

*Հայաստանի Հանրապետության
արդյունաբերության և առևտրի նախարարություն*

ՀԱՅԵՑԱԿԱՐԳ

**Հայաստանի Հանրապետության
գրոսաշրջիկության զարգացման**

Երևան
2000թ.

1. Ընդհանուր դրույթներ

Զբոսաշրջիկության ժամանակակից արդյունաբերությունը հանդիսանում է համաշխարհային տնտեսության ամենախոշոր բարձրարդյունավետ և առավել դինամիկ զարգացող ճյուղերից մեկը: Զբոսաշրջիկությանը բաժին է ընկնում համաշխարհային համախառն արդյունքի, համաշխարհային ներդրումների, համընդհանուր աշխատատեղերի և համաշխարհային սպառողական ծախսումների մոտ 10 տոկոսը: Ընդ որում, եթե միջազգային զբոսաշրջիկությունից ներհոսքի միջին տարեկան աճի տեմպը վերջին 5 տարում կազմում է 13 տոկոս, ապա զբոսաշրջիկական ապրանքներիը և ծառայություններիը՝ համապատասխանաբար 7 և 10 տոկոս: Համաշխարհային Զբոսաշրջիկային Կազմակերպության /ՀՁԿ/ կանխատեսումներով զբոսաշրջիկության ոլորտում բարձր և կայուն զարգացման տեմպերը կպահպանվեն, և 2010 թվականի մոտ միջազգային զբոսաշրջիկական ուղևորությունների քանակը կկրկնապատկվի՝ կազմելով 937 մլն. ուղևորություն, իսկ զբոսաշրջիկությունից ներհոսքերը կհասնեն 1.1 տրիլիոն ԱՄՆ դոլարի:

Միջազգային ասպարեզում ծառայությունների վաճառքի գծով զբոսաշրջիկությունը դուրս է եկել առաջին տեղը: Իսկ Եվրոպայի, Հյուսիսային Ամերիկայի, Փոքր Ասիայի, Խաղաղօվկիանոսյան և Ասիական տարածաշրջանի մի շարք երկրներում այն դարձել է ազգային եկամտի և շահույթի ծանրակշիռ հոդված /13-40 տոկոս/: Զբոսաշրջիկության զարգացմանը կողմնորոշված երկրներում այդ ճյուղից արտարժույթի ներհոսքը կազմում է ամբողջ արտահանման գումարի 10-35 տոկոսը, ընդ որում զբոսաշրջիկության զարգացումը ամբողջ աշխարհում բնութագրվում է բարձրագույն տեմպերով /ծավալների տարեկան աճի մինչև 20 տոկոսը/:

2. Հայաստանում զբոսաշրջիկության իրավիճակի վերլուծությունը և զարգացման հիմնախնդիրները

Չբոսաշրջիկությունը Հայաստանում տնտեսության այն բացառիկ ճյուղերից է, որը նույնիսկ տնտեսության ընդհանուր անկման պայմաններում ոչ շատ դինամիկ, բայց այնուամենայնիվ զարգանում է: Այսպես 1999թ-ին ըստ նախնական տվյալների այցելուների քանակը Հայաստան կազմել է շուրջ 40 հզ. մարդ, որոնք համաձայն ՀՁԿ-ի սահմանման* դասվում են միջազգային ներգնա զբոսաշրջիկության դասին այն դեպքում, երբ 1992-93թթ. այն կազմել է շուրջ 4-5 հզ. այցելու: Համաձայն ՀՁԿ-ի մեկ զբոսաշրջիկի հաշվով միջազգային զբոսաշրջիկությունից ստացվող եկամուտների հաշվարկման մեթոդիկայի, Հայաստանում այդ ցուցանիշը կազմում է 1000 ԱՄՆ\$: Այս հաշվարկով միայն միջազգային ներգնա զբոսաշրջիկության ոլորտում 1999թ-ի ընթացքում զբոսաշրջիկական արդյունքի արտահանումը կազմել է շուրջ 40 մլն. ԱՄՆ\$: Համեմատության համար բնորոշ է, որ խորհրդային տարիներին զբոսաշրջիկական արդյունքի արտահանման լավագույն տարում՝ 1987թ.-ին Հայաստան են այցելել շուրջ 500 հզ. զբոսաշրջիկներ, որոնցից միայն 100 հզ. են եղել ոչ նախկին ԽՍՀՄ տարածքից, այսինքն՝ դասվել միջազգային ներգնա զբոսաշրջիկության ոլորտին:

Այնուամենայնիվ, Հայաստանը, զգալի զբոսաշրջիկական ներուժ ունենալով հանդերձ, այսօր աննշան տեղ է զբաղեցնում միջազգային զբոսաշրջիկական շուկայում:

Գնահատելով Հայաստանի զբոսաշրջիկական ներուժը, պատմամշակութային հարուստ ժառանգությունը, բնության բազմազանությունը՝ կարելի է առանձնացնել զբոսաշրջիկության այն հիմնական ձևերը, որոնք կարող են առավելագույն հաջողությամբ զարգանալ: Հիմնականում դրանք մասնագիտացված և ոչ ավանդական զբոսաշրջիկության ձևերն են՝

1. Մշակութային, պատմական, ճանաչողական զբոսաշրջիկություն - հիմնականում հետապնդում են սիրողական կամ մասնագիտական հետաքրքրություններ /զբոսաշրջիկության այս ձևը մեծ հեռանկար ունի Հայաստանում և միշտ ունեցել է գերակշիռ տեղ շնորհիվ Հայաստանի հարուստ պատմամշակութային ժառանգության/:
2. Էկոտուրիզմ - Հայաստանի ներուժը բավականին մեծ է շնորհիվ նրա բազմազան լանդշաֆտի և այն բանի, որ առկա է կուսական բնություն, իսկ ֆլորան և ֆաունան պարունակում են շատ բացառիկ տարրեր:

*- ըստ ՀՁԿ-ի «Չբոսաշրջիկության վիճակագրական խորհրդատվություն» ձեռնարկի սահմանման - «**Չբոսաշրջիկ**» - Այլ երկրում, ժամանման երկրի օրենքներով չարգելված տարբեր նպատակներով, 24 ժամից մինչև մեկ տարի ժամկետով, ժամանման երկրում կամ վայրում որևիցե վճարովի գործունեություն չիրականացնող, և ժամանման երկրում կամ վայրում կոլեկտիվ կամ անհատական տեղաբաշխման կացարանում առնվազն մեկ անգամ գիշերած, ճանապարհորդություն իրականացնող անձ:

Միաժամանակ պատմական հուշարձանները ներդաշնակորեն տարալուծված են բնության և տեղանքի մեջ, որը հնարավորություն է տալիս հաջողությամբ զուգորդել զբոսաշրջիկության այս ձևերը:

3. Կրոնական զբոսաշրջիկություն- Հայաստանը առաջինն է Քրիստոնեությունը ընդունել և հռչակել պետական կրոն և հանդիսանում է Քրիստոնեության շատ հարուստ ավանդույթներ ունեցող երկիր: 2001 թվականին Քրիստոնեության ընդունման 1700-ամյակի տոնակատարության շրջանակներում ուխտագնացության ճամփորդությունները կրոնական վայրերով մեծ ներուժ է կրոնական զբոսաշրջիկության կայացման և հետագա զարգացման համար:
4. Էթնիկ զբոսաշրջիկություն- մեծաքանակ սփյուռքի առկայությունը զգալի դեր կարող է խաղալ ներգնա զբոսաշրջիկության ոլորտում: Ապագայում հայերի՝ իրենց նախնիների ծննդավայրը կատարվելիք այցելությունները կարող են մեծ բաժին հանդիսանալ Հայաստանի ներգնա զբոսաշրջիկության սեգմենտում:
5. Գյուղական և ագրոզբոսաշրջիկություն - զբոսաշրջիկության այս ձևերը գնալով մեծ զարգացում են ստանում ողջ աշխարհում: Հայաստանի մրգերը, բանջարեղենը բավականին հրապուրիչ են իրենց համով և էկոլոգիական մաքրությամբ, ինչպես նաև հայկական այգեգործությունը, գինեգործությունը, չոր մրգերի պատրաստումը, պահածոյացումը շատ յուրահատուկ են, ուստի դա մեծ ներուժ է առկա գյուղական զբոսաշրջիկության զարգացման բնագավառում: Քանի որ Հայաստանի պատմական հուշարձանները հիմնականում գտնվում են գյուղական վայրերին մոտ, և Հայաստանի ազգագրական սովորույթները լավ պահպանված են հենց այդ վայրերում, դա թույլ է տալիս ներդաշնակորեն զուգորդել զբոսաշրջիկության գյուղական և մշակութային ձևերը:
6. Չմեռային սպորտաձևերի զբոսաշրջիկություն -տեղանքի բազմազանությունը /Ճաղկաձոր, Սևանի ավազան, Արագած, Վանաձոր/ շատ նպաստավոր պայմաններ են ընձեռնում այս տիպի զբոսաշրջիկության զարգացման համար:
7. Առողջարանային զբոսաշրջիկություն- զբոսաշրջիկության այս ձևն ունի իր ավանդույթները Հայաստանում / Ջերմուկ, Դիլիջան, Արզնի և այլն/:
8. Գործարար զբոսաշրջիկություն- զբոսաշրջիկության այս ձևը 1999թ.-ին Հայաստան այցելած զբոսաշրջիկների մեջ ունի շատ մեծ տեսակարար կշիռ /շուրջ 15%/, և տենդենցը այս տիպի զբոսաշրջիկության աճի վերջին տարիներին շատ տեսանելի է:
Դա պայմանավորված է Հայաստանի, որպես նոր առաջացած երկրի համաշխարհային տնտեսության մեջ ինտեգրացման, տարածաշրջանային ծրագրերում ակտիվ մասնակցության, Հայաստան-Սփյուռք կապի

ամրապնդման, ներդրումային և առևտրա-տնտեսական ոլորտներում ծրագրային քաղաքականության իրականացման գործընթացներով:

Չբուսաշրջիկության այս ձևը պայմանավորված է պետական ակտիվ քաղաքականության իրականացմամբ և ունի լավ հեռանկարներ:

Աշխարհի շատ երկրներ հետևականորեն զարգացնում են զբոսաշրջիկության այս ձևը /մասնավորապես Հարավ-Արևելյան Ասիայի երկրները՝ Թաիլանդ, Սինգապուր, Ֆիլիպիններ և այլն/:

Չբուսաշրջիկության այս ձևը խթանելու համար լուրջ ներդրումներ են հարկավոր ավիացիայի, օդանավակայանի, ճանապարհների, հյուրանոցային տնտեսության ոլորտներում, ինչպես նաև կոնգրեսների, ֆորումների, գիտաժողովների կազմակերպման համար անհրաժեշտ ենթակառուցվածքների ձևավորման բնագավառում:

Հայաստանի զբոսաշրջիկական ներուժը գնահատելիս անպայման պետք է հաշվի առնել այն փաստը, որ Հայաստանը միջազգային զբոսաշրջիկական շուկայում նոր առաջացած երկիր է, ինչը նրան շատ գրավիչ է դարձնում միջազգային զբոսաշրջիկական հանրության համար: Ունենալով այս զգալի ներուժը և զարգացման հնարավորությունը ընձեռնող զբոսաշրջիկության բազմազան տարատեսակներ, միաժամանակ առկա են զբոսաշրջիկության զարգացմանը խոչընդոտող մի շարք և՛ օբյեկտիվ, և՛ սուբյեկտիվ գործոններ, որոնք հիմնականում կարելի է բաժանել 5 հիմնական մասերի՝

- 1. Հայաստանի զբոսաշրջիկական արդյունքի ցածր որակը:**
- 2. Հայաստանի զբոսաշրջիկական արդյունքի ոչ մրցունակ գները միջազգային զբոսաշրջիկական շուկայում, մասնավորապես տարածաշրջանի երկրների հետ մրցակցության պայմաններում:**
- 3. Հայաստանը որպես միջազգային շուկայում նոր ինտեգրացված երկիր լավագույն ձևով չի ներկայացված միջազգային հանրությանը, չի ձևավորված «Հայաստանը զբոսաշրջիկության համար բարենպաստ, գրավիչ և ապահով երկիր» նկարագիրը, չնայած այն բանին, որ այսպիսի պահանջարկ արդեն ձևավորված է:**
- 4. Բաղաքական և տնտեսական ցնցումները:**
- 5. Հայաստանի մասնակի շրջափակումը:**

Հայաստանում զբոսաշրջիկական արդյունքի ցածր որակը և ոչ մրցունակ գները պայմանավորված են զբոսաշրջիկական արդյունքի բաղկացուցիչներ հանդիսացող ծառայությունների անկատարությամբ և բարձր մենաշնորհային գներով՝

ա/ Հայաստան մուտքի զբոսաշրջիկային արտոնագրի ստացումը մի շարք երկրներում բարդացված է հյուպատոսական ծառայությունների բացակայության պատճառով: Բարձր են մուտքի արտոնագրերի ստացման տուրքերի չափերը:

բ/Բաղաքացիական ավիացիայի ոլորտում գործող մենաշնորհայնությունը և դրա հետևանքով առաջացած բարձր գներն ու ծառայությունների ցածր որակը:

Օտարերկրյա ավիաընկերությունների Հայաստանի հետ կապի բացակայությունը /այս ոլորտում շատ կարևոր է վարել բաց երկնքի քաղաքականություն և ամենայնս աջակցել օտարերկրյա ավիաընկերությունների մուտքը Հայաստան/:

«Զվարթնոց» օդակայանը հեռու է միջազգային չափանիշներին համապատասխան ծառայություններ մատուցելուց՝ իր սահմանափակ թողունակության, ծառայությունների մատուցման դանդաղկոտության պատճառով:

գ/Տրանսպորտային շարժակազմը հնացած է, Հայաստանի կլիմային, բարդ տեղանքին համապատասխանող զբոսաշրջիկական ավտոբուսներ գործնականում գոյություն չունեն:

դ/ Հյուրանոցային տեղերի սահմանափակ լինելը խոչընդոտում է ազատ մրցակցային դաշտի ձևավորմանը: Հյուրանոցային տնտեսությունը ունի բազմաթիվ չլուծված հիմնախնդիրներ, և միջազգային զբոսաշրջիկությանը որոշակիորեն բավարարող 2-3 հյուրանոցները կենտրոնացված են մայրաքաղաքում, իսկ դա նշանակում է, որ օրինակ Սանահին-Հաղպատ երկարատև զբոսաշրջիկական երթուղուց հետո զբոսաշրջիկները ստիպված վերադառնում են Երևան՝ գիշերելու համար: Այս երկուսը նույնպես զբոսաշրջիկական արդյունքի թանկացման և ցածր որակի գործոններ են:

ե/ Գյուղական և ներմարզային ճանապարհները հիմնականում գտնվում են քայքայված վիճակում, մինչդեռ այդ ճանապարհներն են, որ տանում են դեպի զբոսաշրջիկական գրավչություն ունեցող վայրերը:

զ/ Զբոսաշրջիկական երթուղիները և կենտրոնները կահավորված չեն անհրաժեշտ ենթակառուցվածքներով և չեն բավարարում զբոսաշրջիկական սանիտարահիգիենիկ պայմաններին, որը և ամենազսպող գործոնն է միջազգային, ոչ հայազգի զբոսաշրջիկին Հայաստան այցելելու համար /սփյուռքահայ զբոսաշրջիկները պահանջկոտ չեն, քանի որ Հայաստանը իրենց հայրենիքն է և նրանք կիսում և ընկալում են դժվարություններ/:

է/ Միջազգային հեռահաղորդակցությունը նույնպես ցածր որակի է:

ը/ Ձևավորված չի ապահովագրական և դրանից բխող բուժապասարկման ծառայությունների շուկան զբոսաշրջիկների համար:

թ/ Բարդացված է հուշանվերների, մշակութային արժեքներ պարունակող իրերի արտահանման կարգը:

ժ/ Հասարակության, և որ ամենակարևորն է պետական ծառայողների մոտ բացակայում է անհրաժեշտ վերաբերմունքը զբոսաշրջիկի և ընդհանրապես ոլորտի նկատմամբ:

ի/ Անմխիթար է վիճակը սահմանային անցման մաքսակետերում, բացակայում է ծառայությունների համալիրը:

Այս խնդիրը բավականին սուր է հետևյալ գործոններից ելնելով՝

Վերջին շրջանում շատ մեծ թափ է ստանում տարածաշրջանային զբոսաշրջիկությունը հատկապես փոքր երկրների միջև՝ երրորդ երկրներից ժամանած զբոսաշրջիկային խմբերով: Զբոսաշրջիկները, այցելելով տարածաշրջան, նախընտրում են ծանոթանալ միանգամից 2-3 երկրների: Մասնավորապես այդ տեղեկեցները արդեն նկատելի են և լայն թափ են ստանում Վրաստան-Հայաստան-Իրան և հակառակ ուղղությամբ: Այս

գուգակցության մաս է կազմում նաև «Մեծ Մետաքսի ճանապարհ» ՀԶԿ զբոսաշրջիկական ծրագիրը:

Այդ իսկ պատճառով կա անհրաժեշտություն պարզեցնել սահմանային հատման ռեժիմը և մաքսատները կահավորել անհրաժեշտ ենթակառուցվածքներով:

Վերը թվարկված հիմնական գործոններն էլ պայմանավորում են հայկական զբոսաշրջիկային արդյունքի ցածր որակը և բարձր գները:

Ինչ վերաբերում է նրան, որ Հայաստանը լավագույնս չի ներկայացված միջազգային զբոսաշրջիկական շուկայում, և արտերկրում պակասում է տեղեկատվությունը Հայաստանի վերաբերյալ, ապա սա լուրջ պետական խնդիր է :

Շուկաների ուսումնասիրության և հայրենական զբոսաշրջիկական արդյունքի խթանման համար պետությունները ծախսում են հսկայական գումարներ /մասնակցություն ցուցահանդեսներին, զբոսաշրջիկային գովազդային ֆիլմերի նկարահանում, զբոսաշրջիկական նյութերի տպագրություն, զբոսաշրջիկության մասնագետների ճանաչողական այցելությունների կազմակերպում և այլն/:

Ստորև բերված աղյուսակում ներկայացված են մի շարք երկրների բյուջեները շուկաների ուսումնասիրության և հայրենական զբոսաշրջիկային արդյունքի խթանման համար: Նշված գործառնությունները իրականացվում են պետության կողմից հիմնադրված հատուկ զբոսաշրջիկային ազգային կազմակերպությունների (NTO) միջոցով:

Չնայած, որ ձևավորված և առկա է որոշակի պահանջարկ Հայաստանի զբոսաշրջիկային արդյունքի նկատմամբ, վերը նշված հինգ գործոնները առաջացրել են զգալի անհավասարակշռություն հայկական զբոսաշրջիկային արդյունքի առաջարկ-պահանջարկ հարաբերակցությունում:

Այստեղից էլ հստակորեն ուրվագծվում է պետական քաղաքականությունը ոլորտում առաջիկա տարիների համար, որը պետք է ուղղված լինի զբոսաշրջիկական արդյունքի առաջարկ-պահանջարկի հավասարակշռմանը և այդ հավասարակշռության պահպանմամբ ներդաշնակ աճի ապահովմանը:

3. ՀՀ զբոսաշրջիկության ոլորտում պետական քաղաքականության հիմնական նպատակները և դրանց իրագործման ծրագրային միջոցառումները

Ոլորտում պետական քաղաքականության հիմնական նպատակներն են.

1. Առևտրային բացասական հաշվեկշռի կրճատում՝ զբոսաշրջիկային արդյունքի արտահանման ավելացմամբ.
2. Հանրապետություն արտարժույթի ներհոսքի ավելացում.
3. Ազգաբնակչության սոցիալական խնդիրների լուծում, զբաղվածության բարձրացում.
4. Պատմա-մշակութային արժեքների, բնության և շրջակա միջավայրի պահպանում և վերականգնում.
5. Համաշխարհային տնտեսության մեջ Հայաստանի ինտեգրացման խթանում.
6. Ազգաբնակչության մեջ եկամուտների հավասարակշռում.
7. Ներդրումային ոլորտին աջակցում.
8. Տարածքային համամասնական զարգացման ապահովում.
9. Ընդհանուր տնտեսության զարգացման խթանում:

Նշված նպատակներին հասնելու համար պետք է մշակել և իրագործել Հայաստանում զբոսաշրջիկության զարգացման պետական նպատակային համալիր ծրագիր՝ համապատասխան ծրագրային միջոցառումներով և ամրապնդված ֆինանսական ռեսուրսներով:

Ծրագիրը պետք է ներառի 6 հիմնական ոլորտներ, որոնք նպատակ կունենան շատ արագ բարձրացնելու հայկական զբոսաշրջիկային արդյունքի որակը, զբոսաշրջիկային գործունեության համար հավասար մրցակցային դաշտի ձևավորման միջոցով հայկական զբոսաշրջիկական արդյունքի գները դարձնել մրցունակ միջազգային զբոսաշրջիկական շուկայում, և բարձրացնել դրա նկատմամբ պահանջարկը:

Ծրագրային միջոցառումների 6 հիմնական ուղղություններն են՝

1. *Օրենսդրական և նորմատիվ-իրավական դաշտի ձևավորում.*
2. *Չբոսաշրջիկական գործունեության կազմակերպում և ոլորտի զարգացման կարգավորում.*
3. *Չբոսաշրջիկության նյութատեխնիկական բազայի և զբոսաշրջիկական ենթակառուցվածքների զարգացմանը աջակցություն.*

4. Գովազդային - տեղեկատվական ապահովում: Հայկական զբոսարջիկային արդյունքի խթանում ներքին և արտաքին շուկաներում.

5. Ոլորտի կադրային ապահովում.

6. Ոլորտի գիտական ապահովում:

Հաշվի առնելով, որ զբոսարջիկային արդյունքը ձևավորվում է տնտեսության բոլոր ճյուղերի պարտադիր մասնակցությամբ՝ ծրագիրը պետք է կրի համալիր բնույթ, և վերջինիս մշակմանն ու իրագործմանը պետք է մասնակից դառնան բոլոր շահագրգիռ նախարարությունները և գերատեսչությունները, և ծրագրային լուծումներում պետական ընդհանուր տնտեսական շահերը պետք է վեր դասվեն նեղ գերատեսչական շահերից:

Ծրագրի մշակման հիմքում պետք է դրվի նաև այն դրույթը, որ զբոսարջիկությունը զարգանալով մեծ խթան է հանդիսանում տնտեսության մի շարք այլ ճյուղերի զարգացման համար:

4. ՀՀ զբոսաշրջիկության զարգացման ռազմավարությունը

ՀՀ զբոսաշրջիկության զարգացման ռազմավարության հիմնական ելակետային նախապայմանները հետևյալն են.

1. Ստեղծել օրենսդրական և նորմատիվ-իրավական դաշտ, որը շուկայական տնտեսության ստեղծված պայմաններում կխթանի ոլորտում հավասար մրցակցության ձևավորմանը
2. Ոլորտի ստանդարտների և հյուրանոցների դասակարգման միջոցով սահմանել ծառայությունների որակի ստորին սահմանները՝ հիմք ստեղծելով ոլորտում սպառողի շահերի պաշտպանության համար
3. Ձևավորել բարենպաստ դաշտ ներգնա և ներքին զբոսաշրջիկության համար
4. Խթանել զբոսաշրջիկության ոլորտում ապահովագրական շուկայի ձևավորումը
5. Խրախուսել ներդրումները զբոսաշրջիկության ոլորտում և խթանել նյութատեխնիկական բազայի վերականգնումը
6. Գովազդային տեղեկատվական լրատվության ապահովման միջոցով խթանել հայրենական զբոսաշրջիկային արդյունքի առաջընթացը ներքին և արտաքին շուկաներում՝ պայմաններ ստեղծելով զբոսաշրջիկների ներհոսքի ավելացման համար
7. Ձևավորել զբոսաշրջիկության ոլորտում կրթության անընդհատ համակարգ և պայմաններ ստեղծել ոլորտը բարձր որակավորման մասնագետներով ապահովելու համար, խթանել տեղական բնակչության ներգրավումը զբոսաշրջիկային սպասարկման բնագավառում
8. Ձևավորել բարենպաստ պայմաններ զբոսաշրջիկության տարբեր ձևերի անընդհատ զարգացման համար
9. Ձևավորել բարենպաստ հարկային դաշտ ներգնա զբոսաշրջիկության՝ հայկական զբոսաշրջիկային արդյունքի արտահանման համար
10. Հասարակության և հատկապես պետական ծառայողների մեջ ձևավորել հատուկ վերաբերմունք ոլորտի նկատմամբ
11. Ձևավորել ոլորտում զբոսաշրջիկների անվտանգության համակարգ մասնավորապես ոչ ավանդական ձևերի սպասարկման համար
12. Ստեղծել նախապայմաններ զբոսաշրջիկային միջազգային և տարածաշրջանային ծրագրերին Հայաստանի ակտիվ մասնակցությունը ապահովելու և միջազգային կազմակերպությունների հետ արդյունավետ համագործակցելու համար:

5. Եզրակացություն

Այս հայեցակարգը արտացոլում է զբոսաշրջիկության զարգացման ընդհանուր մոտեցումները՝ ելնելով ոլորտում ստեղծված ներկա իրավիճակից:

Ոլորտի հիմնական առանձնահատկությունը այն է, որ երկրի ներկա սոցիալ-տնտեսական իրավիճակում այն կարող է շարժիչ ուժ հանդիսանալ տնտեսության այլ ոլորտների զարգացումը խթանելու համար:

Հայեցակարգում մշակված ռազմավարությունը հնարավորություն կընձեռնի փոքր ֆինանսական ներդրումներով կարճ ժամանակահատվածում ապահովել Հայաստան զբոսաշրջիկների ներհոսքի կայուն աճ, այն էլ իր հերթին կապահովի ոլորտի զարգացումից բխող պետական քաղաքականության հիմնական նպատակների իրագործումը:

Աղյուսակ -

Ջրուսաշրջիկության ազգային կազմակերպությունների /NTO/
խթանման և մարկետինգի 1995թ. բյուջեները

Երկիր	Բյուջե մլն.դոլար	աճի %-ը նախորդ տարվա համեմատ 1995\94թ.	Ընդհանուր բյուջեում պետական բաժնեմասի % /մնացածը ներդրվել է մասնավորի կողմից/
Ավստրալիա	87.949	16.0	85
Մեծ Բրիտանիա	78.710	1.1	70
Իսպանիա	78.647	1.5	100
Ֆրանսիա	72.854	6.5	60
Սինգապուր	51.957	9.5	100
Նիդեռլանդներ	49.700	13.5	49
Կանադա	31.504	168.3	100
Իռլանդիա	35.000	-10.1	79
Հոնգ-Կոնգ	28.637	14.8	95
Յամայկա	27.293	12.5	100
Մալազիա	26.157	7.0	100
Հարավ. Աֆրիկա	23.398	-15.5	80
Հնդկաստան	18.648	-2.5	100
Թունիս	16.423	8.6	100
Կոստա Ռիկա	7.740	8.0	100
Լեհաստան	6.709	44.6	100
Քենիա	3.888	13.0	100
Եգիպտոս	3.468	5.5	90
Լիբանան	3.333	242.9	51
Չիլի	2.737	38.0	57
Շրի Լանկա	1.235	7.0	100
Կոլումբիա	1.130	32.0	100

Նշում - աղյուսակը քաղված է ՀԶԿ-ի «Մասնավոր և պետական հատվածների համագործակցության նոր ձևերը» ձեռնարկից: