

**2 0 0 9 Թ Վ Ա Կ Ա Ն Ի Ծ Ր Ա Գ Ի Ր**

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ**

**I. ՆԱԽԱԲԱՆ**

Զբոսաշրջությունը, մասնագետների գնահատմամբ, համաշխարհային տնտեսության զարգացման հիմնական շարժիչ ուժերից է: Զբոսաշրջության կայուն զարգացումը նպաստում է կայուն տնտեսական զարգացմանը, շրջակա միջավայրի պահպանությանը, համաչափ տարածքային տնտեսական զարգացմանը, աղքատության հաղթահարմանը, պատմամշակութային ժառանգության և ավանդույթների պահպանությանն ու զարգացմանը, մշակութային արժեքների փոխադարձ արժևորմանը և այլն:

Համաձայն Միավորված ազգերի կազմակերպության զբոսաշրջության համաշխարհային կազմակերպության (այսուհետ՝ ՄԱԿ-ի ԶՀԿ) վիճակագրական տվյալների (UNWTO World Tourism Barometer)՝ վերջին տարիներին մինչև 2008 թվականը համաշխարհային զբոսաշրջային այցելությունների միջին տարեկան աճը կազմել է 4-4.5 տոկոս: 2007 թվականին այն անցել է 6 տոկոսի սահմանագիծը: 2008 թվականի հունվար-հոկտեմբեր ամիսների ընթացքում համաշխարհային զբոսաշրջային այցելությունների աճի տեմպը 2007 թվականի նույն ժամանակահատվածի նկատմամբ կազմել է 3.7 տոկոս, իսկ տարեկան աճի տեմպի կանխատեսումը 2-3 տոկոս է: Համաշխարհային տնտեսական զարգացումների ներկա սցենարի պահպանման դեպքում 2009 թվականի ընթացքում կանխատեսվում է համաշխարհային զբոսաշրջային այցելությունների մինչև 2 տոկոս աճ:

Վերջին տարիներին, շնորհիվ զբոսաշրջության ոլորտում վարվող նպատակային պետական քաղաքականության, ինչպես նաև շահագրգիռ կողմերի՝ պետական կառավարման և տեղական ինքնակառավարման մարմինների, մասնավոր հատվածի և բնակչության համագործակցության, զբոսաշրջությունը Հայաստանում արձանագրում է այցելուների թվի կայուն և դինամիկ աճ: **2001** թվականից ի վեր Հայաստան կատարված միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների միջին տարեկան աճը կազմում է **25** տոկոս:

**2007** թվականին միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների թիվը կազմել է ավելի քան **510000** այցելու՝ **2006** թվականի համեմատ աճելով **33.5** տոկոսով: **2008** թվականին Հայաստան ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների թիվը կազմել է **558443** այցելու՝ **2007** թվականի նույն ժամանակահատվածի նկատմամբ աճելով **9.4** տոկոսով: Ինչպես համաշխարհային զբոսաշրջային այցելությունների՝ **2008** թվականին Հայաստանում նույնպես զբոսաշրջային այցելությունների աճի տեմպի նվազում է արձանագրվել:

Այնուամենայնիվ, Հայաստան զբոսաշրջային այցելությունները շարունակում են աճել, իսկ **2009** թվականին Հայաստան ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների թվի թիրախը **650000**-ի սահմանագիծը հատելն է:

Վերջին տարիներին զբոսաշրջության ոլորտի մարքեթինգային քաղաքականության շրջանակներում ծրագրային միջոցառումները հիմնականում ուղղված են եղել համաշխարհային շուկայում Հայաստանի՝ որպես զբոսաշրջության համար բարենպաստ և գրավիչ երկրի նկարագրի ձևավորման շարունակական կատարելագործմանը:

Մասնավորապես, իրականացվել են հետևյալ ծրագրային միջոցառումները՝

**1)** հայրենական զբոսաշրջային արդյունքը ներկայացվել է Բեռլինում, Լոնդոնում, Դոմիլիում, Միլանում, Թբիլիսիում, Հռոմում, Մադրիդում, Տոկիոյում, Ուտրեխտում և Մոսկվայում անցկացվող ամենամյա միջազգային զբոսաշրջային ցուցահանդեսներում և տոնավաճառներում, որը լուրջ խթան է Հայաստան այցելող միջազգային զբոսաշրջիկների թվի աճի համար.

2) Հայաստանի զբոսաշրջային գրավչությունները պահանջարկի շուկաներում ներկայացնելու և զբոսաշրջիկներին անհրաժեշտ տեղեկատվությամբ նախապես ապահովելու նպատակով մշակվել, տպագրվել և տարածվել են բազմատեսակ գովազդատեղեկատվական նյութեր.

3) **2007** թվականի ընթացքում «Հայաստան» զբոսաշրջային տեղեկատվական կենտրոնը, տրամադրելով բազմաբնույթ տեղեկատվություն, սպասարկել է շուրջ **8765** զբոսաշրջիկի, որոնց թիվը **2006** թվականի համեմատ աճել է մոտավորապես **25** տոկոսով.

4) **2005-2007** թվականներին Հայաստանում ճանաչողական նպատակներով կազմակերպվել են Ճապոնիայից, Ռուսաստանից և Եվրոպական մի շարք երկրներից ժամանած զբոսաշրջային օպերատորների և լրագրողների այցելություններ.

5) **2008** թվականին շարունակվեց ՄԻ-ԷՆ-ԷՆ և **EuroNews** հեռուստաալիքներով Հայաստանը ներկայացնող երկու տեսահոլովակների հեռարձակումը:

**2008** թվականին, Հայաստանի Հանրապետության կառավարության **2008** թվականի ապրիլի 17-ի N **412**-Ն որոշմանը համապատասխան, իրականացվեցին Հայաստանը ներկայացնող վավերագրական ֆիլմի նկարահանման աշխատանքները՝ իսպանական հեղինակավոր Բազզ Բիզնես և Թրանսգլոբլ ընկերությունների հետ համագործակցությամբ: Ֆիլմը հեռարձակման շրջանառության մեջ կմտնի **2009** թվականի ընթացքում:

## II. ԾՐԱԳՐԻ ՄՇԱԿՄԱՆ ՀԻՄՔԵՐԸ

Ծրագրի մշակման համար հիմք են հանդիսացել՝

1) «Զբոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքը.

2) **2008** թվականի փետրվարի 13-ին Հայաստանի Հանրապետության կառավարության հավանության արժանացած Զբոսաշրջության զարգացման հայեցակարգը.

3) Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2008 թվականի հոկտեմբերի 16-ի «Ջրոսաշրջության զարգացման հայեցակարգից բխող 2008-2012 թվականների միջոցառումների ծրագիրը հաստատելու մասին» N 1322-Ն որոշումը:

### III. ԾՐԱԳՐԻ ՆՊԱՏԱԿՆԵՐԸ ԵՎ ԱԿՆԿԱԼՎՈՂ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԸ

Ծրագրի հիմնական նպատակներն են՝

1) ակտիվ և արդյունավետ մարքեթինգային քաղաքականության իրականացման միջոցով Հայաստանի՝ որպես զրոսաշրջության համար բարենպաստ և գրավիչ երկրի նկարագրի ձևավորումը և այն միջազգային շուկայում ներկայացնելն ու ամրապնդելը.

2) Հայաստանի միջազգային ինտեգրմանը նպաստելը:

Ծրագրի իրականացման արդյունքում նախատեսվում է՝

1) նպաստել Հայաստան ներգնա զրոսաշրջային այցելությունների աճի տեմպի (շուրջ 20 տոկոս) պահպանմանը՝ 2009 թվականին ապահովելով 650000-ից ավելի զրոսաշրջային այցելություններ.

2) ապահովել Հայաստանի՝ որպես զրոսաշրջության համար բարենպաստ և գրավիչ երկրի նկարագրի ամրապնդումը համաշխարհային զրոսաշրջային շուկայում:

### IV. ԾՐԱԳՐԻ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ

Համաշխարհային զրոսաշրջության զարգացման միտումների և նախորդ տարիների ընթացքում Հայաստանում զրոսաշրջության զարգացման պետական ծրագրերի իրականացման արդյունքների վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ 2009 թվականի զրոսաշրջության զարգացման ծրագրի նպատակի իրականացումը պայմանավորված է հետևյալ հիմնական խնդիրների լուծմամբ՝

1) զբոսաշրջության բնագավառում արդյունավետ մարքեթինգային քաղաքականության իրականացում, միջազգային զբոսաշրջային շուկայում հայրենական զբոսաշրջային արդյունքը պատշաճ ներկայացելը.

2) համաշխարհային զբոսաշրջային շուկա Հայաստանի ինտեգրում, ակտիվ և արդյունավետ միջազգային համագործակցություն:

## V. ԾՐԱԳՐԱՅԻՆ ՄԻՋՈՑԱՌՈՒՄՆԵՐԻ ՀԱՄԱԿԱՐԳԸ

**2009** թվականի համար նախատեսված ծրագրային միջոցառումների համակարգն ընդգրկում է հետևյալ հիմնական ուղղությունները`

1) զբոսաշրջության ոլորտում մարքեթինգային քաղաքականության իրականացում, գովազդատեղեկատվական ապահովման համակարգի շարունակական զարգացում և կատարելագործում.

2) զբոսաշրջության բնագավառում միջազգային համագործակցության ծավալում:

### ***1. Զբոսաշրջության բնագավառում մարքեթինգային քաղաքականության իրականացումը, գովազդատեղեկատվական ապահովման համակարգի շարունակական զարգացումը և կատարելագործումը***

**2009** թվականին ծրագրվում է ակտիվացնել և զարգացնել իրականացվող մարքեթինգային քաղաքականությունը, ապահովել Հայաստանի` որպես զբոսաշրջության համար գրավիչ և ապահով երկրի նկարագրի ամրապնդումը համաշխարհային զբոսաշրջային շուկայում, ինչն իր հերթին կնպաստի Հայաստան զբոսաշրջային այցելությունների կայուն աճի պահպանմանը:

Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքը համաշխարհային շուկայում ներկայացնելու հիմնական ձևերից է միջազգային հեղինակավոր զբոսաշրջային ցուցահանդեսներին մասնակցությունը:

Նախորդ տարիներին Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքը ներկայացվել է շուրջ **30** զբոսաշրջային ցուցահանդեսում, որոնց կազմակերպական գործառույթներն իրականացվել են «Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալություն» փակ բաժնետիրական ընկերության միջոցով:

Մասնավորապես, Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքը, մասնավոր հատվածի հետ համագործակցությամբ և համաֆինանսավորմամբ, մշտապես ներկայացվում է համաշխարհային ճանաչում ունեցող զբոսաշրջային ցուցահանդեսներում, որոնք ամեն տարի կազմակերպվում են Բեռլինում (**2001-2008 թթ.**), Լոնդոնում (**2001-2008 թթ.**), Թբիլիսիում (**2002, 2003, 2005, 2006** և **2007 թթ.**), Տոկիոյում (**2002-2008 թթ.**), Կիևում (**2003 թ.**), Դուբայում (**2005 թ.**), Փարիզում (**2007 թ., 2008 թ.**), Դովիլում (**2007 թ., 2008 թ.**), Միլանում (**2005-2008 թթ.**), Հռոմում (**2007 թ.**), Ռիմինիում (**2008 թ.**), Մադրիդում (**2006 թ.**), Մայամիում (**2003 թ.**), Նիդերլանդներում (**2006-2008 թթ.**), Օրլանդոյում (**2008 թ.**) և այլ:

Նշված ցուցահանդեսներին ակտիվ մասնակցության արդյունքում Հայաստանի զբոսաշրջության բնագավառի մասնավոր հատվածի բազմաթիվ ներկայացուցիչներ հնարավորություն են ստանում գովազդելու Հայաստանի զբոսաշրջային գրավչությունները, ներկայացնելու իրենց զբոսաշրջային փաթեթները, ուղղակի շփումների միջոցով գործարար կապեր հաստատելու օտարերկրյա գործընկերների հետ:

Միջազգային ցուցահանդեսներին Հայաստանի անընդմեջ մասնակցությունը տեսանելի առաջընթաց է ապահովել զբոսաշրջության բնագավառում: Նման միջոցառումների իրականացումն իր նպաստն է բերում Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքի մասին տեղեկատվության տարածմանը, համաշխարհային զբոսաշրջային արդյունաբերության

ներկայացուցիչների հետ ավելի սերտ համագործակցությանը և Հայաստան միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների կայուն աճի ապահովմանը:

**2008** թվականի ընթացքում միջազգային ցուցահանդեսներին Հայաստանի մասնակցության արդյունքների վերլուծությունը թույլ է տալիս գնահատել միջոցառման արդյունավետությունն ու անհրաժեշտությունը:

Եթե **2001-2003** թվականներին Հայաստանը մասնակցել է ընդամենը երկու ցուցահանդեսի՝ **3-9** զբոսաշրջային օպերատորների մասնակցությամբ, ապա ներկայումս Հայաստանը յուրաքանչյուր տարվա ընթացքում ներկայանում է շուրջ **10** միջազգային ցուցահանդեսի: Մասնավորապես, **2008** թվականին Հայաստանը մասնակցել է **9** միջազգային զբոսաշրջային ցուցահանդեսի (սվազագույնը **2** և առավելագույնը **13** զբոսաշրջային ընկերությունների մասնակցությամբ), ինչպես նաև Երևանում, արդեն ավանդույթի համաձայն, կազմակերպվել է **CTS 2008** («Խոսող քարերի երկիր») միջազգային զբոսաշրջային ցուցահանդեսը: Նշված ցուցանիշները պայմանավորված են այնպիսի գործոններով, ինչպիսիք են մասնավոր հատվածի ներկայացուցիչների (զբոսաշրջային օպերատորների)՝ նման միջոցառումներին մասնակցելու (համագործակցելով պետության հետ) շահագրգռվածությունը, պատրաստակամությունը և հնարավորությունները, պետություն-մասնավոր հատված համագործակցության մեջ պետության մասնակցության չափը, ինչպես նաև «Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալություն» փակ բաժնետիրական ընկերության՝ անհրաժեշտ մարդկային և նյութատեխնիկական ռեսուրսներով հագեցվածությունը: Վերջին տարիներին պետության մասնակցության չափն աստիճանաբար աճել է՝ հասնելով **30** տոկոսի, ինչը դրական ազդեցություն է ունեցել նաև մյուս գործոնների վրա:

**2008** թվականի արդյունքները գնահատելու նպատակով դիտարկենք մի քանի օրինակ:

Բեռլինում կայացած «**ITB'08**» զբոսաշրջային միջազգային ցուցահանդեսին մասնակցել է **13** զբոսաշրջային օպերատոր, որի ընթացքում կնքվել է միջինը **36** պայմանագիր՝ ապահովելով նվազագույնը **1080** զբոսաշրջային այցելություն:

Լոնդոնում կայացած «**WTM'08**» զբոսաշրջային ցուցահանդեսին մասնակցել է **5** զբոսաշրջային օպերատոր, որի ընթացքում կնքվել է միջինը **20** պայմանագիր՝ ապահովելով նվազագույնը **600** զբոսաշրջային այցելություն:

Փարիզում կայացած «**Top Resa**» զբոսաշրջային ցուցահանդեսին մասնակցել է **5** զբոսաշրջային օպերատոր, որի ընթացքում կնքվել է միջինը **15** պայմանագիր՝ ապահովելով նվազագույնը **450** զբոսաշրջային այցելություն:

Ռիմինիում կայացած «**TTG Incontri'08**» զբոսաշրջային ցուցահանդեսին մասնակցել է **4** զբոսաշրջային օպերատոր, որի ընթացքում կնքվել է միջինը **12** պայմանագիր՝ ապահովելով նվազագույնը **360** զբոսաշրջային այցելություն:

Այսպիսով, նվազագույն հաշվարկներով, **2008** թվականի ընթացքում ինը ցուցահանդեսում միջինը **6** զբոսաշրջային ընկերության մասնակցությամբ, օտարերկրյա գործընկերների հետ կնքվել է շուրջ **189** պայմանագիր՝ ապահովելով **5670** զբոսաշրջային այցելություն: Եվ, եթե հաշվի առնենք նաև այն հանգամանքը, որ վիճակագրական տվյալներով (**2006** թվականի սեպտեմբերից մինչև **2007** թվականի օգոստոսն իրականացվել է զբոսաշրջային այցելությունների վիճակագրական հետազոտություն՝ համագործակցությամբ Հայաստանի Հանրապետության Էկոնոմիկայի նախարարության, «Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալություն» փակ բաժնետիրական ընկերության, Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայության և **USAID CAPS** ծրագրի) զբոսաշրջային փաթեթով Հայաստան այցելած մեկ զբոսաշրջիկն այցելության ընթացքում ծախսում է միջինը **1400** ԱՄՆ-ի դոլար (առանց ավիատոմսի արժեքի), ապաստացվում է, որ, Հայաստանի Հանրապետության պետական բյուջեից ինը ցուցահանդեսի

համար ծախսելով **25** մլն դրամ, Հայաստանի համար ապահովվում է ավելի քան **2** մլրդ **450** մլն դրամ եկամուտ:

Միջազգային զբոսաշրջային ցուցահանդեսներին մասնակցությունը, բացի Հայաստան զբոսաշրջային այցելությունների թվի աճից, նպաստում է նաև միջազգային շուկայում Հայաստանի՝ որպես զբոսաշրջության համար բարենպաստ և գրավիչ երկրի նկարագրի ձևավորմանը:

Զբոսաշրջային միջազգային ցուցահանդեսների ընթացքում տեղի ունեցած հանդիպումների և բանակցությունների արդյունքում մի շարք հեղինակավոր լրատվամիջոցներում տպագրվել են Հայաստանը ներկայացնող հոդվածներ՝ **10000** օրինակ տպաքանակով՝ «**Lonely Planet**» ուղեցույցում, մինչև **15000** օրինակ տպաքանակով՝ «**Bradt Travel Guidebook**»-ում, **8000** օրինակ տպաքանակով՝ «**Trescher**» ուղեցույցում: Ընթացքում են նաև հանրահայտ «**Touring Club**», «**Polaris**» և «**Le Petit Fute**» ուղեցույցների ներկայացուցիչների հետ Հայաստանի մասին հոդված տպագրելու համար ծավալվող աշխատանքները:

Ցուցահանդեսների ժամանակ կայացած հանդիպումների և բանակցությունների արդյունքում կազմակերպվել են նաև օտարերկրյա զբոսաշրջային օպերատորների ու լրագրողների ճանաչողական այցեր Հայաստան:

Նախատեսվում է **2009** թվականին ապահովել Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունաբերության ներկայացուցիչների մասնակցությունը մի շարք միջազգային հեղինակավոր զբոսաշրջային ցուցահանդեսների՝ ավելացնելով պետական մասնակցությունը պետություն-մասնավոր հատված համագործակցության մեջ: Նախատեսվում է աջակցել նաև Հայաստանում կազմակերպվող միջազգային զբոսաշրջային ցուցահանդեսի կազմակերպմանը, ինչն էապես նպաստում է նաև ներքին զբոսաշրջության զարգացմանը: Պետական մասնակցության ավելացումը կնպաստի ցուցահանդեսների մասնակիցների թվի ավելացմանը, Հայաստանի՝ առավել ներկայանալի և արդյունավետ մասնակցու-

թյանը՝ ապահովելով կնքվող պայմանագրերի թվի և, հետևաբար, զբոսաշրջային այցելությունների ու եկամուտների բազմապատիկ աճ:

Զբոսաշրջության զարգացման և երկրի զբոսաշրջային արդյունքի խթանման համար խիստ կարևոր են նաև գովազդատեղեկատվական նյութերի տպագրումն ու տարածումը: Խիստ կարևորվում են առկա տեղեկատվության մշտապես թարմացումը, ինչպես նաև նոր նյութերի մշակումն ու տպագրումը:

**2009** թվականի ընթացքում կապահովվեն գովազդատեղեկատվական նյութերի նոր որակը, տպաքանակի ավելացումը և տարածման աշխարհագրական ընդլայնումը: Գովազդատեղեկատվական նյութերի առկայությունը հնարավորություն կընձեռի Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքն ազգային մակարդակով ներկայացնելու և գովազդելու միջազգային ցուցահանդեսներում, տոնավաճառներում, համաժողովներում և ոլորտի մի շարք այլ միջոցառումների ժամանակ:

Գովազդատեղեկատվական նյութերն ընդգրկում են զբոսաշրջային քարտեզները, տեղեկագրերը, ուղեցույցները, տեսահոլովակները, որոնք ուղղված են թե՛ զբոսաշրջիկների՝ մինչ Հայաստան ժամանելը երկրի մասին բավարար տեղեկատվությամբ ապահովմանը, և թե՛ Հայաստանում նրանց շրջագայության դյուրացմանը:

**2009** թվականին, ի լրումն նախորդ տարիներին մշակված և տպագրված գովազդատեղեկատվական նյութերի, կստեղծվեն այս շարքի նոր նյութեր Հայաստանի վերաբերյալ:

Գովազդատեղեկատվական նյութերն անվճար կտրամադրվեն «Հայաստան» զբոսաշրջային տեղեկատվական կենտրոն այցելած զբոսաշրջիկներին, ինչպես նաև արտերկրից Հայաստանի մասին հարցում կատարող մասնագետներին և զբոսաշրջիկներին:

Հայաստանի վերաբերյալ արդի և պատշաճ տեղեկատվություն տրամադրելու նպատակով **2009** թվականին նույնպես անհրաժեշտ կլինի վերանայել և թարմացնել «Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալություն» փակ բաժնետիրական

ընկերության ինտերնետային էջի ([www.armeniainfo.am](http://www.armeniainfo.am)) տեղեկատվական բազան: Այս աշխատանքները կնպաստեն Հայաստանի մասին անթերի և ճշգրիտ տեղեկատվություն տրամադրելուն՝ ինչպես օտարերկրյա և տեղացի զբոսաշրջիկներին, այնպես էլ զբոսաշրջության մասնագետներին: Ինտերնետային էջը տրամադրում է տեղեկատվություն Հայաստանի զբոսաշրջության բոլոր տեսարժան վայրերի, մշակութային գանձերի, ազգային արժեքների, զբոսայգիների, պատկերասրահների մասին, ինչպես նաև՝ այն տեղեկատվությունը, որն անհրաժեշտ է Հայաստան ժամանող յուրաքանչյուր զբոսաշրջիկի: Ինտերնետային կայքի միջոցով զբոսաշրջիկին ներկայացվում են ինտերակտիվ քարտեզներ, ինչպես նաև տրվում է լիարժեք, ամբողջական տեղեկատվություն զբոսաշրջային գործակալությունների, հյուրանոցների և ռեստորանների մասին: Ինտերնետային էջի բացառիկ հատկանիշներից է նաև շաբաթական իրադարձությունների պարբերաբար նորացվող ցանկը, որը յուրաքանչյուր ոք կարող է ստանալ իր էլեկտրոնային փոստով՝ մեկ անգամ բաժանորդագրվելուց հետո:

Համագործակցելով մի շարք տեղական և միջազգային կազմակերպությունների ու Հայաստանի Հանրապետության մարզպետարանների հետ՝ **2009** թվականի ընթացքում կմշակվեն, կձևավորվեն և կտպագրվեն անգլերենով տեղեկատվական ուղեցույցներ Հայաստանի մի շարք մարզերի մասին: Ուղեցույցները կպարունակեն տեղեկատվություն մարզերի տեսարժան վայրերի, թանգարանների, պատկերասրահների, եկեղեցիների, հյուրանոցների, ռեստորանների, զվարճանքի վայրերի և այլնի մասին: Կտպագրվեն նաև մարզերի քարտեզներ և գովազդային թերթիկներ: Միջոցներ կձեռնարկվեն նաև հանրապետության մարզերում զբոսաշրջային տեղեկատվական կենտրոններ հիմնադրելու համար:

Նախորդ տարիներին, ինչպես նաև **2008** թվականին իրականացվել են օտարերկրյա զբոսաշրջային օպերատորների և օտարերկրյա լրագրողների ճանաչողական-ուսուցողական այցեր, որոնք կազմակերպվել են «Զբոսաշրջության զարգացման հայկա-

կան գործակալություն» փակ բաժնետիրական ընկերության միջոցով: Նման միջոցառումները նպատակաուղղված են օտարերկրյա զբոսաշրջային օպերատորներին և լրագրողներին Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքին տեղում ծանոթացնելուն և հայաստանյան զբոսաշրջային օպերատորների հետ գործնական կապեր հաստատելուն: Այցելելով Հայաստան և ծանոթանալով հայկական զբոսաշրջային արդյունքի հետ՝ զբոսաշրջային օպերատորները հնարավորություն են ստանում իրենց իսկ տպավորությունների հիման վրա գնահատելու և ներկայացնելու Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքը՝ պահանջարկի շուկաներում:

Միջազգային փորձը ցույց է տալիս, որ երկրի զբոսաշրջության կայուն աճն ու զարգացումն ապահովելու համար խիստ կարևորվում է ճանաչողական միջոցառումների կազմակերպումը, ինչից ելնելով, **2009** թվականին նույնպես նախատեսվում է ճանաչողական այցերի կազմակերպում նպատակային շուկա համարվող մի շարք երկրներից:

Այցերի հիմնական նպատակը հայկական մշակույթի, սովորույթների, պատմական ժառանգության և զբոսաշրջիկներին հետաքրքրող այն ամենը ներկայացնելն է, որոնք հետագայում օտարերկրյա լրագրողը ներկայացնում է իր երկրում հրատարակվող թերթերում և լուսաբանում ամսագրերում: Սա Հայաստանը՝ զբոսաշրջության համար գրավիչ երկիր գովազդելու ևս մեկ միջոց է: Այսպիսի այցերի կազմակերպումը նպաստում է Հայաստանի զբոսաշրջության մասին իրազեկության բարձրացմանը և օտարերկրյա զբոսաշրջիկին դեպի Հայաստան գրավելուն: Ճանաչողական այցերի կազմակերպման արդյունքում Հայաստանի մասին տպագրվում են բազմաթիվ ճանապարհորդական թեմատիկայով հոդվածներ, ինչն ակնկալվում է նաև **2009** թվականին:

Տարբեր արտասահմանյան երկրների փորձն արդեն իսկ ապացուցել է, որ ամենամյա փառատոները, որոնք ունեն ազգային, մշակութային բնույթ և կազմակերպվում են

զբոսաշրջության համար ակտիվ սեզոնի ընթացքում, գրավում են բազում զբոսաշրջիկներին:

Նախատեսվում է **2009** թվականին կազմակերպել «Կենաց» փառատոնը, որի շրջանակներում կիրականացվեն մի շարք միջոցառումներ՝ ուղղված երկրի մշակույթը և պատմությունը ներկայացնելուն: **2009** թվականին «Կենաց» փառատոնը կընդլայնվի, և փառատոնի շրջանակներում կանցկացվի «Գինու տոնը» Վայոց ձորի մարզում, ինչին մասնակից կդառնան բազմաթիվ զբոսաշրջիկներ՝ ծանոթանալով երկրի մշակույթին և ավանդույթներին:

Նախատեսվում է նաև միջոցառումների իրականացում՝ ուղղված զբոսաշրջության տարածքային զարգացմանը, ներքին զբոսաշրջության զարգացմանը, ինչպես նաև նոր զբոսաշրջային գրավչությունների բացահայտմանը, ձևավորմանը և պատմամշակութային հիմքի վրա զբոսաշրջության այլընտրանքային ձևերի զարգացմանը:

## ***2. Զբոսաշրջության բնագավառում միջազգային համագործակցության ծավալումը***

«Զբոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի **4-րդ** հոդվածի **6-րդ** կետով զբոսաշրջության բնագավառում միջազգային համագործակցության զարգացման ապահովումը սահմանված է որպես պետական քաղաքականության հիմնական սկզբունք, իսկ նույն օրենքի **5-րդ** հոդվածի **1-ին** մասի **2-րդ** կետով՝ միջազգային կապերի զարգացմանը և միջազգային ինտեգրմանը նպաստող համակարգի ստեղծումը՝ որպես պետական քաղաքականության հիմնական նպատակ:

Պայմանավորված զբոսաշրջության ոլորտում իրավապայմանագրային դաշտի ընդլայնմամբ, ինչպես նաև միջազգային համագործակցության ակտիվացմամբ՝ նախատեսվում է **2009** թվականին իրականացնել ծրագրային միջոցառումներ, ինչն արդիական է տվյալ ժամանակահատվածում: Միջազգային համագործակցությունն էապես նպաստում է

նան ոլորտի մասնագետների վերապատրաստման գործընթացին, իսկ մարդկային ռեսուրսների զարգացումը թե՛ «Զբոսաշրջության և զբոսաշրջային գործունեության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքով և թե՛ Զբոսաշրջության զարգացման հայեցակարգով սահմանված է որպես պետական քաղաքականության հիմնական խնդիր:

Միջազգային համագործակցության շրջանակներում **2009** թվականի միջոցառումները կուղղվեն՝

1) զբոսաշրջության բնագավառում համագործակցության վերաբերյալ միջկառավարական համաձայնագրերի և գործնական ծրագրերի կատարմանը.

2) ՄԱԿ-ի ԶՀԿ-ի և այլ միջազգային կազմակերպությունների հետ համագործակցությանը և դրանց շրջանակներում իրականացվող ծրագրերին մասնակցությանը,

3) միջազգային համագործակցության շրջանակներում զբոսաշրջության բնագավառի մասնագետների (պետական և մասնավոր հատվածների) վերապատրաստմանը:

## VI. ՀԱՄԱԳՈՐԾԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆԸ` ԾՐԱԳԻՐՆ ԻՐԱԿԱՆԱՑՆԵԼԻՄ

Ծրագրի արդյունավետ իրականացման նպատակով անհրաժեշտ է ապահովել շահագրգիռ կողմերի՝ պետական կառավարման, տեղական ինքնակառավարման մարմինների, մասնավոր հատվածի, միջազգային կազմակերպությունների, բնակչության, ինչպես նաև զբոսաշրջիկների համագործակցությունը՝ ուղղված՝

1) միջազգային զբոսաշրջային ցուցահանդեսներին Հայաստանի առավել ներկայանալի մասնակցության ապահովմանը.

2) առավել որակյալ, թարմ ու բովանդակալի գովազդատեղեկատվական նյութերի, դրանցում ներառված տեղեկատվության հավաստիության, գովազդատեղեկատվական նյութերի տարածման աշխարհագրության ընդլայնման ապահովմանը.

3) օտարերկրյա լրագրողների և փորձագետների՝ Հայաստան ճանաչողական այցերի արդյունավետության բարձրացմանը՝ այցերի առավել գրավիչ ու բովանդակալից ծրագրեր մշակելու միջոցով:

4) նոր, մրցունակ զբոսաշրջային երթուղիների ձևավորմանը՝ դրանցում ապահովելով նաև տեղական բնակչության ակտիվ մասնակցությունը:

5) զբոսաշրջության բնագավառի պետական կառավարման, ծրագրերի մշակման ու իրականացման, դրանց մոնիթորինգի արդյունավետությունը և արդյունքների իրական գնահատումն ապահովելու նպատակով տվյալների բազայի ձևավորմանը:

6) բնակչության՝ զբոսաշրջության բնագավառի պետական կարգավորման գործընթացների վերաբերյալ իրազեկմանը, ինչպես նաև իրականացվող ծրագրերում ներգրավմանը:

Ծրագրի ընթացքում իրականացվող մոնիթորինգի արդյունքում ի հայտ եկած խնդիրները՝ կապված պատմամշակութային ու բնության հուշարձանների, բնական ռեսուրսների ռացիոնալ օգտագործման, մշակութային միջոցառումների առավել արդյունավետ կազմակերպման, մարդկային ռեսուրսների զարգացման, զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների, այդ թվում՝ նաև կապի, ճանապարհների ու դրանց կահավորման հետ, Հայաստանի Հանրապետության էկոնոմիկայի նախարարությունը քննարկում և համապատասխան առաջարկություններ է ներկայացնում համապատասխան իրավասու պետական կառավարման և տեղական ինքնակառավարման մարմիններ՝ դրանց լուծում տալու նպատակով:

Մոնիթորինգի արդյունքում ի հայտ եկած՝ ծրագրային լուծում պահանջող խնդիրները լուծելու նպատակով շահագրգիռ մարմինների հետ համատեղ մշակվում և Հայաստանի Հանրապետության կառավարության քննարկմանն են ներկայացվում համապատասխան ծրագրեր:

## VII. ԾՐԱԳՐԻ ՖԻՆԱՆՍԱԿԱՆ ԱՊԱՀՈՎՈՒՄԸ

Հայաստանի Հանրապետությունում զբոսաշրջության զարգացման **2009** թվականի ծրագիրը կիրականացվի Հայաստանի Հանրապետության պետական բյուջեի և Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությամբ չարգելված այլ միջոցների հաշվին:

**VIII. Ժ Ա Մ Ա Ն Ա Կ Ա Ց ՈՒ Յ Ց**

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ 2009 ԹՎԱԿԱՆԻ ԾՐԱԳՐԻ ԻՐԱԿԱՆԱՑՄԱՆ ՄԻՋՈՑԱՌՈՒՄՆԵՐԻ

NN ը/կ	Միջոցառման անվանումը	Ակնկալվող արդյունքը	Կատարողը	Կատարման ժամկետը
1	2	3	4	5
1.	Զբոսաշրջության ոլորտի գովազդատեղեկատվական ապահովման համակարգի կատարելագործում և զարգացում	միջազգային շուկայում Հայաստանի՝ որպես զբոսաշրջության համար բարենպաստ և գրավիչ երկրի նկարագրի շարունակական ամրապնդում՝ որպես ՀՀ կառավարության 2008 թվականի հոկտեմբերի 16-ի N 1322-Ն որոշման հավելվածի 9-րդ կետով նախատեսված միջոցառման իրականացում	«Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալություն» ՓԲԸ  ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն	2009 թ. ընթացքում
1.1.	Մասնակցություն միջազգային հայտնի զբոսաշրջային ցուցահանդեսներին և տոնավաճառներին	2009 թվականին կապահովվի Հայաստանի մասնակցությունը հեղինակավոր միջազգային 6-7 զբոսաշրջային ցուցահանդեսների, ինչի արդյունքում կամրապնդվեն հայաստանյան և օտարերկրյա զբոսաշրջային օպերատորների գործարար կապերը, կկնքվեն շուրջ 200 համագործակցության պայմանագրեր՝ ապահովելով շուրջ 6000 զբոսաշրջային այցելություն:	«Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալություն» ՓԲԸ  ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն	2009 թ. 1-ին, 2-րդ և 4-րդ եռամսյակներ
1.2.	Հայաստանը ներկայացնող գովազդային նյութերի մշակում, թարմացում, պատրաստում, տպագրում և տարածում	2009 թվականին Հայաստանի զբոսաշրջային գրավչությունները ներկայացված կլինեն պահանջարկի շուկաներում բազմալեզու տպագիր նյութերի և տեսանյութերի, ինչպես նաև անընդհատ թարմացվող ինտերնետային կայքի միջոցով:  Հայաստանը գովազդող և բնութագրող բրոշյուրների (1000 օրինակ) վերանայում, թարմացում և վերաձևավորում	«Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալություն» ՓԲԸ  ՀՀ էկոնոմիկայի	2009 թ. ընթացքում

1	2	3	4	5
		<p>Հայաստանի <b>A1</b> ֆորմատի քարտեզի տպագրում (<b>3000</b> օրինակ)  <b>“Adventure Armenia/Essential Guidebook”</b> բրոշյուրի (<b>500</b> օրինակ) պատրաստում՝ անգլերենով  <b>www.armeniainfo.am</b> կայքի բարելավում և թարմացում, ինչը կապահովի թարմ տեղեկատվություն Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքի մասին</p>	նախարարություն	
1.3.	Ավանդական տոնակատարությունների կազմակերպում և անցկացում	Նախատեսվում է <b>2009</b> թվականին մեկ փառատոնի իրականացում, որին, բացի տեղի բնակչությունից, կմասնակցեն նաև բազմաթիվ միջազգային զբոսաշրջիկներ՝ նպաստելով միջազգային զբոսաշրջային շուկայում Հայաստանի՝ որպես զբոսաշրջության համար բարենպաստ և գրավիչ երկրի նկարագրի ամրապնդմանը:	«Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալություն» ՓԲԸ  ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն	2009 թ. 2-րդ կիսամյակ
1.4.	Օտարերկրյա լրագրողների, տուրօպերատորների և փորձագետների՝ Հայաստան ճանաչողական այցերի կազմակերպում	<b>2009</b> թվականին ճանաչողական այցերի շրջանակներում Հայաստան կայցելի <b>9-10</b> օտարերկրյա լրագրող՝ ապահովելով Հայաստանի զբոսաշրջային արդյունքը ներկայացնելը և խթանելը համապատասխան լրատվամիջոցներով: Նախատեսվում է նաև եվրոպական առողջարանների ասոցիացիայի գլխավոր քարտուղարի և որակի կառավարման պատասխանատու-փորձագետի այցի կազմակերպումը՝ որպես ՀՀ կառավարության <b>2008</b> թվականի սեպտեմբերի <b>18</b> -ի <b>N 1064</b> -Ն որոշման հավելվածի <b>11</b> -րդ կետի <b>1</b> -ին ենթակետի, <b>12</b> -րդ կետի <b>4</b> -րդ ենթակետի, <b>13</b> -րդ կետի <b>8</b> -րդ ենթակետի կատարման ապահովում:	«Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալություն» ՓԲԸ  ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն	2009 թ. ընթացքում

1	2	3	4	5
2.	Զբոսաշրջության բնագավառում միջազգային համագործակցության ծավալում	Զբոսաշրջության բնագավառում միջազգային համագործակցության զարգացման ապահովումը սահմանված է որպես պետական քաղաքականության հիմնական սկզբունք: Պայմանավորված զբոսաշրջության ոլորտում իրավապայմանագրային պարտավորությունների կատարմամբ, ինչպես նաև միջազգային համագործակցության ակտիվացմամբ՝ նախատեսվում է <b>2009</b> թվականին իրականացնել համագործակցության զարգացման միջոցառումներ Իրանի Իսլամական Հանրապետության և Եգիպտոսի հետ, որոնք բխում են համագործակցության գործնական ծրագրերից: <b>2009</b> թվականի միջոցառումները նաև կուղղվեն ՄԱԿ-ի ՁՀԿ-ի կողմից իրականացվող ծրագրերին մասնակցությանը և այդ ծրագրերի շրջանակներում զբոսաշրջության բնագավառի մասնագետների (պետական և մասնավոր հատվածների) վերապատրաստմանը:	ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարություն  «Զբոսաշրջության զարգացման հայկական գործակալություն» ՓԲԸ	<b>2009</b> թ. ընթացքում

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ  
ԿԱՌԱՎԱՐՈՒԹՅԱՆ ԱՇԽԱՏԱԿԱԶՄԻ  
ՂԵԿԱՎԱՐ

Դ. ՍԱՐԳՍՅԱՆ