

ԶՐՈՍԱՇՐՋԱՅԻՆ ԳՐԱՍԵՆՅԱԿԻ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅՈՒՆԸ
ԵՎ ՖԻՆԱՆՍՆԵՐԻ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԵՐԸ՝
ԿԱԽՎԱԾ ՍԵՂՈՆԱՅՆՈՒԹՅՈՒՆԻՑ

ՀՏԴ 338.48

DOI: 10.56246/18294480-2023.14-13

ՍԻՆԱՆՅԱՆ ԱՐԵԳ

«Աղվենփորետս» փորձարարական գրասենյակի փոխպնօրեն
Էլփոստ՝ aregsinanyan@mail.ru

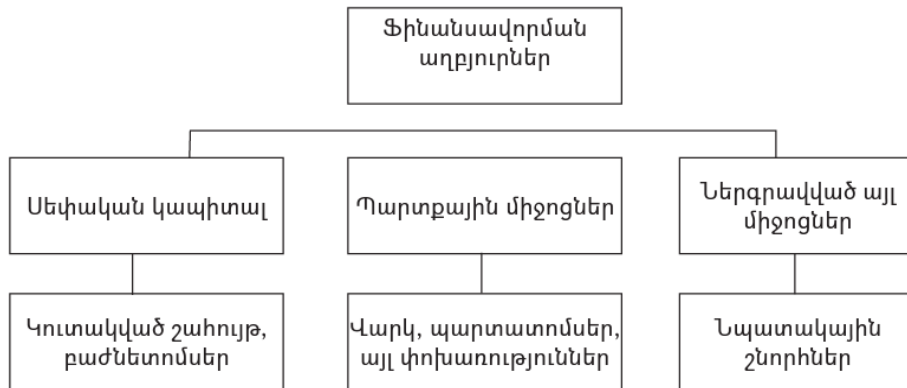
Հողվածում հեղինակն ուսումնասիրել է զբոսաշրջային գրասենյակների գործունեությունը և ֆինանսների կառավարման կառուցակարգերը՝ կախված սեզոնայնությունից, կատարել է ուսումնասիրություններ, ըստ այդմ ներկայացրել առաջարկություններ, որոնք կնպաստեն զբոսաշրջային կազմակերպությունների ֆինանսական կայունությանը: Մասնավորապես քննարկվել են զբոսաշրջության սեզոնայնության բացահայտման ձևերը, ֆինանսական ռեսուրսների արդյունավետ կառավարման համակարգը և զբոսաշրջային գրասենյակների կողմից մատուցվող ծառայությունների նախընտրության որոշման կառուցակարգերը: Ներկայացված է զբոսաշրջային գրասենյակի գործունեության սեզոնայնությունը, ըստ որի ամառվա ամիսները և դեկտեմբերը ամենածանրաբեռնված ամիսներն են, իսկ հունվար, փետրվար, մարտ ամիսներին հանգստի մեկնողների թիվը կտրուկ նվազում է: Այս տեղեկատվությունը պետք է մշտապես թարմացվի և հաշվի առնվի զբոսաշրջության ինչպես արտագնա, այնպես էլ ներգնա և ներքին ձևերի դեպքում, որպեսզի կատարվի ֆինանսների արդյունավետ կառավարում: Հողվածում արվում է այն եզրակացությունը, որ ֆինանսների կառավարումը իրենից ներկայացնում է «ֆինանսների պլանավորում-կանխատեսում» օրգանական շղթա, իսկ սեզոնայնության բացահայտումը և կանխատեսումը հնարավորություն է ընձեռում կայացնելու խելամիտ ֆինանսական կառավարչական որոշումներ և ապահովելու մրցակցային առավելություն:

Բանալի բառեր՝ զբոսաշրջություն, զբոսաշրջային գրասենյակ, ֆինանսների կառավարում, մրցակցություն, սեզոնայնություն, ֆինանսական կայունություն:

Մերօրյա խիստ մրցակցային միջավայրում անհնար է երկարատև գործունեություն ծավալել առանց ֆինանսական ճիշտ կառավարման: Ֆինանսական գործունեության հաջողությունը կախված է ֆինանսական կայունությունից, որի ապահովումը լուրջ խնդիր է հարափոփոխ գործարար միջավայրում: Ֆինանսական կայունության համար անհրաժեշտ է կատարել ֆինանսների պլանավորում և կանխատեսել շուկայական փոփոխությունները: Պլանավորումը կարելի է ներկայացնել որպես զարգացման նախադրյալների և ռեսուրսների նախատեսում՝ ելնելով առաջադրված նպատակին հասնելու ուղիներից և համապատասխան միջոցներից:

Ֆինանսական պլանավորման հիմնական օբյեկտը ֆինանսական ռեսուրսներն են, իսկ առանցքային խնդիրը ֆինանսական ռեսուրսների ապահովումն է, ներդրումների ծավալի և ֆինանսավորման աղբյուրների որոշումը:¹ Ֆինանսավորման աղբյուրները նշված են գծապատկեր 1-ում:

Գծապատկեր 1. Կազմակերպության ֆինանսավորման աղբյուրները²:



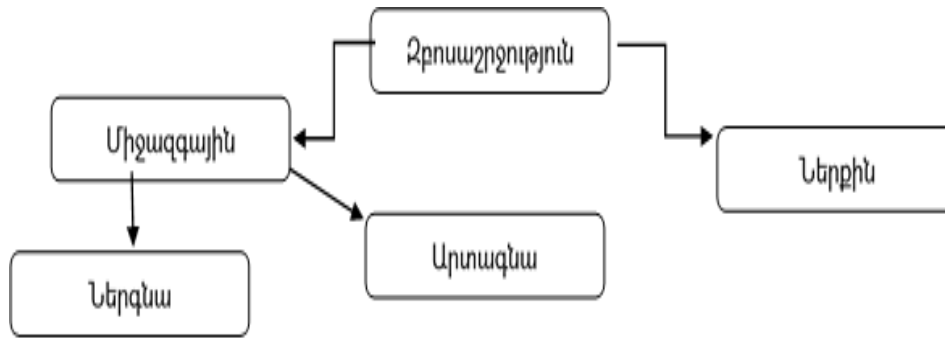
Ընկերության ֆինանսավորման հիմնական աղբյուրը տարեվերջին կուտակված շահույթն է, որը կարող է օգտագործվել ինչպես որպես շրջանառու կապիտալ, այնպես էլ հիմնական միջոցների ֆինանսավորման նպատակով: Այն թեև մշտապես գտնվում է ընկերության տնօրինման ներքո, այնուհանդերձ ոչ միշտ է բավարար լինում ընկերության ֆինանսական բոլոր կարիքները հոգալու համար, հատկապես նորաստեղծ ընկերության դեպքում, որը դեռևս չի հասցրել շահույթ կուտակել:

Ինչպես վերը նշվեց, ֆինանսների արդյունավետ կառավարման նպատակը ֆինանսական կայունության ապահովումն է, իսկ երբ խոսքը գնում է սեզոնային գործունեության մասին, ապա ֆինանսական կայունությունը դառնում է գերխնդիր: Նմանատիպ զգայուն ոլորտներից է զբոսաշրջությունը: Զբոսաշրջությունը լինում է արտագնա, ներգնա և ներքին (տե՛ս գծապատկեր 2-ը):

Գծապատկեր 2. Զբոսաշրջության կառուցվածքը:

¹ Տե՛ս Բաղանյան Լ. Հ. , Ֆինանսներ, դրամաշրջանառություն և վարկ, Երևան, 2010:

² Տե՛ս Մնացականյան Հ. Գ. , Սահակյան Գ. Է. , Ֆինանսների կառավարման հիմունքներ, Ուսումնամեթոդական ձեռնարկ, Երևան, 2016, էջ 29:



Արտագնա զբոսաշրջությունը տվյալ երկրի բնակչության ճանապարհորդությունն է դեպի արտասահմանյան պետություններ, ներգնան՝ արտասահմանից տվյալ երկիր զբոսաշրջիկների ժամանումն է, իսկ ներքին զբոսաշրջությունը տվյալ պետության բնակչության տեղաշարժն ու հանգիստն է իրենց իսկ երկրում: Զոսաշրջության բոլոր տեսակները դիտարկելու նպատակով ուսումնասիրության առարկա ենք դարձրել զբոսաշրջային գրասենյակը*, որը մատուցում է ծառայություններ թե՛ ներգնա ու արտագնա, և թե՛ ներքին զբոսաշրջության ոլորտում:

Որպեսզի լուծենք մեր առջև դրված խնդիրը և բացահայտենք զբոսաշրջության սեզոնայնությունը, որոշեցինք օգտագործել աշխարհի ամենախոշոր սոցիալական հարթակը՝ «Դիմագիրքը» («Ֆեյսբուքը»)³: Այս հարթակը հնարավորություն է ընձեռում՝ բացահայտել հաճախակի այցելությունների վայրերը, մինչև տվյալ պահը այդ վայրը այցելած և հրապարակում կատարած օգտատերերի քանակը: Ամենամսյա հետևողական հետազոտությունը թույլ է տալիս պարզել մարզի համապատասխան վայրերի այցելությունների հաճախելիությունը, ինչն էլ տալիս է զբոսաշրջային սեզոնայնության պատկեր:

Հարկ է նշել, որ Եվրոպական հանձնաժողովը գիշերակացի սեզոնայնությունը ներկայացնում է ժամանումներով և անցկացված գիշերակացերով⁴, սակայն ամբողջական պատկերի համար դա լիարժեք կամ սպառիչ չափանիշ չէ: Թիրախային խմբերը և զբոսաշրջության ոլորտի ձեռնարկությունների հաճախելիությունը պարզելու համար հիմք ընդունեցինք չորս հիմնական չափանիշներ՝

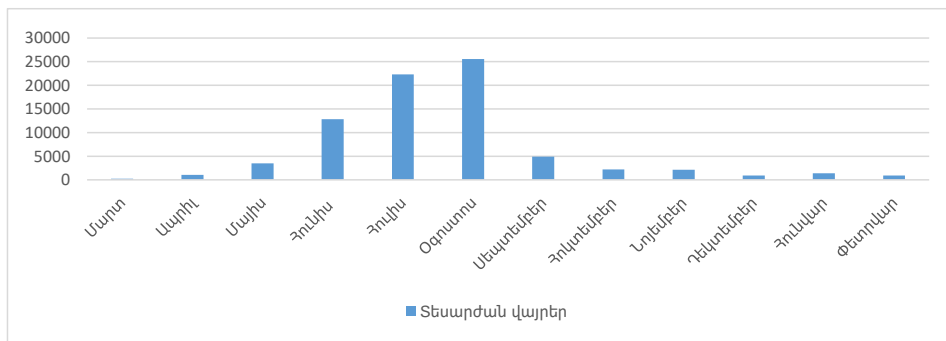
1. տեսարժան վայրերը,
2. բնակավայրերը,
3. հյուրատները և հյուրանոցները,
4. սննդի կետերը:

³ Տե՛ս Statista research, Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users, 2022 , <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

⁴ Տե՛ս Seasonality in tourist accommodation, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20200107-1>

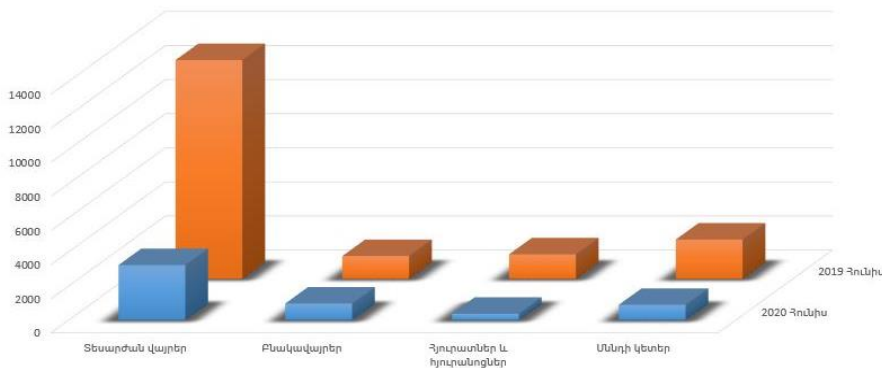
Հետազոտության արդյունքները տալիս են օգտագործման լայն հնարավորություն: Օրինակ՝ կարելի է բացահայտել տեսարժան վայրերի այցելությունների սեզոնայնությունը, մասնավորապես, Գեղարքունիքի մարզ՝ 2019 թվականի մարտից մինչև 2020 թվականի փետրվարը /տե՛ս գծապատկեր 3/:

Գծապատկեր 3. Տեսարժան վայրեր այցելությունների գնահատում:



Գծապատկերից պարզ է դառնում, որ հաճախումների ամենամեծ թիվն արձանագրվել է ամռանը՝ օգոստոս ամսին: Ինչպես նաև կարելի է համեմատական վերլուծություն կատարել՝ ըստ տարիների /տե՛ս գծապատկեր 4/:

Գծապատկեր 4. Գեղարքունիքի մարզի այցելությունների համեմատականը 2019-2020 թվականների հունիս ամսվա կտրվածքով:



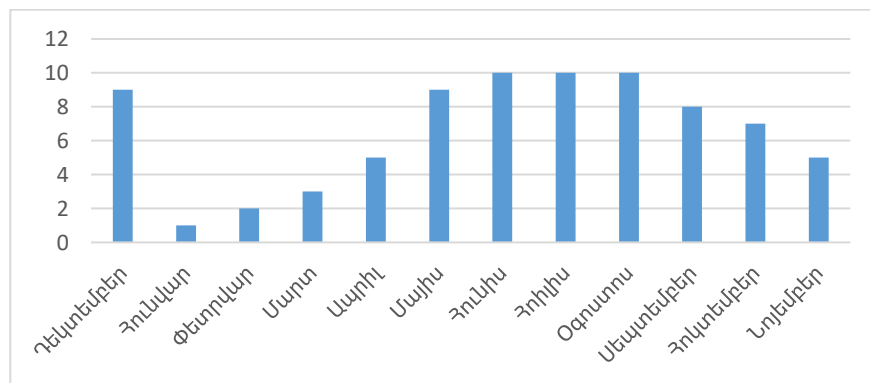
Արդյունքները ցույց են տալիս, որ անգամ ամենաշատ այցելություն ունեցած ամիսներին գրանցվել է գիշերակացի ցուցանիշների անկում. հունիսին՝ 73,8%, հուլիսին՝ 9,2%, իսկ օգոստոսին՝ 21,7%: Այցելությունների անկումը բնականաբար բացատրվում է համավարակի հանգամանքով, որով պայմանավորված՝ ՀՀ կառավարության 2020 թվականի մարտի 16-ի N 298-

Ն որոշմամբ Հայաստանի Հանրապետությունում հայտարարվեց արտակարգ դրություն⁵: Մարդիկ մեկուսացվել ու ինքնամեկուսացել էին և օբյեկտիվ պատճառով չէին ցանկանում ճանապարհորդել, այն էլ՝ գիշերակացով: Հետազոտության և 2019 թվականի հունիսի ու 2020 թվականի հունիսի ցուցանիշների համեմատական վերլուծության արդյունքում պարզեցինք, որ Գեղարքունիքի մարզ այցելությունները նվազել են 70%-ով նախորդ տարվա նույն ժամանակահատվածի համեմատ /տե՛ս գծապատկեր 4/:

Ինչպես ցույց է տալիս ուսումնասիրությունը, ՀՀ Գեղարքունիքի մարզում զբոսաշրջությունը խիստ սեզոնային բնույթ է կրում. օրինակ՝ 2019 թվականի՝ զբոսաշրջության տեսանկյունից ամենաակտիվ ամսվա՝ օգոստոսի այցելությունները մոտ 71 անգամ գերազանցում են ամենապասիվ ամսվա՝ մարտի այցելություններին: Այս հսկայական տարբերությունը առաջանում է ամռանը Սևանա լճի ափին հանգստացողների թվի էական ավելացման արդյունքում:

Սեզոնայնության բացահայտման մեկ այլ միջոց է հարցումների իրականացումը, որը մենք կատարել ենք Հայաստանի Հանրապետության զբոսաշրջային գրասենյակների ղեկավարների հետ ու գնահատել գործունեության սեզոնայնությունը 10 բալանոց համակարգով, արդյունքում ստացել ենք գծապատկեր 5-ում ներկայացված պատկերը:

Գծապատկեր 5. Զբոսաշրջային գրասենյակի գործունեության սեզոնայնությունը:



Գծապատկեր 5-ում ներկայացված է զբոսաշրջային գրասենյակի գործունեության սեզոնայնությունը, որտեղ ամառվա ամիսները և դեկտեմբերը ամենաձանրաբեռնված ամիսներն են, իսկ հունվար, փետրվար, մարտ ամիսներին հանգստի մեկնողների թիվը կտրուկ նվազում է: Այս տեղեկատվությունը պետք է մշտապես թարմացվի, և իրավիճակը շարունակաբար ուսումնասիրվի, որպեսզի կատարվի ֆինանսների արդյունավետ կառավարում, քանի որ, ինչպես նշել ենք, ֆինանսների կառավարումը իրենից ներկայացնում է «ֆինանսների պլանավորում-կանխատեսում» օրգանական շղթա, իսկ սեզոնայնության բացահայտումը և կանխատեսումը հնարավորություն կտան կայացնելու խելամիտ ֆինանսական կառավարչական որոշումներ և գրանցել հաջողություն: Օրինակ՝ սպասվելիք սեզոնայնության անկմանը նախորդող ժամանակահատվածում ձեռնարկատերը պահուստային ֆոնդը պետք է ավելացնի, որպեսզի

⁵ Տե՛ս <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=140392>

առաջիկա ամիսներին օգտագործի այդ միջոցները յուրաքանչյուր ուղղության համար առանձնահատուկ կերպով՝ կախված սեզոնայնությունից:

Ակնհայտ է, որ զբոսաշրջային գրասենյակը մեծ ազդեցություն չի կարող ունենալ որևէ ուղղության սեզոնայնության վրա, այնուհանդերձ զբոսաշրջային գրասենյակների գործունեության սեզոնայնությունը կախված է մատուցվող ծառայությունների տիպից և մասնագիտացման ուղղություններից /տե՛ս աղյուսակ 1/:

Աղյուսակ 1.

Զբոսաշրջային գրասենյակի գործունեության տեսակները:

Մուտքի թույլտվություն՝ Վիզա	Տոմս	Փոխադրում՝ Տրանսֆեր	Հյուրանոց և Ժամանց
Վիզայի «բացում»	Ավիատոմսի վաճառք	Ուղևորափոխադրումներ	Հյուրանոցների ամրագրում
Վիզայի համար դիմելու գործընթացում աջակցություն	Զբոսաշրջային ուղևորության (Կրուիզների) վաճառք	Հատուկ դիմավորում	Էքսկուրսիաների կազմակերպում
Ապահովագրության ձևակերպում	Թռիչքի գրանցում (check-in)	«Կարգո» գործակալություն	Զբոսավարի (Ուղեկցորդի, Գիդի) ծառայություններ
Թարգմանության իրականացում	Ավտոբուսի տոմսերի վաճառք	Բեռնափոխադրում	Միջոցառումների անցկացում

Հաճախ գրասենյակները մասնագիտանում են մատուցվող այն ծառայության կամ ծառայությունների ուղղությամբ, որոնք ամենաշատ եկամուտն են ապահովում, և հրաժարվում են գործունեության այն տեսակներից, որոնք սակավ եկամուտ են խոստանում: Եթե գրասենյակը մասնագիտացված է Արաբական Միացյալ Էմիրությունների ուղղությամբ, ապա ամռան ամիսներին հաճախորդների քանակը կտրուկ կնվազի, քանի որ ամռանը Էմիրություններում զբոսաշրջության գրավիչ սեզոն չէ: Առկա են բազմաթիվ ուսումնասիրություններ, որտեղ ներկայացված են տարածաշրջանները և այդ ուղղություններով այցելության նախընտրելի ժամանակահատվածները⁶: Պետք է ուսումնասիրել սեզոնայնությունը և թռիչքները, որպեսզի գրասենյակը կարողանա մշտապես գրավիչ «զբոսաշրջային ապրանք» առաջարկել հաճախորդներին:

Այսինքն՝ ունենալով ֆիքսված ուղղություն կամ ուղղություններ և մատուցելով մեկ կամ մի քանի ծառայություններ՝ զբոսաշրջային գրասենյակը չի կարող ապահովել ֆինանսական

⁶ Տե՛ս This Awesome Map Summarizes the Best Time to Visit Every Country in the World, Posted by ANDREW DARWITAN on JANUARY 7, 2018.

կայունություն: Զբոսաշրջային գրասենյակը պետք է իրականացնի հետազոտություն և բացահայտի գործունեության այն տեսակները և ուղղությունները, որոնք իր սպասարկած տարածաշրջանի համար ամենաեկամտաբերն են և կապահովեն ֆինանսական մուտքեր ու ֆինանսական կայունություն:

Ֆինանսական կայունություն ապահովելու մյուս միջոցը ֆինանսական ռեսուրսների ճիշտ տնօրինումն է: Կատարված հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ Հայաստանի Հանրապետության քաղաքացիները արտասահման հանգստի մեկնելիս ամրագրում են փաթեթներ՝ միջինում 1-2 ամիս առաջ: Զբոսաշրջիկները վճարում են այդ պահին, իսկ գրասենյակը գումարը վճարում է նրանց մեկնումից մի քանի օր առաջ: Սա հնարավորություն է տալիս հաշվին ունենալ որոշակի կուտակված գումար տևական ժամանակահատվածի ընթացքում: Կան բազմաթիվ եղանակներ, որոնց միջոցով կարող են նոր եկամտի աղբյուր ունենալ, եթե, իհարկե, գրագետ օգտագործեն այդ ռեսուրսը: Ամենապարզ միջոցը բիզնես ավանդն է: Զբոսաշրջային գրասենյակները հաճախ համագործակցում են և՛ հայաստանյան, և՛ արտասահմանյան կազմակերպությունների հետ, այսինքն՝ օգտագործում են ինչպես ՀՀ դրամ, այնպես էլ արտարժույթ՝ ԱՄՆ դոլար, եվրո: Եթե համարենք, որ գործարքներն իրականացվում են ՀՀ դրամով, ապա բիզնես ավանդի տոկոսադրույքը, օրինակ, «ԱԿԲԱ ԲԱՆԿ»-ում մեկ տարի տևողությամբ կազմում է 8%, իսկ դոլարի դեպքում՝ 3%⁷: Եթե համարենք, որ գրասենյակի հաշվին մշտապես կլինի 50 փաթեթի գումար, որը կկազմի նվազագույնը 50.000 ԱՄՆ դոլար կամ 20.000.000 ՀՀ դրամ, ապա տարեկան եկամուտը կկազմի համապատասխանաբար 1.500 ԱՄՆ դոլար և 1.600.000 ՀՀ դրամ: Իսկ այս գումարը կարող է ծառայել որպես «ֆինանսական անվտանգության բարձիկ»⁸:

Այսպիսով, մեր կողմից ներկայացված կառուցակարգերն ու մոտեցումները հնարավորություն կընձեռեն զբոսաշրջային կազմակերպություններին ապահովել բարձր գործարար ակտիվություն, հետևաբար և ֆինանսական կայունություն ու մրցակցային առավելություն:

Օգտագործված գրականության ցանկ

1. Բաղանյան Լ. Հ. Ֆինանսներ, դրամաշրջանառություն և վարկ, Երևան, 2010:
2. Բիզնես ավանդի հաշվիչ <https://www.acba.am/hy/business/invest/business-deposit>
3. Մնացականյան Հ. Գ., Սահակյան Գ. Է. Ֆինանսների կառավարման հիմունքներ, Ուսումնամեթոդական ձեռնարկ, Երևան, 2016, էջ 29:
- 4 Евгений Шепелев, Зачем нужна финансовая подушка и как ее хранить, Sink off банк, 2022
5. Statista research, Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users, 2022, <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.
6. Seasonality in tourist accommodation, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20200107-1>.

⁷ Տե՛ս Բիզնես ավանդի հաշվիչ <https://www.acba.am/hy/business/invest/business-deposit>

⁸ Տե՛ս Евгений Шепелев, Зачем нужна финансовая подушка и как ее хранить, Sink off банк, 2022.

7. This Awesome Map Summarizes the Best Time to Visit Every Country in the World, Posted by ANDREW DARWITAN on JANUARY 7, 2018.

8. <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=140392>.

ACTIVITIES OF THE TOURIST OFFICE AND FINANCIAL MANAGEMENT MECHANISMS DEPENDING ON SEASONALITY

SINANYAN AREG

Deputy director of "Adventures" Tourist Office

e-mail: aregsinanyan@mail.ru

The activities of tourist offices and financial management mechanisms depending on seasonality were studied and according recommendations contributing to the financial stability of tourist organizations were submitted in the article by the author. In particular, the ways of identifying the seasonality of tourism, the effective management system of financial resources and the structures for determining the preference of services provided by tourist offices were discussed. The seasonality of the activity of the tourist office is presented, according to which the summer months and December are the busiest months, and the number of vacationers decreases sharply in January, February and March. This information must be constantly updated and taken into account in the case of outbound tourism, as well as inbound and domestic ones in order to perform effective financial management. It is concluded in the article that financial management is an organic chain of "financial planning-forecasting", and the identification and forecasting of seasonality provides an opportunity to make reasonable financial management decisions and ensure a competitive advantage.

Key words: tourism, tourist office, financial management, competition, seasonality, financial stability.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И И МЕХАНИЗМЫ ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СЕЗОННОСТИ

СИНАНИЯН АРЕГ

Заместитель директора туристического офиса "Adventures"

электронная почта: aregsinanyan@mail.ru

В статье автор изучил деятельность туристических организаций и механизмы управления финансами в зависимости от сезонности.

По результатам исследования были представлены соответствующие рекомендации, которые будут способствовать финансовой устойчивости туристских организаций. В частности, обсуждались способы выявления сезонности туризма, система эффективного управления финансовыми ресурсами и механизмы определения предпочитаемых услуг, предоставляемых туристическими офисами.

Представлена сезонность деятельности турбюро, согласно которой наиболее загруженными месяцами являются летние месяцы и декабрь, а количество отдыхающих резко сокращается в январе, феврале, марте. Эта информация должна постоянно обновляться и учитываться в случае как выездного и въездного, так и внутреннего туризма для эффективного управления финансами. В статье делается вывод о том, что финансовый менеджмент представляет собой органическую цепочку «финансовое планирование-прогнозирование», а выявление и учёт сезонности дает возможность принимать обоснованные финансовые управленческие решения и обеспечивать конкурентное преимущество.

Ключевые слова. туризм, туристическая организация, финансовый менеджмент, конкуренция, сезонность, финансовая стабильность.

Հոդվածը ներկայացվել է խմբագրական խորհուրդ 08.12.2022թ.:

Հոդվածը գրախոսվել է 21.12.2022թ.:

Ընդունվել է տպագրության 29.03.2023թ.: