

# **Manoogian Simone Research Fund (MSRF)**

*Թեմա. Հայաստանի զբոսաշրջային գրավչության բարձրացման նպատակով թվային կարիքների գնահատում և առաջարկների մշակում*

## **1. Հիմնախնդրի նկարագրությունն ու դրա արդիականությունը**

Վերջին ժամանակներում ճամփորդությունները կազմակերպվում են անհատական և ինքնուրույն մշակված ծրագրով, ուստի ճանապարհորդները գումար և ժամանակ խնայելով, դիմում են թվային հարթակներին՝ փնտրելով ավիատոմսերը, հյուրանոցները, հանգստյան տները և զբոսաշրջային փորձառությունները տվյալ երկրի համար: Թվային հարթակները հնարավորություն են տալիս ընտրելու համապատասխան ուղղություն, իրականացնելու վճարումներ, կապվելու պատասխանատուների հետ, իրականացնելու ընթացիկ փոփոխություններ: Կապված համավարակով պայմանավորված սահմանափակումների հետ՝ նախքան որևէ ուղղություն նախատեսելը, համապատասխան կայքերից ճանապարհորդները ճշտում են երկրի մուտքի և ելքի ընթացակարգը, ապահովության մակարդակը, սահմանափակումները, հնարավորությունները: Այսօր Հայաստանի թվային ներկայացվածությունը ոչ բավարար է երկրի ճանաչելիությունը բարձրացնելու և որպես զբոսաշրջային ուղղություն պահանջված լինելու համար:

## **2. Հետազոտության նպատակը և դրա հնարավոր ազդեցությունը համապատասխան քաղաքականության մշակման վրա**

Հետազոտության նպատակը միջազգային թիրախային շուկաներում թվային հարթակներում պատշաճ ներկայանանալու հնարավորությունների բացահայատումն է և Հայաստանի տեղայնացումը՝ որպես զբոսաշրջային գրավիչ ուղղություն թվային պլանավորումը նախընտրող ճամփորդների համար: Այն թույլ կտա մշակելու նոր զբոսաշրջային արդյունքներ և դրանք առաջ մղել համապատասխան թվային հարթակներում:

Թիրախային երկրներ՝ Ռուսաստան և ԱՊՀ երկրներ, Եվրոպա՝ մասնավորապես Գերմանիա, Նիդերլանդներ, Ֆրանսիա, ԱՄՆ:

# Manoogian Simone Research Fund (MSRF)

## 3. Հետազոտության մեջ ուսումնասիրվելիք կոնկրետ խնդիրներն ու հարցադրումները

Ուսումնասիրել առաջատար երկրների կողմից թվային հարթակներում կիրառվող հաջողված փորձառությունը, Հայաստանի e-Tourism-ի կարիքները գնահատել և այս ասպարեզում ըստ առաջնահերթությունների մշակել առաջարկներ:

- Ըստ տարածաշրջանի առանձնացնել որտեղ, որ կայքերից, բլոգ և սոց. հարթակներից, հավելվածներից են օգտվում:
- Որտեղ է նպատակահարմար ներկայացնել Հայաստանը, որ օնլայն հարթակներում, բլոգերային հարթակներում, պարբերականներում և ինչու:
- Որոնք են ամենահայտնի հարթակները ավիատոմսերի, հյուրանոցների և կացարանների ամրագրման համար հետհամավարակային ժամանակում:
- Որ երկրների զբոսաշրջիկներն են օնլայն պլանավորում իրենց ճամփորդությունը:
- Առցանց պլանավորման միտումները ինչ զարգացումներ ունեն:

## 4. Հետազոտությունից ակնկալվող արդյունքը

- Թվային հարթակների ընտրություն, որտեղ նպատակահարմար է իրականացնել մարքեթինգային արշավներ Հայաստանի վերաբերյալ:
- Թվային հարթակների առավելություններն ու թերությունները:
- Թվային պարբերականներ, որոնց միջոցով Հայաստանը կարող է բարձրացնել իր վարկանիշը որպես զբոսաշրջային դեստինացիա:
- Ըստ երկրների՝ ամենահաճախ օգտագործվող թվային հարթակների ընտրությունը և հնարավորությունները:
- Ներկայացնել հարևան երկրների կողմից թվային հարթակներում ներկայանալու լավագույն փորձը (case studies):