

տեղի է ունենում փոփոխություն տեղի բնակչության ավանդական կյանքում, որը հանգեցնում է մարդկանց միջև փոխհարաբերությունների որոշակի փոփոխությունների: Այստեղ արդեն առաջ է գալիս դեստինացիայի կառավարման անհրաժեշտությունը, որի հիմնական նպատակներն են՝

1. Ջրոսաշրջիկներ ներգրավվելու նպատակով զբոսաշրջային շուկայում դեստինացիայի նկատմամբ առաջխաղացման անհրաժեշտություն, որը հնարավորություն կտա ապահովել այցելությունների անհրաժեշտ մակարդակ:
2. Վարչական մեթոդների ընտրություն՝ ապահովելով ֆինանսական տեսանկյունից եկամտաբեր զբոսաշրջության տեսակների և ձևերի զարգացումը:

Այսպիսով, վերլուծությունները ցույց են տալիս, որ զբոսաշրջային դեստինացիաների ձևավորման գործընթացը պահանջում է որոշակի ժամանակ և ջանքեր, այդ թվում համապատասխան նախադրյալների առկայություն՝ զբոսաշրջային գրավչություն, հասանելիություն, անհրաժեշտ ենթակառուցվածքներ և ծառայություններ:

### **ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ**

1. Սայադյան Հ, Ջրոսաշրջության տնտեսագիտություն (մակրո և միկրո տնտեսագիտություն), Երևան 2014, 208 էջ
2. Морозов М., Морозова Н., Карпова Г., Хорева Л., Экономика туризма, Москва, 2014 г., 288 стр.
3. Medlik S., Dictionary of Travel, Tourism, & Hospitality, Oxford, 2003, 273 p.
4. Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus, Berlin, 2016, 84 s.

### **THE FORMATION PREREQUISITES OF TOURISM DESTINATION**

Navasardyan A.V.

#### **ANNOTATION**

Yerevan State University, Yerevan, Republic of Armenia, amalia.navasardyan@gmail.com

The concepts of tourism destination, types, formation prerequisites and stages of destination are discussed in the article. Destination is a territory, which has a certain attraction, and offers certain set of services for satisfying of tourist needs, it contains also necessities for transportation, overnight stays, food, entertainment etc. The territory should have the following basic conditions for being a destination: a/ necessary infrastructures and set of services to receive tourists, b/ availability of sights, c/ availability of information systems.

### **ԶԲՈՍԱՇՐՋԱՅԻՆ ԿՈՈՊԵՐԱՏԻՎՆԵՐԸ ՈՐՊԵՍ ԿԱՅՈՒՆ ԶԲՈՍԱՇՐՋԱՅԻՆ ԴԵՍՏԻՆԱՑԻԱՆԵՐԻ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅԱՆ ԲԱՐՁՐԱՑՄԱՆ ԳՈՐԾՈՆ**

**Գևորգյան Շ.Վ.**

Երևանի պետական համալսարան, Երևան, Հայաստանի Հանրապետություն  
shamamgevorgyan@gmail.com

Զբոսաշրջային կոոպերատիվները, որոնք լայնորեն տարածված են հատկապես եվրոպական երկրներում, ԱՄՆ-ում ու Կանադայում, կոոպերատիվի նոր ձևեր են, որոնք հստակ նպատակ են հետապնդում բարելավելու կոլեկտիվ օգուտները: Աշխատանքի նպատակն է ցույց տալ զբոսաշրջային կոոպերատիվների ստեղծման անհրաժեշտությունը հանուն զբոսաշրջային դեստինացիաների կայուն կառավարման՝ կոոպերատիվի և կայունության սկզբունքների փոխշահավետ համադրման միջոցով:

*Կոոպերատիվ հասկացությունն ու հիմնական սկզբունքները:* Կոոպերատիվները գոյություն ունեն շուրջ երկու հարյուր տարի: Կոոպերատիվ մոդելը մշտապես հարմարվել է փոփոխվող պայմաններին, և տնտեսական ու սոցիալական նորանոր խնդիրներին լուծում տալու համար առաջացել են կոոպերացիայի նորարարական ձևեր:

Համաձայն վերջին գնահատումների՝ աշխարհում կոոպերատիվներն ավելի քան 279 մլն բնակչության համար եկամտի աղբյուր են հանդիսանում. աշխատունակ բնակչության գրեթե 10%-ը՝ առանց հաշվի առնելով առաջացած լրացուցիչ անուղղակի աշխատատեղերը (“Cooperatives and the Future of Work”, International Cooperative Alliance, Position Paper, 2018, p. 1.): Կոոպերատիվների հաջողության և երկարակեցության հիմնական պատճառն այն է, որ դրանք շահագրգռված են ոչ թե առավելագույնի հասցնելու ներդրողների շահույթը, այլ՝ բավարարելու համայնքի կարիքները: Շուկայամետ բարեփոխումների, սեփականաշնորհման և ապակենտրոնացման ներկայիս միտումների ազդեցության ներքո կոոպերատիվն իրավացիորեն դիտվում է որպես համայնքային տնտեսական նախաձեռնությունները կյանքի կոչող, կայուն զարգացում և արդյունավետ կառավարում իրականացնելու ամենահարմար կազմակերպական ձևը:

*Աղյուսակ 1. Կոոպերատիվ հասկացության սահմանումները*

<p><b>ՀՀ քաղաքացիական օրենսգիրք , հոդված 117, հիմնական դրույթներ կոոպերատիվների մասին</b></p>	<p>Կոոպերատիվ է համարվում քաղաքացիների և իրավաբանական անձաց անդամության վրա հիմնված ու իր անդամների գույքային փայավճարների միավորման միջոցով մասնակիցների նյութական և այլ կարիքների բավարարման նպատակով ստեղծված կամավոր միավորումը (<a href="http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=74658">http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=74658</a>, «Հիմնական դրույթներ կոոպերատիվների մասին», էջ 57)</p>
<p><b>Աշխատանքի միջազգային կազմակերպություն (ILO-International Labour organization)</b></p>	<p>Կոոպերատիվը մարդկանց ինքնավար ընկերակցություն է, որոնք կամավոր կերպով միավորվում են՝ համատեղ սեփականություն հանդիսացող և ժողովրդավարական ձևով վերահսկվող ձեռնարկության միջոցով իրենց ընդհանուր տնտեսական, սոցիալական և մշակութային կարիքներն ու ձգտումները բավարարելու համար (Աշխատանքի</p>

	միջազգային կազմակերպություն (ILO-International Labour organization, 2017):
<b>Կոոպերատիվների միջազգային դաշնություն (International Cooperative Alliance)</b>	Կոոպերատիվն ապրանքներ և ծառայություններ արտադրելու և մատակարարելու նպատակով կամավոր սկզբունքով ստեղծված տնտեսական միավոր է, որի անդամներն իրականացնում են կառավարումը և համատեղ բաժանում առաջացած ռիսկերն ու շահույթը (Կոոպերատիվների միջազգային դաշնություն (International Cooperative Alliance ), 2018)
<b>Ուոուտյան Վ., Ավետիսյան Ա. Գյուղատնտեսական կոոպերատիվներ</b>	Կոոպերատիվում համատեղ աշխատանքը, նվազեցնելով շուկայական տարբեր ռիսկերը, հզորացնում է մարդկանց ոչ միայն տնտեսական, այլև սոցիալական կարողականությունը (Ուոուտյան Վ., Ավետիսյան, 2011թ.)

*Աղյուսակ 1-ի շարունակություն*

Վերոնշյալ սահմանումները ձևակերպված են մատնանշելու համար կոոպերատիվների գործունեության հիմնական դրույթները և ամփոփելու համար առաջնային նպատակները: Սակայն կոոպերատիվական գործունեության առաքելության ընկալման համար նպատակահարմար է ուսումնասիրել Կոոպերատիվների միջազգային դաշնության կողմից 1995թ.-ին հռչակած կոոպերատիվների հետևյալ սկզբունքները (Statement on the Cooperative Identity, International Cooperative Alliance(ICA)), 1995).

1. Կամավոր և բաց անդամություն
2. Ժողովրդավար վերահսկողություն
3. Տնտեսական մասնակցություն անդամների կողմից
4. Ինքնավարություն և անկախություն
5. Կրթություն, վերապատրաստում և տեղեկատվություն
6. Փոխգործակցություն կոոպերատիվների միջև
7. Համայնքի մասին մտահոգություն:

Ամփոփելով կոոպերատիվների վերաբերյալ առաջ քաշված սկզբունքներն ու սահմանումները՝ կարելի է եզրակացնել, որ վերջիններս առանձնապես տնտեսական միավորներ են, որոնց ստեղծման ու արդյունավետ գործունեության գրավական անդամակենտրոն, ժողովրդավար կառավարումն է: Կոոպերատիվները, որպես տնտեսական կազմակերպություններ, պետք է ապահովեն դրական տնտեսական արդյունք: *Սակայն դրանց նպատակը ոչ թե հենց այդ դրական արդյունքի ապահովումն է, այլ դրա միջոցով իրենց անդամների ընդհանուր տնտեսական, սոցիալական և մշակութային կարիքների բավարարումը* (Ուոուտյան Վ., Ավետիսյան, 2011թ.):

*Զբոսաշրջային կոոպերատիվներն ու դեստինացիաների կայուն կառավարումը:*

Զբոսաշրջության ոլորտը, որպես համաշխարհային տնտեսության ոչ արտադրական ոլորտի առանցքային բաղադրիչ, ապահովում է աշխարհի ՀՆԱ-ի 10,2 %-ը կամ տարեկան 7, 613.3 մլրդ դոլարի եկամուտ ("Travel & Tourism Economic Impact 2017 World", World Travel and Tourism Council, 2017): Սակայն ՄԱԿ-ի Զբոսաշրջային միջազգային կազմակերպության տվյալների համաձայն CO<sub>2</sub> գազի արտանետումների 5%-ը բաժին է հասնում զբոսաշրջության ոլորտին: Մասսայական զբոսաշրջությունն առաջ է քաշել նաև մի շարք սոցիալական և մշակութային խնդիրներ, որոնց լուծումները պահանջում են կիրառել համալիրային մոտեցումներ: Դեռևս 25 տարի առաջ, երբ Ռիո դե Ժանեյրոյի Երկրի գագաթնաժողովի ժամանակ առաջ քաշվեց կայուն զբոսաշրջության գաղափարը, պարզ դարձավ, որ հիմնավոր փոփոխություններ են անհրաժեշտ ճանապարհորդությունների վերաբերյալ մեր մոտեցումների համար: Որպեսզի զբոսաշրջային գործունեության կայունությունն ինչ-որ չափով լինի «չափելի», այսինքն կայունության սկզբունքների (տնտեսական շահ, բնապահպանական անաղարտություն, սոցիալական հավասարություն ու արդարություն) ներդրումը զբոսաշրջային գործելակերպի մեջ ակնհայտորեն երևա՝ անհրաժեշտ է այն կիրառել զբոսաշրջության կառավարման որևէ մոդելի վրա:

Զբոսաշրջային դեստինացիաները, որպես այդպիսին, զբոսաշրջային ինդուստրիայի կարևորագույն բաղադրիչներն են և հանդիսանում են այդ ինդուստրիայի գործունեության համակարգի, կառուցվածքի արտահայտման ու ներկայացման գործնական մոդելներ: Ըստ Լեյպերի, դեստինացիան իրենից ներկայացնում է «աշխարհագրական որոշակի սահմաններով տարածք, որը, պարունակելով գրավչություն ապահովող պայմանների համալիր, կարող է ազդել զբոսաշրջիկի ընտրության վրա և բավարարել նրա պահանջմունքները» (N. Leiper, 2004.): Կայուն դեստինացիաները կարելի է ասել նոր ձևավորվող փորձական մոդելներ են, որոնց ներդրման և գործելաձևի հաղթանակը կրերի մի շարք ռազմավարական և մարտավարական մշակված փորձերի ապացուցմանը և կծառայի որպես պետականորեն վերահսկվող օրինակ-ծրագիր: Սակայն ինչպե՞ս պետք է հասնել այդ հաղթանակին. դեստինացիաներ, որոնք, բավարարելով զբոսաշրջիկների հոգևոր-մշակութային պահանջմունքները, իրենց կառավարման գործընթացում՝

1. Ստանում են տնտեսական շահ,
2. Ապահովում են շրջանի սոցիալական պայմանների բարելավում,
3. Չեն խախտում բնության հավասարակշռությունը ձևավորման և գործունեության իրականացման ամբողջ գործընթացի ընթացքում:

Այսպիսով կայուն զբոսաշրջային դեստինացիաների կառավարման կատարելագործումը հիմնախնդրային հարց է, որի լուծման բանաձևերի մշակումն օրակարգային բնույթ է կրում:

Կոոպերատիվների մոդելը փորձում է պատասխանել օրակարգային մի շարք հարցերի: *Եթե կայուն կառավարվող դեստինացիաների ձևավորումը զբոսաշրջային ինդուստրիայի կայունացմանը նպաստակառուղիված գերխնդիր է, ապա զբոսաշրջային կոոպերատիվները, որպես ձեռնարկատիրական գործունեության կառավարման գործնական մոդելներ, կարող են դառնալ այդ գերխնդրի լուծման միջոց, քանի որ դրանք իրենց գործունեությունն իրականացնում են կայունության սկզբունքների*

*հիման վրա:* Այստեղ է հատկապես ընդգծվում զբոսաշրջային դեստինացիաներում կոոպերատիվների ստեղծման անհրաժեշտությունը՝ կայուն կառավարման գործնական փորձի ներդրման տեսքով:

*Կոոպերատիվները, որոնք ստեղծվել են զբոսաշրջային բնույթի ծառայությունների և ապրանքների արտադրության ու մատուցման նպատակով՝ հանուն համայնքի ներկայացուցիչների սոցիալ-մշակութային կարիքների բավարարման ու տնտեսական առաջընթացի, կոչվում են զբոսաշրջային կոոպերատիվներ:* Զբոսաշրջային կոոպերատիվները, որպես ձեռնարկատիրական գործունեություն, իրենց բնույթով համապատասխանում են ընդհարապես կոոպերատիվների գործունեության սկզբունքներին:

*Կոոպերատիվական մոդելի ներդրումը կայուն զբոսաշրջային դեստինացիաների կառավարման համակարգում կգործնականացնի և կնյութականացնի կայուն կառավարման գաղափարախոսական բնույթը:* Ասվածից եզրակացնում ենք, որ կոոպերատիվների գոյություն ունեցող կառավարման մոդելը գործնական շոշափելի փորձ կարող է հաղորդել կայուն կառավարման ներդրման գործընթացին:

Այսպիսով, զբոսաշրջային կոոպերատիվների ստեղծման անհրաժեշտությունը հիմնավորվում է նրանով, որ զբոսաշրջային կոոպերատիվին անդամակցող, մասնավորապես փոքր ձեռնարկատերերը հնարավորություն են ստանում զբոսաշրջային արտադրանք մատուցելու խոշոր տնտեսավարողներին և բրենդավորված արտադրանք արտադրողներին: Տնտեսական շարժառիթներից զատ, այն նաև սոցիալ-հոգեբանական տեսանկյունից է դրական ազդեցություն ունենում կոոպերատիվում և համայնքում առկա ընդհանուր սոցիալական մթնոլորտի վրա. հետապնդելով տնտեսական նպատակներ ու շահ, զբոսաշրջային կոոպերատիվները նաև սոցիալական բնույթ են կրում՝ մնալով հավատարիմ կայուն ռեսուրսօգտագործման սկզբունքներին:

#### **ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ**

1. Ուոուլտյան Վ., Ավետիսյան Ա. Գյուղատնտեսական կոոպերատիվներ: Երևան: Ասողիկ, 2011, 103 էջ
2. "Cooperatives and the Future of Work", International Cooperative Alliance, Position Paper, 2018, 12 p.
3. Leiper, N. Tourism Management. 3d ed. / N. Leiper / - Sydney: Pearson Education Australia, 2004, 455 p.
4. "Travel & Tourism Economic Impact 2017 World", World Travel and Tourism Council, London, United Kingdom, 2017, 24 p.
5. Statement on the Cooperative Identity, International Cooperative Alliance (ICA), 1995
6. <http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=74658>, «Հիմնական դրույթներ կոոպերատիվների մասին»
7. <https://goo.gl/RFX6SJ> International Cooperative Alliance
8. <https://goo.gl/Hvm1vk>, ILO-International Labour organization

TOURISM COOPERATIVES AS A FACTOR OF STRENGTHENING THE MANAGEMENT  
OF SUSTAINABLE TOURISM DESTINATIONS

Gevorgyan Sh.V.

Yerevan State University, Yerevan, Republic of Armenia, shamamgevorgyan@gmail.com

ANNOTATION

In the article the essence and peculiarities of tourism cooperatives, their role and significance in the tourism industry were revealed. The purpose of the work is to propose the use of business model of tourism cooperatives as a factor of strengthening the management of sustainable tourism destinations.

As a result, we conclude that tourism cooperatives, as socio-entrepreneurial companies, are models of practical expression of sustainable management and the introduction of these models will lead to the materialization of sustainable management ideology.

ԱՐԱԳԱԾՈՏՆԻ ՄԱՐԶԻ ԱԳՐՈՏՈՒՐԻԶՄԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ  
ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԵՎ ՀԵՌԱՆԿԱՐՆԵՐԸ

Գրիգորյան Վ.Վ., Քելյան Ս.Ս., Հովհաննիսյան Ն.Ա.

Երևանի պետական համալսարան, Երևան, Հայաստանի Հանրապետություն  
sargis.qelyan@mail.ru

Ագրոտուրիզմի գլխավոր զբոսաշրջային ռեսուրսը հանդիսանում է հողը, ընտանի կենդանիները, գյուղատնտեսական ռեսուրսները և գյուղական բնակավայրերը: Ագրոտուրիզմը գյուղական վայրերում ժամանակավոր հանգիստն է գեղագիտական, ճանաչողական և առողջարարական նպատակներով, որի ժամանակ գիշերակացն իրականացվում է գյուղական բնակչությանը պատկանող բնակարաններում, առանձնատներում և օգտվում տվյալ վայրի զբոսաշրջային ռեսուրսներից:

Հայաստանի Հանրապետության ռելիեֆային բարդ ու կլիմայական պայմանները թույլ են տալիս զարգացնելու ագրոտուրիզմը: Նշենք, որ դեռևս 19-րդ դարի կեսերից Հայաստանը հանդիսանում է Կովկասի զբոսաշրջային օջախներից մեկը, որի համար հիմք էր հանդիսանում պատմա-հնագիտական հուշարձանները, տեսարժան վայրերը, բնության անկրկնելի տեսարանները [5, 138]: Այս առումով ՀՀ մարզերից առանձնանում է Արագածոտնի մարզը: Մարզի տարածքը կազմում է 2756 կմ<sup>2</sup> (ՀՀ ընդհանուր տարածքի 9,3%), որտեղ բնակվում է 128,5 հազ. մարդ (ՀՀ բնակչության 4,3%, 01.01.2017թ.): Մարզի բնակավայրերի թիվը 120 է, որից 3 քաղաք և 117 գյուղ: Ագրոտուրիզմի զարգացման համար կարևոր ցուցանիշ է գյուղատնտեսական նշանակության հողերի ցուցանիշները՝ 218.219 հա, որից վարելահողեր՝ 54,100 հա [1,241]: