

Значение δ может быть получено для объектов в реальном состоянии (δ_p) и для этих же объектов в перспективе (δ_n) путем повышения баллов до возможного максимума, что зависит от типа и места объекта. После этого рассчитывается разница:

$$\Delta = \delta_n - \delta_p,$$

где Δ – разница между реальной и перспективной интегральной оценкой attractiveness.

Предложенная методология и метод позволяют дать сравнительную оценку туристского потенциала территорий и найти ее сильные и слабые стороны. Метод особенно приемлем для горных территорий, где социальная и природная среда отличается большим разнообразием. Метод может стать прикладным инструментом для оценки устойчивого развития туризма.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зырянов А.И. Регион: пространственные отношения природы и общества/ Пермь. гос. ун-т. 2006. 372с
2. Сафарян А.А. Подходы к оценке туристского потенциала территорий // Географический вестник. 2015. No 1(32), с. 89-103
3. Пенский О.Г., Черников К.В. Основы математической теории эмоциональных роботов: монография. Пермь, 2010, 256 с.

METHODOLOGY OF THE INTEGRAL ASSESSMENT OF TOURISTIC POTENTIAL OF A TERRITORY

Safaryan A.A., Aleksanyan G.P.

Perm State University, Perm, Russian Federation, azatsafaryan@mail.ru

Yerevan State University, Yerevan, Republic of Armenia, goraleksanyan@ysu.am

ANNOTATION

The assessment of the touristic potential of the territory is questioned here. Some basic aspects and problems of its implementation are discussed in the article. Integral assessment method for touristic potential is suggested which allows to asses any kind of territory and carry out a comprehensive and comparative research and analyzes.

ՋԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ՍԵՉՈՆԱՅՆՈՒԹՅՈՒՆ. ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐ ԵՎ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Ալեքսանյան Գ.Փ.

Երևանի պետական համալսարան, Երևան, Հայաստանի Հանրապետություն

goraleksanyan@ysu.am

Ջրոսաշրջության և զբոսաշրջային դեստինացիայի կայուն զարգացումը պայմանավորված է բազում գործոններով՝ տնտեսական, սոցիալական, քաղաքական,

մշակութային, բնական, ֆինանսական, ենթակառուցվածքային, մարդկային և այլն: Այդ գործոնները, համալիր կերպով ազդելով զբոսաշրջության վրա, պայմանավորում են ոչ միայն նրա զարգացման ուղղությունները, արագությունը, առաջնահերթությունները, այլ նաև իրենք նույնպես ենթարկվում են մեկ այլ, առավել մեծամասշտաբ գործոնի՝ սեզոնայնության, ազդեցությանը: Վերջինիս պատճառով ցանկացած զբոսաշրջային դեստինացիա ունենում է ֆիզիկական, ֆինանսական և այլ պարամետրերի ժամանակավոր անհավասարակշիռ վիճակներ:

Չբոսաշրջության սեզոնայնությունը որպես բնասոցիալական և տարածաժամանակային երևույթ: «Սեզոնը» (ֆրնս. «saison») ամենահայտնի ձևով, ընկալվում է որպես տարվա 4 եղանակներից մեկը: Քեմբրիջի բառարանի սահմանման համաձայն սեզոնը «տարվա այն ժամանակահատվածն է, երբ տեղի է ունենում այն, ինչ կրկնվում է յուրաքանչյուր տարի»: Այն սահմանվում է նաև որպես «տարվա ամենակարևոր ժամանակաշրջան, որի ընթացքում դիտվում է որևէ երևույթի առատություն» (Bender, Schumacher, Stein, 2005): Սեզոնայնությունը Հիլլեբերգը սահմանում է որպես «եղանակի, օրացույցի և տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից ընդունված որոշումների պատճառով առաջացող համակարգային ներտարեկան, հաճախ ոչ կանոնավոր, շարժում: Այդ որոշումները կախված են տնտեսվարող սուբյեկտների նախասիրություններից, ակնկալիքներից և արտադրության մեջ առկա տնտեսության կազմակերպման նախընտրելի մեթոդներից» (Hylleberg, 1992): Այսինքն՝ այս սահմանման մեջ սեզոնայնությունը ներկայացվում է որպես և՛ բնական, և՛ սոցիալ-տնտեսական առաջացման պատճառներ ունեցող երևույթ: Այն մեկնաբանվում է նաև որպես «տարվա ընթացքում անհավասարության կամ տատանումների առկայություն՝ պայմանավորված որևէ եղանակի հետ առնչությամբ» (Bender, Schumacher, Stein, 2005): Այս ընդհանուր մեկնաբանություններից ելնելով՝ տարբեր գիտնականներ զբոսաշրջությունում սեզոնայնությունը տվել են տարբեր մեկնաբանություններ: «Սեզոնայնությունը զբոսաշրջությունում ժամանակավոր անհավասարակշիռ վիճակ է, որը կարող է արտահայտվել այնպիսի տարրերի տեսքով, ինչպիսիք են այցելությունների քանակը, դրամական ծախսերը, ավտոտրանսպորտի քանակը և մայրուղիների ծանրաբեռնվածությունը, զբաղվածությունը, ատրկացիոններ հաճախումների քանակը» (Butler, 2011): Այսպիսով սեզոնայնությունը զբոսաշրջությունում «տարվա ժամանակահատվածից կախված զբոսաշրջային պահանջարկի տատանումների աստիճանն է» (Biederman, 2000)՝ պայմանավորված «մարդկանց ժամանակավոր տեղաշարժմամբ» (Chung, 2009) և «տարվա կարճ ժամանակահատվածում զբոսաշրջային հոսքերի կենտրոնացման հատկությամբ» (Allcock, 1989): Այն «գլոբալ բնույթ ունեցող երևույթ է» (Chung, 2009), որը կարող է տեղի ունենալ «օրական, շաբաթական, ամսական կամ տարեկան կտրվածքով» (Cooper, 2011): Վերջինս պայմանավորված է տվյալ տարածքի (զբոսաշրջային դեստինացիայի) աշխարհագրական դիրքով (*բոլոր տարատեսակներով*–*Ս. Գ.*): Սեզոնայնությունը, զբոսաշրջությունում լինելով գլոբալ երևույթ, տեղից տեղ խիստ տարբեր է և կախված է նաև տարածքի (զբոսաշրջային

դեստինացիայի) բնական և սոցիալական առանձնահատկություններից: Այսինքն՝ սեզոնային զբոսաշրջային պիկեր նկատվում են ոչ միայն ժամանակային կտրվածքով, այլ նաև՝ տարածական: Ասվածից հետևում է, որ տեղի է ունենում զբոսաշրջային հոսքերի ոչ միան ժամանակային, այլ նաև տարածական բևեռացում: Այսինքն՝ սեզոնայնությունը զբոսաշրջությունում համարվում է զբոսաշրջային տարբեր պարամետրերի *տարածական* և *ժամանակային* անհավասարությունն արտահայտող երևույթ և ունի ցիկլային (տարածաժամանակային) բնույթ:

Զբոսաշրջության սեզոնայնության պատճառները: Առանձնացվում է զբոսաշրջությունում սեզոնայնության առաջացման երկու հիմնական պատճառ՝ *ա/ բնական* և *բ/ ինստիտուցիոնալ* (Bar-On, 1975; Butler, 2001): *Առաջինը* վերաբերում է բնական երևույթների կանոնավոր ժամանակավոր տատանումներին և հատկապես կապված է կլիմայի և տարվա իրական եղանակների հետ: Ժամանակավոր տատանումների շարքին են դասվում ջերմաստիճանի փոփոխությունները, տեղումների տարբերությունները, արևափայլի տևողությունը և այլն: Եվ, քանի որ «դրանք կոնկրետ դեստինացիայի համար համեմատաբար կայուն են և աչքի են ընկնում չնչին փոփոխություններով» (Bigović, 2011), հետևաբար առավել կանխատեսելի են: *Երկրորդը* կապված է օրենսդրության, կրոնի, պատմական համաձայնագրերի, ավանդույթների, սովորույթների և մարդկանց, պետության, հասարակական միավորի մշակութային և սոցիալ-տնտեսական կենսակերպը պայմանավորող այլ գործոնների հետ: Այսինքն՝ գործոնների այս խումբը պայմանավորված է մարդկային գործոնով: Զբոսաշրջության սեզոնայնության վրա մարդկային գործոններից առավել մեծ ազդեցություն ունեն սուրբ օրերը (Սուրբ Ծնունդ, Սուրբ Զատիկ, Ռամադան և այլն) և դպրոցական, համալսարանական, աշխատանքային արձակուրդները/ազատ օրերը («օրացույցային էֆեկտ» (Grizane, 2016)), տարատեսակ փառատոները, սպորտային միջոցառումները, որսորդությունը, նորաձևությունը (*սոցիալական կարգավիճակի ընդգծման նպատակով* – *Ս. Գ.*, հաճախ կոչվում է նաև «սոցիալական սեզոնայնություն» (Butler, 2001)): Ներկայումս առաձնացվում է նաև *երրորդ պատճառը*՝ սոցիալ-տնտեսականը (Grizane, 2016), որն ըստ էության իր բովանդակությամբ կարելի է համարել ինստիտուցիոնալի տարատեսակ: Այս գործոնները պատճառ են դառնում, որպեսզի տարվա կտրվածքով զբոսաշրջային հոսքերը տարածական և ժամանակային առումով արտահայտվեն որոշակի պիկերի տեսքով: Ելնելով սեզոնայնության տարածական անհավասար արտահայտվածությունից՝ տարածքները (զբոսաշրջային դեստինացիաները) բաժանվում են երեք տիպերի (Butler, 2001)՝ *ա/ մեկ պիկով*, *բ/ երկու պիկով*, *գ/ առանց պիկի տարածքներ* (*սեզոնայնության տարածական խմբավորում* – *Ս. Գ.*): Իսկ սեզոնայնության ժամանակային խմբավորումը բաղկացած է 4 տիպի սեզոններից՝ 1/ պիկ (թոփ), 2/ բարձր, 3/ ցածր, 4/ «մեռյալ» (Калинина, 2011): Վերջիններս իրարից տարբերվում են հիմնականում ըստ զբոսաշրջային հոսքերի քանակի, զբոսաշրջային ծառայությունների սպառման ծավալների և գների, եղանակային պայմանների:

Վերոնշյալ պիկերի տարածաժամանակային վարքը կախված է հիմնականում տվյալ զբոսաշրջային տարածքի աշխարհագրական դիրքից:

Սեզոնայնության սոցիալ-մշակութային ազդեցությունը: Սոցիալ-մշակութային ազդեցությունը կարելի է բնորոշել որպես «երկարաժամկետ կուտակման էֆեկտ» ունեցող ազդեցություն, հատկապես մարդկանց՝ միմյանց նկատմամբ ունեցած վերաբերմունքի տեսանկյունից: Պիկ և բարձր սեզոնների ժամանակահատվածում նկատվում է զբոսաշրջային դեստինացիայի ծանրաբեռնվածություն՝ գերբնակեցում, կոմունալ ծառայությունների արժեքի զգալի ավելացում, աղմուկ, հանցագործության աճ՝ մեծ թվով մարդկանց պատճառով, հավելյալ ուստիկանական և բժշկական անձնակազմի անհրաժեշտություն, դժբախտ պատահարների քանակի ավելացում, կյանքի ավանդական ռճի վրա հնարավոր բացասական ազդեցություն (Bigović, 2011; Butler, 2001): Այս սեզոնների ժամանակ նաև նկատվում է զբոսաշրջային ինդուստրիայի ձեռնարկություններում աշխատող մարդկային ռեսուրսների ֆիզիկական և բարոյական գերծանրաբեռնվածություն, որոնց աշխատանքն ըստ էության շուրջօրյա է լինում: Տեղացիների վարքը, մեծաթիվ զբոսաշրջիկներ ունենալու պատճառով, զբոսաշրջիկների նկատմամբ կարող է փոխվել՝ ձեռք բերելով ապատիայի բնույթ (ինչպես, օրինակ, տեղի ունեցավ Բարսելոնայում 2017 թ.): Այսինքն՝ ոչ բոլոր շահառու կողմեր են մշտապես շահագրգռված մեծ թվով շուրջտարյա (non-seasonal) զբոսաշրջիկներ ունենալու համար: Իսկ ցածր և «մեռյալ» սեզոնները նպաստում են տեղացի բնակչության «ինքնության պահպանմանը» (Bigović, 2011) և ոլորտում ներգրավված աշխատողների բարոյաֆիզիկական ուժերի վերականգնմանը:

Սեզոնայնության տնտեսական ազդեցությունը: Սեզոնայնության ազդեցությունը տնտեսական գործունեության վրա համեմատաբար ավելի ակնառու է և արագ է զգացվում: Պիկ և բարձր սեզոնների ժամանակ նկատվում են դրամական մեծ հոսքեր, տեղական ու ազգային բյուջեի և աշխատատեղերի ավելացում, տեղի է ունենում ռեսուրսների անարդյունավետ (ոչ կայուն) օգտագործում, զգացվում է որակյալ սենյակների պակաս, զբոսաշրջային տարողունակության անհամապատասխանություն: Ցածր և «մեռյալ» սեզոնների ժամանակ սեզոնայնության ազդեցությունը տնտեսապես արտահայտվում է հիմնականում բացասականորեն: Այդ ժամանակ ի հայտ են գալիս հետևյալ հիմնախնդիրները՝ եկամուտների կրճատում, կապիտալի ցածր եկամտաբերություն, զբաղվածության հետ դժվարություններ (լրիվ դրույքով աշխատակիցներ ընտրելու և պահելու) և այլն: Միաժամանակ պետք է ընդգծել, որ այս սեզոնների ժամանակ հնարավորություն է ստեղծվում կատարել ենթակառուցվածքների վերանորոգման և նոր սեզոնին նախապատրաստման աշխատանքներ: Սեզոնայնությունը տնտեսական տեսանկյունից հիմնականում արտահայտվում է «աշխատաշուկայի անկայունությամբ, որով էլ բնորոշվում է զբոսաշրջային գործունեության մեջ զբաղվածության կարճաժամկետությունը» (Kellens, 2012): Հետևաբար սեզոնայնությունն ազդում է ձեռնարկությունների մրցունակության վրա (Grizane, 2016). ձեռնարկատերերը չեն ուզում մեծ միջոցներ ներդնել անձնակազմի (*որն աչքի է ընկնում բարձր հոսունությամբ*- Ս. Գ.) ուսուցման

և զարգացման վրա: Այս գործոններն էլ վերջնահաշվարկում ազդում են մատուցվող ծառայությունների որակի վրա, որը կարող է և բացասականորեն ազդել հաճախորդների վերջնական բավարարվածության վրա և կրկնակի այցելության ցանկության «վերացման» պատճառ դառնալ: Ցածր և «մեռյալ» սեզոնները հնարավորություն են տալիս զբոսաշրջային դեստինացիան որպես ապրանք ներկայացնելու համար, մշակել զբոսաշրջային տարբեր ապրանքներ և առաջարկել նոր, այլընտրանքային (հիմնական ծառայություններից տարբերվող, լրացնող) ծառայություններ (օրինակ՝ լեռնային կուրորտներում, որոնք հիմնականում օգտագործվում են լեռնադահուկային զբոսաշրջություն կազմակերպելու համար, ամռան ընթացքում առաջարկել արշավային տուրեր, ջիպայինգ, լեռնամագլցում, պարապլանիզմ և այլն): Վերջինս հատկապես տնտեսապես ձեռնտու կլինի այն զբոսաշրջային գործակալությունների համար, որոնք ունեն մարկետնիգային նեղ խորշ ու մասնագիտացվածություն:

Սեզոնայնության բնապահպանական ազդեցությունը: Սեզոնայնության բնապահպանական ազդեցությունը հիմնականում ընկալվում է բացասական առումով (պիկ և բարձր սեզոնների համար): Այն գլխավորապես ներկայացվում է (Grizane, 2016; Bender, Schumacher, Stein, 2005; Butler, 2001) որպես շրջակա միջավայրի աղտոտում և ռեսուրսների գերշահագործում, հողային ռեսուրսների դեգրադացում (հատկապես միևնույն արահետով մեծ թվով զբոսաշրջիկների հոսքի պատճառով, «Coca-Cola արահետների» առաջացում), ջրային ռեսուրսների աղտոտում (կոյուղաջրերի քանակի ավելացում) և գերօգտագործում (մեկ զբոսաշրջիկն օրական 400 լ ջուր կարող է սպառել): Այս ազդեցությունը հատկապես աղետալի է այն զբոսաշրջային դեստինացիաների համար, որոնց զբոսաշրջային առաջարկները բնահենք են: Միաժամանակ սեզոնայնության (ցածր և «մեռյալ» սեզոններ) շնորհիվ ապահովվում են նաև բնական միջավայրի վերականգնման հնարավորությունները. «Յուրաքանչյուր տարվա ցածր և «մեռյալ» սեզոնները կարող են օգտակար լինել շատ բնական ռեսուրսների համար՝ հնարավորություն ստեղծելով ապահովել նրանց վերարտադրությունը» (Bigović, 2011): Այս տեսանկյունից սեզոնայնությունը դրական է համարվում զբոսաշրջային դեստինացիայի բնական միջավայրի համար:

Ամփոփելով կարելի է եզրակացնել, որ սեզոնայնությունը համարվում է զբոսաշրջության կայուն զարգացման ճիշտ քաղաքականության մշակման կարևորագույն գործոն: Նրա պատճառով առաջացող հիմնախնդիրներն ունեն բնապահպանական, սոցիալ-մշակութային և տնտեսական բնույթ և որոշում են զբոսաշրջության զարգացման ռազմավարական ուղղությունները և հեռանկարները: Ընդհանուր առմամբ զբոսաշրջության սեզոնայնությունը հիմնախնդիրների ամբողջության տեսքով արտահայտված զարգացման հնարավորություն է:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Калинина О.А. Влияние фактора сезонности на ассортимент туристского агентства. Вестник РМАТ, 3, Экономка туризма, 2011, стр. 80-87
2. Allcock J.B. (1989). Seasonality. Tourism marketing and management handbook, Prentice Hall, London, 1989, pp. 387-392.
3. Bar-On R. V. Seasonality in Tourism. London: Economist Intelligence Unit, 1975
4. Bender O. , Schumacher K.P, Stein D. Measuring Seasonality in Central Europe's Tourism – how and for what? 10th Intern. Conf. on Info. & Com. Techn. (ICT) in Urban Planning and Spatial Development and Impacts of ICT on Physical Space, 2005, pp. 303-309
5. Biederman P. S. Travel and tourism: An industry primer. Upper Saddle River: Pearson Education. 2000
6. Bigović M. Quantifying seasonality in tourism: a case study of Montenegro, *Academica Turistica*, Year 4, No. 2, December 2011, pp. 15-32
7. Butler R.W. Seasonality in Tourism. Issues and Implications. Advances in tourism research series, Series Editor: Professor Stephen Page, University of Stirling, UK, 2001, pp. 5-18
8. Chung J. Y. Seasonality in tourism: A review. *e-Rev. of Tourism Research*, 7(5), 2009, pp. 82-96
9. Cooper C., Wanhill S., Fletcher J., Gilbert D., Fyall A. *Tourism: Principles and practice*. Harlow: Pearson Education. GOV. Retrieved July 18, 2011
10. Grizane T. Measuring tourism seasonality in regions of Latvia. Proceedings of the 2016 International Conference “Economic science for rural development” No 42 Jelgava, LLU ESAF, 21-22 April 2016, pp. 59-64
11. Hylleberg S. General introduction. *Modelling seasonality*. Oxford Uni. Press. 1992, pp. 3-14
12. Kellens W., Neutens T., Deckers P., Reyns J., De Maeyer Ph. Coastal Flood Risks and Seasonal tourism: Analysing the Effects of Tourism Dynamics on Casualty Calculations. *Natural Hazards*, Volume 60, Issue 3, 2012, pp. 1211-1229.

SEASONALITY OF TOURISM: PROBLEMS AND POSSIBILITIES

Aleksanyan G.P.

Yerevan State University, Yerevan, Republic of Armenia, goraleksanyan@ysu.am

ANNOTATION

The phenomenon of seasonality in tourism is discussed and analyzed in the article. The main problems and possibilities related to tourism seasonality are highlighted in the framework of sustainable tourism. It is concluded that seasonality of tourism is a complex of problems which creates new possibilities for development.

ԶԲՈՍԱՇՐՋԱՅԻՆ ԴԵՍԻՆԱՑԻԱՆԵՐԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ՆԱԽԱԴՐՅԱԼՆԵՐԸ

Նավասարդյան Ա.Վ.

Երևանի պետական համալսարան, Երևան, Հայաստանի Հանրապետություն
amalia.navasardyan@gmail.com

Հասարակական կյանքի զարգացումը հանգեցրեց տնտեսության նոր ճյուղերի և մարդկային գործունեության նոր տեսակների ի հայտ գալուն, որոնց թվում նաև