

# ՏԱՐԱԾՔ ԱՅԻՆ ԶԱՐԳԱՑՈՒՄՆԵՐ

## ԻՇՆԱՆ ՏԻԳՐԱՆՅԱՆ

*ՀՊՏՀ մակրոէկոնոմիկայի ամբիոնի  
վարիչ, տնտեսագիտության թեկնածու,  
պրոֆեսոր*

## ՌՈՒԶԱՆ ՂՈՒՅԱՆ

*ՀՊՏՀ մակրոէկոնոմիկայի ամբիոնի  
ասպիրանտ*

### ԱՐՄԱՎԻՐԻ ՄԱՐԶԻ ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԵՎ ՃՅՈՒՂԱՅԻՆ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԻ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ

ՀՀ-ում շարունակական տնտեսական զարգացմանը խոչընդոտող բազմաթիվ հիմնախնդիրների մեջ հատկանշվում են առանձին տարածքների զարգացման մակարդակների համահարթեցումը և տնտեսության բազմազանեցումը: Դրանց լուծումը ենթադրում է տնտեսության ճյուղերի միջև արդյունավետ հարաբերակցություն սահմանելուն ուղղված միջոցառումների և ՀՀ վարչատարածքային միավորների (հատկապես՝ մայրաքաղաքի և մարզերի) սոցիալ-տնտեսական զարգացման մակարդակների միջև գոյություն ունեցող անհամաչափության վերացմանը կամ մեղմմանն ուղղված միջոցառումների համատեղում:

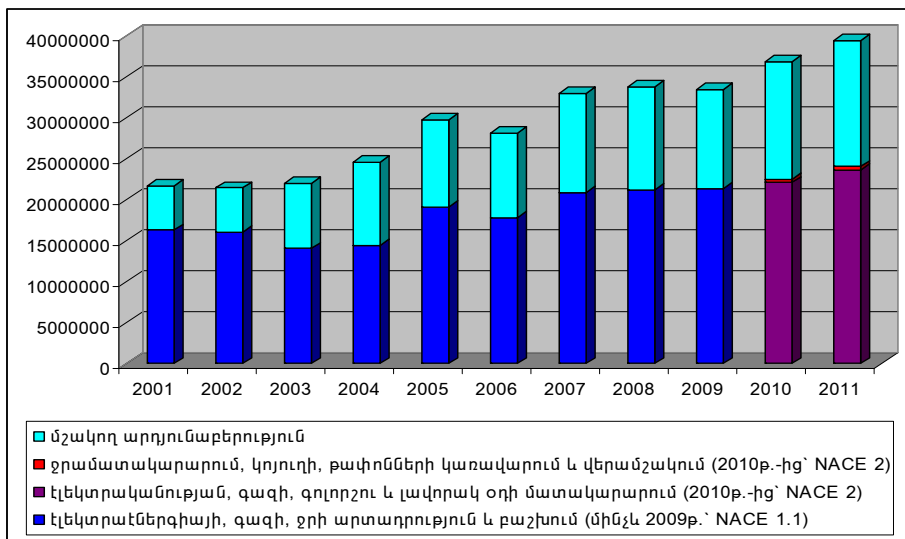
2009 թ. ֆինանսատնտեսական ճգնաժամը և 2010 թ. գյուղատնտեսության ոլորտում արձանագրված խոր անկումը վեր հանեցին տնտեսության թույլ կողմերը, ստիպեցին առավել լուրջ վերաբերվել տնտեսության ճյուղերի միջև ձևավորված հարաբերակցություններին, վերաարժևորել գյուղատնտեսության և արդյունաբերության դերը, ուղիներ գտնել տնտեսության վրա արտաքին բացասական գործոնների ազդեցությունը մեղմելու համար:

Վերոշարադրյալ հիմնախնդիրների համատեքստում նպատակահարմար ենք գտել ուսումնասիրել Արմավիրի մարզի (այսուհետ՝ Մարզ) արդյունա-

բերության կառուցվածքն ու հետագա զարգացման հնարավորությունները՝ հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ նշված մարզում 1999-2011 թթ. արդյունաբերական արտադրության ծավալի աճն ամենացածրն է եղել ՀՀ-ում<sup>1</sup>:

Նախ նշենք, որ 2010 թ., տնտեսական գործունեության տեսակների դասակարգչի փոփոխությամբ պայմանավորված, արտադրության որոշ հատվածների դիմամիկ շարքերի ուսումնասիրության հարցում ցուցանիշների համատեղելիության խնդիրներ են առաջանում, որոնք ցուցանիշների խմբավորման կամ ոչ էական լինելու դեպքում կփորձենք լուծել դրանց անտեսման եղանակով:

2001-2011 թթ. Մարզի արդյունաբերության ճյուղային կառուցվածքում, ընդհանուր առմամբ, էական փոփոխություններ չեն արձանագրվել: Նվազող մասնաբաժնով գերակշռել է էլեկտրաէներգիայի արտադրությունը, իսկ մնացածը հիմնականում կազմել է մշակող արդյունաբերությունը:



Պահանջարկ 1. Մարզի արդյունաբերության կառուցվածքը 2001-2011 թթ.<sup>2</sup>

Պաշտոնական տվյալներով Մարզի արդյունաբերական արտադրության կազմում 2001-2005 թթ. և 2010-2011 թթ. աննշան մասնակցություն է ունեցել նաև հանքագործական արդյունաբերությունը (գրեթե զրոյական մասնաբաժնով), իսկ 2006-2009 թթ. հանքագործական արտադրության վերաբերյալ պաշտոնական որևէ տվյալ չկա կամ, պաշտոնական տեղեկատվությամբ՝ այստեղ այդպիսի արտադրություն չի եղել: Այս առումով, իհարկե, վիճարկելի որոշ հարցեր կան, քանի որ պաշտոնական վիճակագրությունը հենվում է

<sup>1</sup> Նման եզրահանգման համար հիմք են ծառայել՝ «Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք», Եր., 2004, էջ 274, 275: «Արդյունաբերական կազմակերպությունների հիմնական ցուցանիշներն ըստ տնտեսական գործունեության երկնիչ դասակարգման, ըստ մարզերի և ք. Երևանի», Եր., 2012, էջ 4, 10, 16, 20, 25, 29, 32, 36, 41, 45, 49, 52: «Հայաստանի ժողովրդագրական ժողովածու», Եր., 2005, էջ 20, «Հայաստանի ժողովրդագրական ժողովածու - 2011», Եր., 2011, էջ 38 աղբյուրների տվյալները:

<sup>2</sup> Տես «Արդյունաբերական կազմակերպությունների հիմնական ցուցանիշներն ըստ տնտեսական գործունեության երկնիչ դասակարգման, ըստ մարզերի և ք. Երևանի», Եր., 2012 (էջ 25-27), 2010 (էջ 30-33), 2009 (էջ 31-35), 2008 (էջ 30-34), 2007 (էջ 30-34), 2006 (էջ 33-37), 2005 (էջ 34-38), 2004 (էջ 34-39), 2003 (էջ 30-34):

ընտրանքային կազմակերպություններից ստացված տվյալների վրա, և եթե որևէ ոլորտի գոնե մեկ ներկայացուցիչ կազմակերպություն ընդգրկված չէ վիճակագրական դաշտում, ապա այդ ոլորտի վերաբերյալ տեղեկատվություն չի հրապարակվում: Որպես ասվածի ապացույց նշենք, որ հնգամյա ընդմիջումից հետո Մարզի հանքագործական արդյունաբերության մասին վիճակագրական տվյալներ հրապարակվեցին միայն 2011 թ. երկրորդ եռամսյակում<sup>3</sup> (առաջին եռամսյակի համար հրապարակված նույն աղբյուրում այդ մասին որևէ տվյալ չկա), որը պարունակում էր տեղեկություններ նաև 2010 թ. նույն ժամանակահատվածում թողարկված արտադրանքի վերաբերյալ: Սա բացատրվում է այն հանգամանքով, որ հաշվետվություն ներկայացրած կազմակերպությունը թեև փաստացի գործունեություն ծավալել է նաև 2010թ., սակայն, քանի որ այդ ժամանակ ընդգրկված չի եղել ԱՎԾ-ին հաշվետվություն ներկայացնող կազմակերպությունների ընտրանքային շարքում, Մարզի հանքագործության վերաբերյալ պաշտոնական որևէ տվյալ չի հրապարակվել:

Փաստորեն, պաշտոնական վիճակագրությամբ Մարզի արդյունաբերության կառուցվածքն էլ պես կախված է ԱՎԾ ընտրանքային դաշտում ընդգրկված կազմակերպությունների գործունեության բնույթից և որոշ չափով կարող է տարբերվել փաստացի իրավիճակից:

2001-2011 թթ. Մարզի արդյունաբերական արտադրության կառուցվածքում ամենամեծ կշիռն ունեցել է էլեկտրաէներգիայի, գազի, ջրի արտադրությունը և բաշխումը (գծանկար 1): Սակայն եթե 2001 թ. դիտարկվող բաժինը կազմում էր ամբողջ արդյունաբերության 74.69%-ը՝ 16.3 մլրդ դրամ արտադրության ծավալով, ապա 2009 թ.՝ 63.8%-ը՝ 21.4 մլրդ դրամ արտադրությամբ:

2010-2011 թթ. էլեկտրականության, գազի, գոլորշու և լավորակ օդի մատակարարման ոլորտի արտադրությունը թեև աճ է արձանագրել, սակայն Մարզի ամբողջ արդյունաբերության մեջ տեսակարար կշիռը փոփոխության չի ենթարկվել՝ մնալով մոտ 60%-ի սահմաններում:

Ջրամատակարարման, կոյուղու, թափոնների կառավարման և վերանշակման մասնաբաժինն արտադրության ընդհանուր ծավալում 2011 թ. կազմել է 1.16%՝ նախորդ տարվա համեմատությամբ նվազելով 0.05 տոկոսային կետով:

2001-2011 թթ. Մարզում արդյունաբերական արտադրության ծավալներն աճել են 81.61%-ով, ընդ որում՝ միայն մշակող արդյունաբերության ծավալների աճը կազմել է 185.25%, իսկ էլեկտրաէներգիայի, գազի, գոլորշու, լավորակ օդի, ջրի արտադրության և բաշխման, կոյուղու, թափոնների կառավարման և վերանշակման ոլորտներինը՝<sup>4</sup> ընդամենը 47.55%: Բնականաբար, մեծ տեսակարար կշիռ ունեցող բաժնի փոքր աճն էական ազդեցություն է ունեցել արդյունաբերական արտադրության ծավալների աճի վրա՝ վերջինիս պահելով համեմատաբար ցածր դիրքերում:

Մարզում էլեկտրաէներգիայի արտադրությունը հիմնականում կախված է ՀԱԷԿ-ի արտադրության ծավալներից, թեև, բացի ՀԱԷԿ-ը, այստեղ էլեկտրա-

<sup>3</sup> Տե՛ս «Արդյունաբերական կազմակերպությունների հիմնական ցուցանիշներն ըստ տնտեսական գործունեության երկնիչ դասակարգման, ըստ մարզերի և ք. Երևանի՝ 2011 թ. հունվար-հունիսին», Եր., 2011, էջ 25:

<sup>4</sup> 2001-2011 թթ. ոլորտի աճն առանց ընդհատումների ներկայացնելու նպատակով 2010-2011 թթ. ՏԳՏԴ 2-ի երրորդ և չորրորդ բաժինները հաշվարկել ենք միասնաբար, քանի որ դրանք, նախկին դասակարգմամբ, հիմնականում ընդգրկված էին էլեկտրաէներգիայի, գազի, ջրի արտադրության և բաշխման ոլորտներում, իսկ ցուցանիշների միջև առկա տարբերությունն, ընդհանուր առմամբ, էական չէ:

էներգիա են արտադրում նաև 3 փոքր հէկեր՝ 8.9 հազ. կվտ ընդհանուր դրվածքային հզորությամբ և 17.5 մլն կվտ/ժ տարեկան արտադրությամբ:

Ներկայումս կառուցվում են ևս 3 փոքր հէկեր 10.3 հազ. կվտ ընդհանուր դրվածքային հզորությամբ և տարեկան 21.4 մլն կվտ/ժ արտադրանքով<sup>5</sup>: Համաձայն 2010 թ. օգոստոսի 20-ի ՀՀ և ՌԴ Կառավարությունների միջև ստորագրված համաձայնագրի՝ նախատեսվում է կառուցել նաև ատոմային էլեկտրակայանի նոր էներգաբլոկ:

Այնուամենայնիվ, դիտարկվող ոլորտի ցուցանիշները ներկայումս մեծապես պայմանավորված են ՀԱԷԿ-ի գործունեությամբ, իսկ վերջինիս ներքին և արտաքին միջավայրերը էապես տարբերվում են Մարզի մյուս տնտեսավարող սուբյեկտների համապատասխան բնութագրիչներից: Դա ունի համապետական նշանակություն և ուսումնասիրության առանձին օբյեկտ է, ուստի մեր ուշադրությունն առավելապես կենտրոնացրել ենք մշակող արդյունաբերության ոլորտի կառուցվածքին, առանձնահատկություններին և հիմնախնդիրներին:

Քանի որ դասակարգչի փոփոխության արդյունքում արդյունաբերության հատվածներում առավել էական տարբերություններ են առաջացել, կախված վերլուծության ուղղությունից, 2001-2009 թթ. (աղյուսակ 1) և 2010-2011 թթ. (աղյուսակ 2) ցուցանիշները կվերլուծենք կամ առանձին-առանձին, կամ արդյունաբերության հատվածները միավորելով՝ կուսումնասիրենք 2001-2011 թթ. դինամիկ շարքերը:

**Աղյուսակ 1**

*Մարզի մշակող արդյունաբերության կառուցվածքը 2001-2009 թթ. (%)<sup>6</sup>*

Ոլորտ	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Մշակող արդյունաբերություն</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>
անդամթերթի (ներառյալ խմիչքները) և ծխախոտի արտադրություն	87.20	85.23	88.82	87.51	84.19	81.96	78.02	76.99	80.17
բնափայտի մշակում և փայտե արտադրատեսակների արտադրություն	0.60	2.03	-	-	-	-	-	-	-
թղթի և ստվարաթղթի արտադրություն, հրատարակչական գործ	4.17	5.19	4.65	4.01	5.69	6.09	5.74	9.08	9.72
ռետինե և պլաստմասսայե արտադրատեսակների արտադրություն	0.56	0.82	0.89	1.88	2.33	2.69	2.62	3.11	2.33

<sup>5</sup> Տե՛ս «ՀՀ Արմավիրի մարզի 2011-2014 թթ. սոցիալ-տնտեսական զարգացման ծրագիր», Արմավիր, 2011, էջ 163:

<sup>6</sup> Աղյուսակը կազմվել է «Արդյունաբերական կազմակերպությունների հիմնական ցուցանիշներն ըստ տնտեսական գործունեության երկնիշ դասակարգման, ըստ մարզերի և ք. Երևանի», Եր., 2010 (էջ 30-33), 2009 (էջ 31-35), 2008 (էջ 30-34), 2007 (էջ 30-34), 2006 (էջ 33-37), 2005 (էջ 34-38), 2004 (էջ 34-39), 2003 (էջ 30-34) վիճակագրական տեղեկագրերի տվյալների հիման վրա:

Աղյուսակ 1-ի շարունակությունը

Ոլորտ	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
այլ ոչ մետաղական հանքային արտադրատեսակների արտադրություն	-	-	0.00	0.73	2.03	2.15	3.12	2.44	1.93
մետաղագործական արդյունաբերություն և պատրաստի մետաղե արտադրատեսակների արտադրություն	4.42	2.82	2.41	2.53	3.06	4.95	8.03	6.06	4.98
մեքենաների և սարքավորանքի արտադրություն	0.27	0.96	0.51	1.02	0.60	0.44	0.11	0.00	0.02
էլեկտրական, էլեկտրոնային և օպտիկական սարքավորանքի արտադրություն	2.63	2.85	2.51	2.15	2.03	1.72	2.19	2.31	0.85
տրանսպորտային միջոցների և սարքավորանքի արտադրություն	0.15	0.10	0.21	0.16	0.08	-	0.17	-	-

Մշակող արդյունաբերության կառուցվածքում, դիտարկվող ժամանակահատվածում, մշտապես գերակայել է սննդամթերքի և խմիչքների արտադրությունը, սակայն ժամանակի ընթացքում վերջինիս մասնաբաժինն աստիճանաբար նվազել է և 2001 թ. 87.20%-ի փոխարեն 2009 թ. կազմել 80.17%: 2011 թ. տվյալներով սննդամթերքի և խմիչքների արտադրությունների մասնաբաժինների միավորմամբ պարզ է դառնում, որ նշված հատվածի տեսակարար կշիռն ավելի է նվազել՝ կազմելով ընդամենը 73.4%:

Աղյուսակ 2

Մարզի մշակող արդյունաբերության կառուցվածքը 2010-2011թթ., (%)<sup>7</sup>

Ոլորտ	2010	2011
<b>Մշակող արդյունաբերություն</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Սննդամթերքի արտադրություն	63.55	60.90
Խմիչքների արտադրություն	14.51	12.50
Թղթի և թղթե արտադրատեսակների արտադրություն	8.37	11.52
Պոլիգրաֆիական գործունեություն, գրառված կրիչների բազմացում	2.42	2.98
Քիմիական նյութերի և քիմիական արտադրատեսակների արտադրություն	0.37	0.41
Ուետին և պլաստմասսայե արտադրատեսակների արտադրություն	4.64	6.38
Այլ ոչ մետաղական հանքային արտադրատեսակների արտադրություն	0.43	0.71
Հիմնային մետաղների արտադրություն	0.94	0.61
Համակարգիչների, էլեկտրոնային և օպտիկական սարքավորանքի արտադրություն	4.75	3.98
էլեկտրական սարքավորանքի արտադրություն	0.02	0.01

<sup>7</sup> Աղյուսակը կազմվել է «Արդյունաբերական կազմակերպությունների հիմնական ցուցանիշներն ըստ տնտեսական գործունեության երկնիշ դասակարգման, ըստ մարզերի և ք. Երևանի», Եր., 2012, էջ 25-27 վիճակագրական տեղեկագրի տվյալների հիման վրա:

Այնուամենայնիվ, Մարզի մշակող արդյունաբերությունը կարելի է բնորոշել որպես գերազանցապես գյուղատնտեսական հումքի վերամշակման վրա հիմնված արտադրությունների ամբողջություն:

2001 թ. համեմատությամբ 2011 թ. սննդամթերքի և խմիչքների արտադրության ծավալներն աճել են 140.12%-ով և 4.7 մլրդ դրամից հասել 11.3 մլրդ դրամի (համադրելի գներով):

Նշենք, որ հրապարակվող տվյալներով նախկինում սննդամթերքի և խմիչքների արտադրությունների հարաբերակցությունն ընդհանուրի մեջ չէր երևում, քանի որ ըստ մարզերի սննդամթերքի և խմիչքների արտադրությունը ներկայացվում էր մեկ տողով, սակայն այժմ դրանց արտադրությունները դիտարկվում են առանձին-առանձին, ինչը հնարավորություն է տալիս վերլուծությունն իրականացնելու առավել հանգամանալից:

2011 թ. և՛ սննդամթերքի, և՛ խմիչքների արտադրությունների կշիռները Մարզի մշակող արդյունաբերության կազմում 2010 թ. համեմատությամբ նվազել են, համապատասխանաբար՝ 2.65 և 2.01 տոկոսային կետերով և կազմել 60.9 և 12.5%: Թեև խմիչքների արտադրության ծավալները նշված ժամանակահատվածում կրճատվել են՝ կազմելով 2010 թ. նույն ցուցանիշի ընդամենը 92.85%-ը, ինչն էլ պայմանավորել է դրա մասնաբաժնի կրճատումը, սակայն սննդամթերքի արտադրության ծավալները 3.27%-ով աճել են: Բայց, քանի որ մշակող արդյունաբերության աճն այդ նույն ժամանակահատվածում եղել է շատ ավելի բարձր՝ 7.77%, սննդամթերքի արտադրության մասնաբաժինն ընդհանուրում նվազել է:

Մշակող արդյունաբերության կառուցվածքում իր ուրույն տեղն ունի նաև թղթի և ստվարաթղթի արտադրությունը, հրատարակչական գործը: 2001-2009 թթ. վերջինիս մասնաբաժինն ընդհանուրում ավելացել է ավելի քան երկու անգամ և կազմել 9.72%: Նույն ժամանակահատվածում արտադրության ծավալներն ավելացել են ավելի քան 5 անգամ՝ կազմելով 1.2 մլրդ դրամ:

2010-ից արդյունաբերության դիտարկվող հատվածը ներկայացվում է երկու մասով՝

- թղթի և թղթե արտադրատեսակների արտադրություն,
- պոլիգրաֆիական գործունեություն, գրառված կրիչների բազմացում:

Եթե այս երկու մասերի 2011 թ. ցուցանիշները միավորենք և ստացված արդյունքը համեմատենք 2001 թ. նույն ցուցանիշի հետ, կպարզվի, որ նշված ժամանակահատվածում արտադրության ծավալներն աճել են 10 անգամ և կազմել 2.2 մլրդ դրամ, իսկ 2011 թ. այս հատվածի մասնաբաժինը Մարզի մշակող արդյունաբերության մեջ 11.52% է եղել:

2010-2011 թթ. ցուցանիշները վերլուծելիս տեսնում ենք, որ տվյալ հատվածի արտադրանքը հիմնականում թողարկվել է թղթի և թղթե արտադրատեսակների շնորհիվ: Վերջինիս արտադրության ծավալները 2011 թ., նախորդ տարվա համեմատությամբ, գրեթե կիսով չափ ավելացել են՝ հասնելով 1.8 մլրդ դրամի, ինչի շնորհիվ այս հատվածի մասնաբաժինը մշակող արդյունաբերության մեջ 2010 թ. համեմատությամբ ավելացել է 3.15 տոկոսային կետով և կազմել 11.52%:

2011 թ. պոլիգրաֆիական գործունեության, գրառված կրիչների բազմացման հատվածում թողարկվել է 459 մլն դրամի արտադրանք, ինչը Մարզի մշակող արդյունաբերության ոլորտի արտադրության ընդամենը 2.98%-ն է:

Թղթե արտադրատեսակների արտադրության համար օգտագործվող հումքը՝ թուղթը, ներմուծվում է Իտալիայից, Ֆինլանդիայից և թուղթ արտադրող այլ երկրներից:

Այս ոլորտն ունի շատ կարևոր մի առանձնահատկություն. զարգացումն ուղղակիորեն կախված է տնտեսության մյուս ճյուղերի և արդյունաբերության այլ հատվածների զարգացման մակարդակից և աճի տեմպերից, քանի որ հանդես է գալիս որպես սպասարկող հատված:

Փաստենք նաև, որ Մարզում թղթի և թղթե արտադրատեսակների զարգացումն ունի նաև հանրապետական նշանակություն, քանի որ, օրինակ՝ 2011 թ. այստեղ է թողարկվել ՀՀ-ում ոլորտի արտադրանքի 28.78%-ը կամ միայն մարզերում (առանց Երևան քաղաքի) թողարկված արտադրանքի 56.63%-ը (Երևանում թողարկվել է 49.18%-ը): Միայն ըստ մարզերի դիտարկելիս Մարզը մրցակից չունի պոլիգրաֆիական գործունեության, գրառված կրիչների բազմացման հատվածում, քանի որ այստեղ է թողարկվում արտադրանքի 89.46%-ը, ինչը կազմում է ՀՀ նույն ցուցանիշի ընդամենը 4.75%-ը (Երևանին բաժին է ընկնում 94.70%-ը):

Նախորդ տասնամյակում Մարզի մշակող արդյունաբերության կառուցվածքում իր որոշակի մասնաբաժինն է ունեցել նաև մետաղագործական արդյունաբերության և պատրաստի մետաղե արտադրատեսակների արտադրության ենթաբաժինը: Վերջինս այժմ ներկայացվում է միայն ըստ հատվածների և բաղկացած է առավելապես հիմնային մետաղների արտադրության և պատրաստի մետաղե արտադրատեսակների արտադրության (բացի մեքենաներից և սարքավորանքից) հատվածներից:

2001-2009 թթ. մետաղագործական արդյունաբերության և պատրաստի մետաղե արտադրատեսակների արտադրության ոլորտում թողարկված արտադրանքի ծավալն աճել է 2.5 անգամ և 2009 թ. կազմել 604 մլն դրամ, սակայն մշակող արդյունաբերության կառուցվածքում համեմատվող տարիներին դիտարկվող հատվածի տեսակարար կշիռն աննշան է փոխվել՝ 2001 թ. 4.42%-ի փոխարեն 2009 թ. կազմելով 4.98%:

Ոլորտում արտադրության ծավալների բավականին արագ աճ է գրանցվել 2002-2008 թթ., ինչի շնորհիվ 2007 թ. մետաղագործական արդյունաբերության և պատրաստի մետաղե արտադրատեսակների արտադրության տեսակարար կշիռն աստիճանաբար աճելով, հասել է 8.03%-ի:

Հիմնային մետաղների արտադրության ծավալները, 2008-ից սկսած, կրճատվել են, ինչի արդյունքում 2011 թ. այս հատվածի տեսակարար կշիռը Մարզի մշակող արդյունաբերության կազմում գրեթե զրոյացել է (0.61%):

Մարզում ամենաարագ աճող ոլորտներից մեկը ռետինե և պլաստմասսայե արտադրատեսակների արտադրության հատվածն է: Վերջինս 2011 թ. թողարկել է 984.1 մլն դրամի արտադրանք, ինչը 32 անգամ գերազանցում է 2001 թ. նույն ցուցանիշը: Արդյունքում՝ այս հատվածի տեսակարար կշիռը դիտարկվող ժամանակահատվածի սկզբին գրեթե զրոյական մակարդակից աստիճանաբար աճել է՝ 2011 թ. հասնելով 6.38%-ի:

Այս ոլորտում են գործում էջմիածնի տարածաշրջանում տեղակայված պլաստմասսայե արկղերի, խողովակների, խցանների, կափարիչների և այլ իրերի արտադրությամբ զբաղվող մի քանի կազմակերպություններ:

Մարզում կան նաև էլեկտրական սարքերի արտադրությամբ մասնագիտացած կազմակերպություններ:

Մշակող արդյունաբերության կառուցվածքում իրենց աննշան մասնաբաժինն ունեն նաև քիմիական նյութերի և քիմիական արտադրատեսակների, այլ ոչ մետաղական հանքային արտադրատեսակների արտադրությունները:

Այսպիսով՝ ներկայումս Մարզի արդյունաբերությունը բաղկացած է երկու գլխավոր բաժիններից՝ էլեկտրաէներգիայի, գազի, գույրչու և լավորակ օդի մատակարարում (արտադրության ծավալները հիմնականում պայմանավորված են ՀԱԷԿ-ի էլեկտրաէներգիայի արտադրությամբ) և մշակող արդյունաբերություն (արտադրության ծավալները հիմնականում պայմանավորված են պտուղաբանաբույսերի մշակաբույսերի վերամշակմամբ զբաղվող կազմակերպությունների գործունեությամբ):

Ինչ վերաբերում է Մարզում արդյունաբերության հետագա զարգացման հնարավորություններին, ապա, կարծում ենք՝ չնայած արդյունաբերության կառուցվածքում սննդամթերքի և խմիչքների արտադրությունների այժմյան համեմատաբար մեծ տեսակարար կշիռն, այս ոլորտի զարգացման հնարավորությունները լիովին չեն օգտագործվում (օրինակ՝ 2011 թ. Մարզում է թողարկվել ՀՀ գյուղատնտեսական արտադրանքի ավելի քան 16%-ը, սակայն սննդամթերքի և խմիչքների արտադրությունների գումարային մասնաբաժինը ՀՀ նույն ցուցանիշում չի հասել անգամ 4%-ի): Իրավիճակը շտկելու դեպքում այս հատվածի արտադրության ծավալներն զգալիորեն կաճեն:

Սննդամթերքի և խմիչքների արտադրությունների հետագա զարգացումը կարևորում ենք՝ հաշվի առնելով երկրի պարենային ապահովվածության բարձրացման գործում հատկապես Արմավիրի մարզի ունեցած մեծ դերը: Այստեղ հարկավոր է իրականացնել լուրջ միջոցառումներ, որոնք կնպաստեն գյուղատնտեսական արտադրանքի ծավալների աճին և մթերման գործընթացն առավել արդյունավետ կազմակերպելուն: Մասնավորապես, անհրաժեշտ է.

- Միավորել և խոշորացնել գյուղացիական տնտեսությունները, ինչը հնարավորություն կտա մեքենայացնելու գյուղատնտեսական աշխատանքները, առավել արդյունավետ կազմակերպելու պայքարը մշակաբույսերի հիվանդությունների, կրծողների և վնասակար միջատների դեմ՝ հանգեցնելով բերքատվության մակարդակի բարձրացման:
- Ամրացնել տեղեկատվական կապը տնտեսավարող սուբյեկտների և գյուղացիական տնտեսությունների միջև: Որպես արտադրական գործընթաց իրականացնող մարմին՝ կազմակերպությունը կարող է պարբերաբար խորհրդատվական միջոցառումներ անցկացնել շահագրգիռ գյուղացիական տնտեսությունների հետ, վերջիններիս ապահովել մշակաբույսերի առաջադիմական սորտերով՝ որոշակի վճարի դիմաց կամ, որ առավել նպատակահարմար է՝ որպես կանխավճար: Կարծում ենք՝ հատկապես արդյունավետ կլինի, եթե կազմակերպությունները գյուղացիական տնտեսություններին բերքի տվյալ տեսակի մշակման վերաբերյալ անվճար խորհրդատվություն և համապատասխան տեղեկություններ պարունակող թերթիկներ տրամադրեն:
- Արտադրանքի մթերումը հարկ է իրականացնել պայմանագրային հիմունքներով, համակարգված, ժամանակին, արտադրության վայրում և առավելապես մասնագիտացված տրանսպորտային միջոցներով:



Արմավիրի մարզի մշակող արդյունաբերության կառուցվածքում բացակայում է վերամշակված գյուղատնտեսական հումքից առաջացած թափոնների հիման վրա անասնակերի արտադրությունը, ինչը համարում ենք լուրջ թերություն ինչպես գյուղատնտեսական հումքն առավել արդյունավետ օգտագործելու, այնպես էլ լրացուցիչ եկամուտ ստանալու հնարավորության բացթողնման տեսանկյունից:

Ինչ վերաբերում է Արմավիրի մարզում թղթի և թղթե արտադրատեսակների թողարկմանը, ապա, կարծում ենք՝ դրանց ծավալները մոտ ապագայում զգալիորեն կաճեն, քանի որ արտադրության այս հատվածի զարգացումը «ածանցյալ է» ՀՀ արդյունաբերության զարգացման տեմպերից: Իսկ վերջին տարիներին արդյունաբերության ոլորտում վարվող քաղաքականությունը, որն ուղղված է հատկապես արտահանման խթանմանը, նոր պահանջներ կառաջադրի նաև արտադրանքի արտաքին տեսքի և հատկապես փաթեթավորման որակի առումով, ինչը, գումարվելով արտադրության ծավալների աճով պայմանավորված թղթի և թղթե արտադրատեսակների նկատմամբ պահանջարկի աճին, կհանգեցնի այս ոլորտում դրա առաջանցիկ տեմպերի:

Ապագայում ՀԱԷԿ-ի նոր էներգաբլոկի գործարկումն անհամեմատելիորեն կավելացնի նաև Մարզում էլեկտրաէներգիայի արտադրության ծավալները:

Հանքարդյունաբերության զարգացման հնարավորությունները մեծ չեն, ինչի մասին է վկայում այն փաստը, որ Մարզը բնական ռեսուրսների պաշարներով հանրապետությունում նախավերջին՝ 10-րդ տեղում է (առաջ է միայն մայրաքաղաքից), ռեսուրսները ՀՀ բնական պաշարների ընդամենը 1.8%-ն են կազմում, որոնք ևս բավարար արդյունավետությամբ չեն օգտագործվում (համեմայնդեպս, այդպիսին են պաշտոնական տվյալները), ինչի հետևանքով հանքագործական արդյունաբերության տեսակարար կշիռը զրոյական է: Դիտարկվող ոլորտում արտադրության ծավալները կարող են աճել հատկապես ի հաշիվ ավազների և ավազախճերի արդյունահանման. հանրապետության ռեսուրսների 43.2%-ը գտնվում է Մարզում<sup>8</sup>:

<sup>8</sup> Տե՛ս Հ. Օրոյան, ՀՀ տարածքային զարգացման ընդհանուր բնութագիրը դրանցում ընդերքի ռեսուրսների առկայության տեսանկյունից, «ՀՀ սոցիալ-տնտեսական արդի հիմնախնդիրները» գիտական հոդվածների ժողովածու, ՀՀ ֆինանսների և էկոնոմիկայի նախարարության տնտեսագիտական հետազոտությունների ինստիտուտ, էջ 461-462:

**ИШХАН ТИГРЯНЯН**

*Заведующий кафедрой „Макроэкономики“ АГЭУ,  
кандидат экономических наук, профессор*

**РУЗАН ГУЛЯН**

*Аспирант кафедры „Макроэкономики“ АГЭУ*

***Особенности промышленности Армавирского марза и анализ отраслевой структуры.***– 1999-2011 гг. рост промышленного производства в Армавирском марзе был самым низким в РА. Для раскрытия причин вышеуказанной проблемы и пути дальнейшего роста производства марза в статье была изучена отраслевая структура промышленности в период 2001-2011 гг. и были указаны основные отрасли, имеющие потенциал развития.

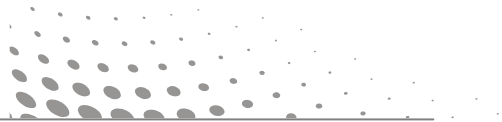
**ISHKHAN TIGRANYAN**

*Head of the Chair of “Macroeconomics” at ASUE,  
PhD in Economics, Professor*

**RUZAN GHULYAN**

*Post-Graduate at the Chair of “Macroeconomics” at ASUE*

***Characteristics of the Industry and Analysis of the Sectoral Structure in Armavir Marz.***– From 1999 to 2011 the growth of the industrial output volume in the Marz was the lowest in the Republic of Armenia. In order to find out the reasons of the aforesaid problem and set the ways of the future output growth in the Marz, the industrial sectoral structure for the period from 2001 to 2011 was investigated, and the main sectors that have development potential were pointed out in the given article.



**ՌՈՒՋԱՆ ՄԵԺԼՈՒՄՅԱՆ**  
*ՀՊՏՀ բիզնեսի կազմակերպման  
ամբիոնի հայցորդ*

**ՏԱՐԱԾԱՇՐՋԱՆԱՅԻՆ  
ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ  
ՀՅՈՒՐԱՆՈՑԱՅԻՆ  
ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՇՈՒԿԱՅՈՒՄ**

Հայաստանը տեղակայված է անցյալում քարավանների խաչմերուկ համարվող և այժմ այդպիսի կարգավիճակի հավակնող Հարավային Կովկասում, հարուստ է բազմաթիվ պատմամշակութային հուշարձաններով, յուրօրինակ բուսական և կենդանական աշխարհով, բարեխառն բնակլիմայական գոտիներով, իսկ տարածքի մեծ մասը լեռնային շրջաններ են: Այսինքն՝ Հայաստանը զբոսաշրջության մի քանի, օրինակ՝ գործարար, էկոլոգիական, բուժական և ձմեռային տեսակների զարգացման բավարար նախադրյալներ ունի, սակայն այժմ զբոսաշրջիկների մեծ մասը Հայաստան է այցելում պատմամշակութային հուշարձաններին ծանոթանալու նպատակով:

Էկոլոգիական զբոսաշրջության զարգացման նախադրյալ են բնակլիմայական պայմանները, բազմապիսի տեսարժան վայրերի առկայությունը, ազգային ավանդույթներն ու հարուստ մշակույթը: Բուժական նպատակներով Հայաստան այցելող զբոսաշրջիկների հոսքը կարելի է բազմապատկել դեռևս խորհրդային տարիներից հայտնի առողջարանների վերակառուցման և միջազգային չափանիշներին համապատասխանեցնելու շնորհիվ:

Գործարար զբոսաշրջության զարգացմանը նպաստում է Մերձավոր Արևելքի, Սևծովյան ավազանի երկրներին և Իրանին մոտ գտնվելը, ինչպես նաև Հայաստանի տնտեսության որոշ ոլորտների առաջընթացը (գունավոր և թանկարժեք մետաղների արդյունահանումը, տեղեկատվական տեխնոլոգիաների բնագավառի մեծ ներուժի առկայությունը, բժշկական և բանկային ծառայությունների զարգացման միտումները և այլն):

Ձմեռային զբոսաշրջության ակտիվացմանը, հետևաբար՝ զբոսաշրջության ընդգծված սեզոնայնության նվազմանը կարող են օգնել լեռնադահուկային և ձմեռային այլ մարզաձևերով զբաղվելու մեծ հնարավորությունները:

Տարածաշրջանի (երկրի)՝ որպես մրցակցային միավորի ռազմավարական նպատակը առաջնայնության ապահովումն է տևական ժամանակում,

իսկ երկրի մրցունակության վրա ազդում է տնտեսության ոլորտների, շուկաների և շրջակա միջավայրի ներդաշնակ փոխգործունեությունը:

Ջրոսաշրջության, մասնավորապես՝ հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի բարելավման համար կարևոր նշանակություն ունի Հայաստանի տարածքի գիտականորեն հիմնավորված գոտիների բաժանումը, հանգստյան գոտիների առանձնացումն ու դրանց հետագա կարգավիճակի հստակեցումը:

Հայաստանի տարածքի մի մասը (Շիրակի, Արագածոտնի, Վայոց ձորի մարզեր), որն այնքան էլ հարուստ չէ բնական ռեսուրսներով և պատմամշակութային հուշարձաններով, կարող է օգտագործվել միայն գյուղատնտեսական և որոշ արտադրությունների կազմակերպման նպատակներով, այսինքն՝ Ջրոսաշրջության զարգացման ներուժ չունեն:

Ջրոսաշրջության և հյուրանոցային տնտեսության վերլուծությունն ու պլանավորումը պահանջում են հաշվի առնել տարածաշրջանային մի քանի բնութագրեր, որոնցից հիմնականներն են.

- տնտեսության առաջատար ոլորտները,
- սոցիալ-տնտեսական բնութագրերը (քաղաքային և գյուղական բնակչության հարաբերակցությունը, կրթվածության մակարդակը և մասնագիտական որակավորման կառուցվածքը, բնակավայրերի զարգացման հեռանկարները և այլն),
- ազգային առանձնահատկությունները,
- սոցիալ-ժողովրդագրական կառուցվածքը (բնակչության սեռահասակային կազմը և ժողովրդագրական զարգացման հեռանկարները),
- նյութատեխնիկական բազայի բնութագիրը, մատչելիության պայմանները,
- տրանսպորտային ցանցը, զարգացման հեռանկարները,
- սոցիալական ենթակառուցվածքը:

Սույն ուսումնասիրության շրջանակներում տարածաշրջանը դիտարկվում է բացառապես հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի զարգացման տեսանկյունից, որի հիմքը, իր հերթին, Ջրոսաշրջության որոշակի տեսակների ներուժն է:

Հայաստանի տարածքը գոտիների բաժանելը հնարավորություն կտա հեռանկարում բնօգտագործման զարգացման մի քանի տարբերակ նախատեսել. առաջին՝ բնօգտագործման այժմյան միտումների պահպանում, այսինքն՝ զարգացնել հանքարդյունաբերությունը և ընդգծել էկոլոգիական հիմնախնդիրները, երկրորդ՝ ոչ մրցունակ կամ շրջակա միջավայրն աղտոտող արտադրությունների խիստ սահմանափակում, երրորդ՝ անցում բազմազանեցված բնօգտագործման, այսինքն՝ տնտեսության առաջնայինից դեպի երկրորդային և երրորդային հատվածներ (ծառայությունների ոլորտ) կապիտալի (ներդրումների) ներհոսքի խթանում:

Էկոլոգիական զբոսաշրջության զարգացման տեսանկյունից գրավիչ կարող են լինել պատմամշակութային հուշարձաններով հարուստ և գեղատեսիլ բնաշխարհով աչքի ընկնող Տավուշի, Սյունիքի և Լոռու մարզերը: Այդ տարբերակի իրագործումը ոչ միայն չի հակասի երկրի տնտեսական առաջխաղացման հեռանկարներին, այլև կթխի ինչպես կայուն զարգացման տրամաբանությունից, այնպես էլ կնպաստի մարզերի սոցիալ-տնտեսական համահարթեցմանը և նոր աշխատատեղեր ստեղծելով՝ զգալիորեն կմեղմի սոցիա-

լական լարվածությունը երկրում: Բացի դա, նշված մարզերի (նաև երկրի) տնտեսությունը կհենվի ոչ միայն (և ոչ այնքան) հումքային հատվածի, այլ նաև ծառայությունների ոլորտի վրա: Եթե հաշվի առնենք, որ նշված մարզերը հարյուրավոր կիլոմետրեր ընդհանուր սահման ունեն հարևան ոչ բարեկամ երկրների հետ, ապա ասենք, որ այդ սցենարը կարող է նպաստել նաև պաշտպանական նշանակության որոշ խնդիրների լուծմանը:

Ջրոսաշրջությունը և հյուրանոցային ծառայությունների շուկան իրենց բնույթով առավելապես միջազգային են և, ներքին շուկայի հետ սերտ կապի մեջ լինելով, կարող են նաև տարածաշրջանում կայունացման լուրջ դերակատարում ունենալ: Մեր կարծիքով՝ հատկապես երրորդ տարբերակը կարող է միջազգային շուկայի հետ ՀՀ հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի միասնացման և միջազգայնացման ծանրակշիռ նախադրյալ ծառայել:

Միջազգային փորձը ցույց է տալիս, որ որոշակի տարածքում հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի մակարդակը հիմնականում պայմանավորված է տվյալ տարածքի զբոսաշրջային ռեսուրսների նկատմամբ պահանջարկով, այլ ենթակառուցվածքների զարգացման, ինչպես նաև տվյալ տարածքում գործարար ակտիվության մակարդակով:

ՀՀ զբոսաշրջային ռեսուրսների նկատմամբ ներուժային պահանջարկը և զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների առկայությունը հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի առաջընթացի կարևոր գործոններ են: Անհրաժեշտ է կանխատեսվող պահանջարկը գնահատելիս հաշվի առնել հյուրանոցների կառուցման ու արդյունավետ գործունեության հնարավորությունները՝ ներառյալ դրանց վերաբերյալ կայացվող որոշումների էկոլոգիական, տնտեսական և սոցիալական հետևանքները: Որպես զբոսաշրջային ռեսուրսներ են ծառայում ՀՀ բնակլիմայական պայմանները (բուսական և կենդանական աշխարհը), ճարտարապետական և պատմական շինությունները, թանգարանները և ցուցահանդեսները:

Տրանսպորտային ենթակառուցվածքի զարգացման աստիճանը գործնականում էական ազդեցություն ունի ցանկացած տեսակի տնտեսական գործունեության համար: Տրանսպորտային մատչելիությունը հատկապես կարևորվում է անշարժ գույքի կառուցման ներդրումային նախագծերում: Ջրոսաշրջության տեսանկյունից դա ինտեգրալ ցուցանիշ է համարվում և ներառում է մինչև նշանակման վայր հեռավորությունը, ճանապարհորդության վրա կատարվող ժամանակային և դրամական ծախսերը, ճանապարհորդության հարմարավետությունը: Հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի համար այս գործոնի կարևորությունը պայմանավորված է նրանով, որ զբոսաշրջիկների ընդհանուր ծախսերի մեջ մեծ տեսակարար կշիռ ունի մինչև նշանակման վայր հասնելու, տեղավորվելու և այնտեղ կատարվող տրանսպորտային ծախսերի հանրագումարը:

Երկրի տնտեսական մակարդակը, միջազգային գործարար կապերի ընդլայնումը, երկրի տարածքում միջազգային երթուղիների խաչաձևումը նպաստում են գործարար մարդկանց ներհոսքին, հետևաբար՝ հյուրանոցային ծառայությունների նկատմամբ պահանջարկի մեծացմանն ու դրանց եկամուտների աճին: Գործարար զբոսաշրջությունն այժմ ողջ աշխարհում բնութագրվում է աճի բարձր տեմպերով: Ընդ որում, ցանկացած երկրում գործարար ակտիվության աճը սերտորեն կապված է տրանսպորտային ենթակառուցվածքի զարգացման մակարդակի հետ:

«Հ հյուրանոցային ծառայությունների շուկան փակ տնտեսական հանակարգ չէ, քանի որ, բացի ոլորտին բնորոշ գործոններից, շուկայի զարգացման վրա ազդում են նաև միջազգային միջավայրը և հյուրանոցային ծառայությունների համաշխարհային շուկայի զարգացման գործոնները:

Հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի վրա միջազգային միջավայրի ազդեցության հարցերը լայնորեն քննարկվել են արտասահմանյան հեղինակների աշխատություններում<sup>1</sup>, որտեղ առանձնացվում են այդ միջավայրի սոցիալական, տեխնոլոգիական, քաղաքական և տնտեսական գործոնները:

*Սոցիալական միջավայրը* բնութագրվում է հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի վրա ազդող, ժամանակակից հասարակության մեջ կատարվող հետևյալ փոփոխություններով. միջին վիճակագրական ընտանիքի անդամների քանակի նվազում, բնակչության կրթական մակարդակի բարձրացում, անհատի ինքնարտահայտման գործում կարիերայի, հասարակության մեջ կանանց դերի բարձրացում, ազատ ժամանակի աճ: *Տեխնոլոգիական միջավայրը*, որպես սպասարկման որակի բարելավման միջոց, նույնպես նպաստում է հյուրանոցային ծառայությունների զարգացմանը: Տեղեկատվական ռեսուրսների ընդլայնումը հնարավորություն է տալիս ավելի բազմակողմանիորեն ուսումնասիրելու հյուրանոցային ծառայությունների սպառողներին, հետևելու պահանջարկի կառուցվածքի փոփոխությանը, արագ արձագանքելու դրանց՝ կարգավորելով պահանջարկն ու առաջարկը:

Ողջ աշխարհում *բնապահպանական վիճակի* վատացման հետևանքով գործարարության ցանկացած տեսակի պարագայում կարևորվում է *էկոլոգիական միջավայրը*: Այսպես՝ մերձքաղաքային կամ էկոլոգիական զբոսաշրջության համար նախատեսվող հյուրանոցների շինարարությունը, ինչպես նաև դրանց տնտեսական գործունեությունը պատճառ են դառնում շրջակա միջավայրի այնպիսի փոփոխությունների, որոնք բացասաբար են անդրադառնում տվյալ տարածքի կենդանական և բուսական աշխարհի վրա:

*Քաղաքական միջավայրի* գործոններին են վերաբերում երկրի քաղաքական մթնոլորտը, զբոսաշրջության ոլորտում պետության վարած քաղաքականությունը, օտարերկրյա ներդրողների շահերի պաշտպանության քաղաքականությունը և այլն:

*Տնտեսական միջավայրի* վիճակի և հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի միջև ուղղակի կապ կա: Սղաճը, հարկային օրենսդրության մեջ կատարվող փոփոխությունները, ֆինանսական ճգնաժամերը, անձնական եկամուտների նվազումը և տնտեսական միջավայրի այլ գործոններ ազդում են առաջարկի ու պահանջարկի հարաբերակցության վրա՝ հյուրանոցային գործարարությունը դարձնելով ռիսկային: Եթե հաշվի առնենք նաև հյուրանոցների շինարարության տևողությունը և անշարժ գույքի շուկայի իրադրությունը, կտեսնենք, որ արտաքին միջավայրի ազդեցությամբ պայմանավորված ռիսկը գնալով մեծանում է:

Մասնագիտական գրականության ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ ցանկացած երկրում կամ տարածաշրջանում այդ ոլորտի վրա ուղղակի կամ անուղղակի ազդող հիմնական գործոններից առավելապես կարևորվում

<sup>1</sup> Տե՛ս **Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д.**, Маркетинг. Гостеприимство и туризм /учебник для вузов, пер. с англ., под ред. Р.Б. Ноздревой/. М., «ЮНИТИ», 1998. **Lewis R.**, Marketing Leadership in Hospitality: foundations and practices/Robert C. Lewis, Richard E. Chambers. - New York: Van Nostrend Reirmold, 1989. **Powers T.**, Introduction to Management in the Hospitality Industry. - 5<sup>th</sup> ed.- New York: John Wiley&Sons Inc., 1995:

են միջազգայնացումը և տեղեկացվածությունը: Առաջին գործոնն արտահայտվում է առաջատար խմբերի կողմից միջազգային հյուրանոցային շղթաների և միությունների ստեղծման ձգտմամբ: Համաշխարհային շուկայում հյուրանոցային շղթաները վերազգային ընկերությունների կարգավիճակ ունեն: Միջազգային փորձագետների գնահատականների համաձայն՝ վերջին շրջանում ստեղծվող վերազգային ընկերությունների մեծ մասը զբաղված է ծառայությունների ոլորտում<sup>2</sup>:

Հյուրանոցային շղթաների ձևավորումը նպաստում է նախ՝ ֆրանչայզինգի (վստահագրում) հիման վրա ֆրանչիզի (առանձնաշնորհ) պայմանագրի կնքմանը կամ գործարարության ընդլայնմանը, ապա՝ կառավարման պայմանագրերի կնքմանը: Ֆրանչայզինգը պայմանագրային պարտավորությունների վրա հիմնվող ռազմավարական միության այնպիսի տեսակ է, որը մայր կազմակերպությանը հնարավորություն է տալիս շուկայում իր մասնաբաժինը մեծացնելու ավելի արագ, քան գործարարության ավանդական ձևերի դեպքում է:

Միջազգային շուկայում կան հյուրանոցային շղթաներ, որոնցում բոլոր հյուրանոցները գործում են վստահագրման պայմանագրերի հիման վրա:

Հյուրանոցային գործում վստահագրման առավելություններից են.

- Հյուրանոցային մակնիշի նույնականացումը հնարավորություն է տալիս դյուրին դարձնելու համապատասխան ծառայություններից օգտվողների ընտրությունն այն երկրներում և քաղաքներում, որտեղ գործում է սպառողի նախընտրած մակնիշի հյուրանոցը: Օրինակ՝ գործարար նպատակներով այդ ծառայություններից օգտվող ընկերությունները հյուրանոցային շղթայի հետ միևնույն մակնիշի հյուրանոցներում մշտապես սպասարկվելու պայմանագիր են կնքում: Ըստ այդմ՝ սպառողների տվյալ հատվածը խթանում է հյուրանոցային շղթաների զարգացումը՝ նպաստելով գործունեության տվյալ տեսակի միջազգայնացմանը:

- Վստահագրման պայմանագրի կնքումը թույլ է տալիս օգտվել տեղերի պահուստավորման ու ամրագրման համակարգից (GDS): Խոշոր հյուրանոցային շղթաները սեփական համակարգն են ստեղծում՝ միասնականով նախ ազգային, ապա միջազգային համակարգերին: Վերջիններս ընդգրկում են ոչ միայն հյուրանոցային գործարարությունը, այլև զբոսաշրջության ողջ ոլորտը, ինչը նպաստում է ամբողջական տեղեկատվական համակարգ ձևավորելուն և զբոսաշրջիկին ճանապարհորդության վերաբերյալ անհրաժեշտ տեղեկություններ ստանալու հնարավորություն է տալիս:

- Վստահագրման դեպքում կողմերի փոխհարաբերությունները թույլ են տալիս սպասարկման որոշակի չափորոշիչներ սահմանել: Վստահագրողը մշտապես վերահսկում է իր շղթայի մեջ մտնող հյուրանոցների ծառայությունների որակը:

Շղթայում ներառված օբյեկտների նույնականացումը, բացի վերը թվարկած առավելություններից, ունի նաև կարևոր թերություն՝ դրանք կորցնում են իրենց եզակիությունը: Ուստի տնտեսական և իրավաբանական ինքնուրույնություն ու անհատականություն պահպանել ցանկացող հյուրանոցները ստեղծում են միավորումներ՝ որպես համապատասխան ծառայությունների իրացման այլընտրանքային տարբերակ:

<sup>2</sup> Տե՛ս **Jeannet J., Hennessey H.**, Global Marketing Strategies: 4<sup>th</sup> edition.-Boston: Houghton Mifflin Company, 1998, էջ 21:

Հյուրանոցային գործարարության միջազգայնացմանը և այդ ծառայությունների շուկայի զարգացմանը նպաստում է նաև կառավարման պայմանագրերի կնքումը: Դրանք կնքվում են կառավարչական ընկերության և հյուրանոցի սեփականատիրոջ միջև: Եթե վստահագրման պայմանագիրը հյուրանոցին տնտեսական առավելության հնարավորություն է տալիս, ապա կառավարչական պայմանագիրն առավելություն է ապահովում արհեստավարժ կառավարման ասպարեզում:

Բազմաթիվ երկրներում գործունեություն ծավալող հյուրանոցային միջազգային շղթաները հաճախ ստեղծում են մասնագիտացված կառավարչական ընկերություններ: Սովորաբար հյուրանոցի սեփականատերը կառավարման պայմանագիր է կնքում այն դեպքում, երբ հյուրանոցը 300-ից ավելի համար է ունենում: Սակայն պայմանագրային կառավարումը հյուրանոցի սեփականատիրոջ համար որոշ չափով ռիսկային է: Այդ պատճառով պայմանագրի կարևոր պայմաններից մեկը կառավարող ընկերության՝ հյուրանոցի սեփականությանը բաժնեմասնակցությունն է:

Հյուրանոցային ծառայությունների միջազգային շուկայի մյուս գործոնը տեղեկացվածությունն է, որն արտահայտվում է տեղեկատվական նոր տեխնոլոգիաների տարածմամբ և կիրառմամբ:

Ներկա պայմաններում տեղեկատվական տեխնոլոգիաների լայնածավալ օգտագործումը ձևավորում է շուկայական տարածքի երկու՝ իրական և վիրտուալ տեսակ: Վիրտուալը ապրանքների ու ծառայությունների իրացման աճի և սպառողների ժամանակի տնտեսման կարևոր գործոն է: Զբոսաշրջության և հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի համար կարևոր է տեղերի պահուստավորման և ամրագրման բազմագործառնական համակարգը, որն առաջատար ընկերությունների շրջանում աչքի է ընկնում տեխնիկական բարձր մակարդակով. օրինակ՝ Amadeus համակարգի մեջ մտնող Amadeus Global Travel Distribution-ը, Amadeus Air-ը, Amadeus Fare Guote-ը, Amadeus Hotels-ը, Amadeus Cars-ը: Amadeus Hotels-ը աշխարհի հյուրանոցների վերաբերյալ պարունակում է հետևյալ տեղեկությունները՝ հյուրանոցի տեղաբաշխման վայրը (շրջանը, քաղաքը, քաղաքի թաղամասը), ազատ տեղերի առկայությունը, հյուրանոցային շղթային պատկանելությունը, ծառայությունների տեսակները, դրանց արժեքները, վճարման պայմանները և այլն: Amadeus<sup>3</sup> համակարգի միջոցով տեղեր են ամրագրվում աշխարհի 35000 հյուրանոցներում: Հյուրանոցային տեղերի ամրագրման մյուս խոշոր համակարգերից են Galileo-ն (30000 հյուրանոց) և Worldspan-ը (39000 հյուրանոց և 216 հյուրանոցային ցանցեր)<sup>4</sup>: Բնակչության զբաղվածության կառույցները վկայում են դրանց միջոցով նոր աշխատատեղերի ստեղծման և սոցիալ-տնտեսական զարգացմանը նպաստելու մասին:

Միջազգային միջավայրի և հյուրանոցային ծառայությունների համաշխարհային շուկայի զարգացման միտումների ուսումնասիրությունը կարևոր նշանակություն ունի մեր երկրում այդ ոլորտի վերլուծության և զարգացման պլանավորման համար: Դա նպաստում է թե՛ շուկայական մեխանիզմների կատարելագործմանը, թե՛ միջազգային մեր շուկայի միասնացմանը: Հայաստանի աշխարհագրական դիրքը և տնտեսական առանձնահատկություն-

<sup>3</sup> Տե՛ս [www.amadeus.net](http://www.amadeus.net).2013

<sup>4</sup> Տե՛ս [www.alltravelworld.ru](http://www.alltravelworld.ru) 2013



ները պայմանավորում են միջազգային միտումների որոշակի սահմանափակումներ:

Այսպիսով՝ վստահագրման հիման վրա հյուրանոցային շղթաների ձևավորումը տվյալ շուկայի զարգացման հեռանկարային և տնտեսապես արդարացված ուղղություն է, որի հիմնական առավելությունը սպառողների սպասարկման ավելի բարձր չափորոշիչների կիրառումն է: Միևնույն ժամանակ, կառավարման պայմանագրերի կնքումը, մեր երկրում համապատասխան մասնագետների սակավության պատճառով, սահմանափակումներ ունի:

Հայաստանում հավատարմագրային կառավարման պայմանագրերի կնքմանն ու հյուրանոցների կառավարման որոշ խնդիրների լուծմանը կարող է նպաստել հյուրանոցային միավորումների ստեղծումը: Դա նաև ազգային հիմնական հատկանիշները պահպանելու, լրացուցիչ սպառողներ ներգրավելու, հյուրանոցային ծառայությունների պահանջարկը մեծացնելու և շուկան զարգացնելու հնարավորություն կտա:

**РУЗАН МЕЖЛУМЯН**

Соискатель кафедры  
„Организации бизнеса“ АГЭУ

***Региональные особенности на рынке гостиничных услуг.***– В рамках представленного исследования рынок рассматривается исключительно с точки зрения развития потенциала рынка гостиничных услуг, основа которых развитие некоторых форм туристического потенциала. Формирование гостиничных сетей, основанных на сертифицировании является стратегически важным и экономически выгодным направлением развития на рынке гостиничных услуг, главное преимущество которых более высокий стандарт уровня обслуживания потребителей.

**RUZAN MEZHLUMYAN**

Researcher at the Chair of  
„Business Administration“ at ASUE

***Regional Features of Hotel Services Market.***– In the present investigation the market is determined only in terms of the development potential of hotel services market, the basis of which is the development of some forms of tourism potential.

The formation of hotel chains on the basis of certification, is considered to be a strategically essential and economically profitable way of developing the hotel services market.

The main advantage of hotel industry is the high standard of consumer services.

