improving the legislative framework of the sector, elaborating strategic programs for the development of rural tourism in the Republic of Armenia and separate tourism development programs in the regions, which will analyze the tourism resources of the regions, the current situation, development issues, which will be an essential basis for development steps.
- Statistical recording is very incomplete, regional administrations do not have clear data on the number and other parameters of tourists. Of course, the improvement of statistics will allow to clearly understand the number of incoming tourists by gender, preferences, based on which the marketing strategy will be more targeted.
- The number of hotels and catering facilities in the regions is very low. It is important to attract private investments, various international grants, due to which the tourism infrastructure will be developed.

- Measures of state support for the development of agrotourism in the regions are proposed, in particular, provision of soft loans, subsidies for the development of infrastructures, for the construction of guest houses, for the organization of the recreation, sports and cultural events.
- The development of tourism in rural areas is largely due to the professional knowledge of the villagers on how to receive and serve guests properly. At present, the lack of it is obvious, so modern ways of organizing training and counseling are offered.
- Development of marketing institutional system and effective implementation of functions. After processing the necessary offers and routes, it is important to ensure its realization through various marketing activities, using social media advertising, influencer marketing with the involvement of famous people, etc. It is also necessary to develop a tourism brand for each region, which will reflect the main tourist attractions of the region, will best position the region in the tourism market. It is also necessary to present agrotourism routes and services by regions separately on the official tourism website of the Republic of Armenia and on social platforms. In order to increase the effectiveness of the marketing strategy, it is important to conduct research among potential tourists, segmentation of tourism markets, which will allow selecting target markets, applying appropriate steps for each market according to the elements of the marketing mix. A number of suggestions for improving marketing activities were made in the work, and versions of appropriate brands were developed for Lori and Tavush regions.

In the research, priority was given to the solution of the following problems:

1. There is little tourist information in the regions, so it is important to increase the number of tourist information offices, prepare relevant booklets and maps.
2. Tourism should contribute to the implementation of aspects of sustainable development, so it is an important step to address environmental issues, as well as the preservation of cultural values, their inclusion in tourism. The creation of tourism infrastructure will contribute to the increase of employment, decrease of poverty and emigration.
3. One of the obstacles to the development of agrotourism in the regions is the poor condition of the roads, especially the rural roads, besides, not all villages have a transport route with the capital Yerevan. Although tourists mainly visit by the tours of tourism agencies, the poor condition of the roads hinders the development of rural tourism, as well as the inclusion of all communities in tourist routes.
4. One of the obstacles to the development of tourism in the regions is the lack of information boards on the roads, so it is very important to add information boards on the roads, through which people will easily and quickly find their way to tourist places.
5. The development of tourism, of course, will contribute to the increase of income in the regions, to the increase of the level of employment. In this regard, it is possible to carry out various research programs in the regions, which will allow identifying the opportunities and problems presented by the villagers in the rural communities and existing problems. Our research shows that there are many

people in rural communities who are ready to host tourists in their homes, offer various agrotourism events, excursions to historical and cultural sites. However, there are problems with attracting the necessary investments. In addition, informational training courses are needed on foreign languages, information technologies, guest service, business management, tourist reception, and on other topics. Courses can be organized in cooperation with regional administrations and universities. It is also possible to organize experience exchange courses, when the businessman, the host, who already has experience in the field, can share his experience with others. Another problem is the lack of cooperation with travel agencies, which will bring tourists to the community, and the hosts will organize various tourism events.

6. The experience of different countries shows that public associations are essential for the development of agrotourism. Therefore, it is necessary to create agrotourism associations representing the interests of farmers or other agrotourism entities, associations, which will contribute to the implementation of agrotourism development programs, educational, marketing functions.

Thus, the solution of the above-mentioned problems will allow developing agrotourism and different types of tourism in Lori and Tavush regions, based on the existing resource potential.

**Հերագորական խմբի ղեկավար՝
ՍԱՄՎԵԼ ԱՎԵՏԻՍՅԱՆ**

յնպեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր,
ՀՊՏՀ «Ամբերդ» հերագորական կենտրոնի
ավագ փորձագետ

**Հերագորական խմբի անդամներ՝
ԳԱՅԱՆԵ ԹՈՎՄԱՍՅԱՆ**

յնպեսագիտության թեկնածու,
ՀՊՏՀ «Ամբերդ» հերագորական
կենտրոնի ավագ հերագորող

ԼՈՒՍՅԱ ՄԻՐԻՋԱՆՅԱՆ

ՀՊՏՀ «Նախագծերի կառավարում»
մասնագիտության մագիստրանտ

ՔՐԻՍՏԻՆԵ ԹԱԹՈՍՅԱՆ

ՀՊՏՀ «Գործարար վարչարարություն»
մասնագիտության մագիստրանտ

ԻՆԳԱ ԳԱԼՈՒՍՅԱՆ

ՀՊՏՀ «Հանրային կառավարում»
մասնագիտության մագիստրանտ

ԱՐԳԻՆԵ ՌՈՒՇԱՆՅԱՆ

ՀՊՏՀ «Նախագծերի կառավարում»
մասնագիտության մագիստրանտ

**ԱԳՐՈՋԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ
ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՈՒՄԸ ՀՀ ՄԱՐԶԵՐՈՒՄ
(ՀՀ ԼՈՒՌԻ ԵՎ ՏԱՎՈՒՇԻ ՄԱՐԶԵՐԻ ՕՐԻՆԱԿՈՎ)**

Խմբագիր՝ Արմինե Վարդանյան
Տեխնիկական խմբագիր
և ձևավորող՝ Նաիրա Խչեյան
Էջադրող և սրբագրող՝ Մյուզաննա Բոյաջյան

Չափա՝ 70×108¹/₁₆:
9 տպ. մամուլ:
Տպաքանակ՝ 100:

ՀՊՏՀ «ՏՆՏԵՍԱԳԵՏ» հրատարակչություն
Երևան, Նալբանդյան 128
010 59 34 37