ԵՐԵՎԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆԻ ԳԻՏԱԿԱՆ ՏԵՂԵԿԱԳԻՐ
УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ ЕРЕВАНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Երկրաբանություն և աշխարհագրություն 55(1), 2021 ***Геология и география***

Աշխարհագրություն

УДК 311.3001

ՏՈՒՐԻԶՄԸ ՈՐՊԵՍ ԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ՄԱՍԻՆ ԵՎ ԿԱՊԸ ԱՅԼ ԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՀԵՏ

Ա. Ռ. ԱՎԱԳՅԱՆ *

ԵՊՀ սերվիսի ամբիոն, Հայաստան

Զբոսաշրջությունը հասարակական կյանքի արագ զարգացող ոլորտներից մեկն է: Խնդիրն այդ զարգացումը գիտականորեն հիմնավորված ուղու վրա դնելն է: Այդ գործում իր կարևոր տեղն ունի տուրիզմը, որի հայեցակարգում զբոսաշրջության տնտեսության կազմակերպման և գործունեության ապահովման գիտական սկզբունքներն ու մոտեցումներն են: Տուրիզմը գիտություն է զբոսաշրջության մասին:

https://doi.org/10.46991/PYSU:C/2021.55.1.079

***Keywords*:** tourism, method, recreation mountains, rivers human capital, resourse.

Խնդրի դրվածքը: Համաշխարհային տնտեսության զարգացման հետինդուստրիալ փուլում աշխատուժի զբաղվածության և համախառն ներքին արդյունքի 60–75% տալիս է սերվիսի ոլորտը:

Սերվիսի ոլորտի գերակա տարրը (ճյուղը) զբոսաշրջությունն է, որի կազմակերպման և գործունեության ապահովման գիտական սկզբունքները և մեթոդները մշակվում են տուրիզմի հայեցակարգի շրջանակներում:

Տուրիզմը, լինելով գիտական նոր աշխարահայացք դեռևս գտնվում է որոնումների մեջ, միջգիտական սահմանին: Ըստ Կ. Կելլերի «Տուրիզմը դեռևս չի կարողացել մեկ ամբողջության բերել այդ գիտելիքները և ձևավորվել որպես ինքնուրույն գիտության» [1]:

Ի.Վ. Զորինը, Ի.Վ. Կվարտալովնան առաջարկում են «տուրիզմ» եզրույթի փոխարեն օգտագործել «տուրիստիկա» եզրույթը: Նրանք «Տուրիզմը համարում են տուրիստիկայի հետազոտության օբյեկտը» [2]: Ա.Խ. Սեյոլկինը գտնում է որ տուրիստիկան գիտություն է տուրիզմի (զբոսաշրջության) մասին, որի օբյեկտը տուրիզմի (զբոսաշրջության) ոլորտն է, առարկան՝ զբոսաշրջիկի գործունեության ընթացքում առաջացող սոցիալ-տնտեսական հումանիտար երևույթների անձնական կուլտուրայի քաղաքական և այլ գործընթացների միասնությունը [3]:

Ա.Մ. Նովիկովան «Տուրիստական ներկայացնում է որպես ամբողջական համալիրային գիտություն» [4]:

* E-mail: aavagyan@ysu.am

Վ.Կ. Ֆեդորչենկոն, Վ.Ս. Պոզենյուկը և մի շարք այլ հեղինակներ զբոսաշրջության մասին գիտությունն անվանում են տուրիզմոլոգիա [5]: Ըստ այդ հեղինակների տուրիզմոլոգիայի տեսության էությունը նորարական, սոցիալ-տնտեսական և հումանիտար գիտությունների գիտելիքների էվոլուցիայի արդյունքն է:

«**Տուրիզմ**», «**տուրիստակա**» թե «**տուրիզմոլոգիա**» եզրույթներն ունեն մեկ ընդհանրություն և մեկ նպատակ զբոսաշրջության կազմակերպումը և գործունեությունը դարձնել գիտելիքահենք և արդյունավետ, աստիճանաբար հասնելով «կայուն տուրիզմ» մտածելակերպին: Կայուն տուրիզմը միանգամայն նոր հայեցակարգ է, նոր մտածելակերպ, ըստ որի զբոսաշրջությունը պետք է օպտիմալ կերպով օգտագործի շրջակա միջավայրի այն կարողությունները, որոնք նրա համար ռեսուրսներ են, պահպանելով կարևորագույն բնապահպանական գործընթացները, բնական ժառանգությունը և կենսաբազմազանությունը: Ապահովի կենսունակ, երկարաժամկետ տնտեսական գործողություններ և բոլոր շահառուների սոցիալ-տնտեսական շահերը, որոնք հավասարապես բաշխվում են և որոնց թվում են կայուն աշխատանքը և եկամուտ վաստակելու հնարավորությունը, ինչպես նաև հյուրընկալող համայնքներին տրամադրվող սոցիալական ծառայությունները և աղքատությունը նվազեցման ուղղված գործողությունները [6]: Տուրիզմը գիտական նոր ուղղություն է, առաջացել է կյանքի պահանջով և ի վիճակի է գիտական մակարդակի հասցնել զբոսաշրջության կազմակերպումը և գործունեությունը:

Վերլուծության արդյունքները:

***Տուրիզմի օբյեկտի՝ զբոսաշրջության զարգացման ռեսուրսները*:** Զբոսաշրջության ռեսուրսները բազմատեսակ են և բազմաքանակ, կարելի է առանձնացնել երկու խոշոր խմբի՝ բնական և բանական:

Բնական ռեսուրսներն են երկրի մակերևույթի ձևերը, կլիմայական պայմանները, ջրոլորտի և կենսոլորտի տարրերը: Երկրի մակերևույթի երկրաբանական և երկրաձևաբանական կառուցվածքները, որպես զբոսաշրջության ռեսուրսներ (նախադրյալները միասնական ձևով են հանդես գալիս): Պլատֆորմները, գեոսինկլիաները, լեռնաշղթաները, գետահովիտները, կիրճերը, քարայրները գրավիչ են իրենց դժվարամատչելիությամբ և տալիս են ինքնաբացահայտելու մեկուսանալու, բերկրանք ապրելու հնարավորություն: Շվեցարիայի տարածքի 1/3 գրավում են Ալպյան լեռները: Հիմնականում դրանք են զբոսաշրջության գլխավոր դեստինացիաները և տարեկան ապահովում են 17 մլրդ դոլարի եկամուտ:

Կլիմայական պայմաններն ունեն բուժիչ հատկություն: Հյուսիսի բնակիչները տարվա հատկապես տաք եղանակներին ձգտում են իջնել հարավ՝ արևային լոգանքներ ընդունելու, և հակառակը՝ հարավցիների համար գրավիչ են հյուսիսի մեղմ, զով ամառները:

Ռեկրեացիոն մեծ նշանակություն ունեն ջրաբանական ռեսուրսները՝ ծովերը, լճերը, գետերը, ջրվեժները, հանքային ջրերը, սառցադաշտերը, ճահիճները: Ծովերը, գետերը և լճերը գրավիչ են իրենց ավազապատ լողափերով, նավագնացության, սպորտային ձկնորսական կարողություններով: Լեռնային գետերում զարգանում է արկածային զբոսաշրջությունը, տունդրայի ճահիճները որսորդության լավ վայրեր են:

Աշխարհում թերևս ամենից շատ առողջարաններ կան հանքային ջրերով, բուժիչ ցեխերով հարուստ շրջաններում՝ Կաոլովի վայրի, Մին վոդի, Ջերմուկ և այլն:

Ջրվեժները բնության հզորությունը ներշնչող կարողություն ունեն, նրանք օժտված են ճանաչողական և գեղագիտական ներքին էներգիայով: Նիագարա ջրվեժ են գալիս տարեկան շուրջ 14 մլն զբոսաշրջիկ: Նիագարան համարվում է նորապսակների վայր: Ամեն տարի այստեղ են գալիս շուրջ 50 000 նորապսակներ:

Կենսառեսուրսներից զբոսաշրջային առումով առավել գրավիչ են բուսական աշխարհը, հատկապես անտառները, որոնք բերում են մաքուր առողջարար օդ, հոգու անդորրություն: Անտառները հավաքչության աղբյուր են իրենց բազմաթիվ բազմատեսակ պտուղներով, հատապտուղներով, սնկերով: Անտառները հրաշալի որսավայր են, իրենց են ձգում արկածախնդիրներին: Զբոսաշրջության համար մեծ նշանակություն նաև ունեն վայրի կերակրաբույսերը, համեմունքները:

Կենդանական աշխարհն իր գոյությամբ համալրում է ներդաշնակության գաղափարին, այստեղ բոլոր տեսակները կազմում են մեկ դիալեկտիկական միասնության շղթա: Թեկուզ ամենափոքր օղակի ոչնչացումը սպառնում է ամբողջ համակարգի շղթայի գոյությանը: Կենդանական աշխարհում տեսակի հավերժականությունն է հաստատված հազարամյակների կողմից: Այն զբոսաշրջային առումով ունի գիտաճանաչողական, գեղագիտական, որսորդությամբ զբաղվելու նշանակություն:

Բանական նախադրյալներ են մշակութային արժեքները, աշխատանքային նորույթները, կապիտալը և նրա ներդրման քաղաքական, իրավական, տնտեսական, ներդրումային առողջ միջավայրը:

Մշակութային արժեքները հին ու նոր սերունդների ստեղծված ազգային համազգային գլուխգործոցներ են, ազգի կենսակերպի իրեղեն վկաները, զբոսաշրջության այցեքարտներն են: Դրանք մարդկային կապիտալը կազմակերպելու, կառավարելու, մրցակցային պայքարում հաղթելու գաղտնի զենքն է, ինչպես նաև համոզելու, ուրիշների կողմից դեռևս չօգտագործվածը բացահայտելու մեծ կարողությունն է:

Մարդկային կապիտալը՝ հասարակության քաղաքակրթվածության մակարդակն է: Նա բարձր տեխնոլոգիաների կիրառողն է զբոսաշրջային ցանցի ստեղծողը, տուրիզմի տեսական դրույթները կիրառական դարձնողը: Մարդկային կապիտալն օգտագործում է նոր գաղափարներ, նոր մեթոդներ զբոսաշրջության գործունեությունն առաջ տանելու համար:

***Կայուն տուրիզմի հայեցակարգի ձևավորումը փիլիսոփայության և գիտությունների համակարգում*:** Կայուն տուրիզմի հայեցակարգն առաջին հերթին անհատների, մարդու և հասարակության, մարդ–բնություն փոխհարաբերությունների տրամաբանական միասնության արդյունքն է, որի հիմքում ապրելու փիլիսոփայությունն է, հասարակության ընդհանուր աշխարահայացքը, քաղաքակրթությունը:

Փիլիսոփայության մեջ կեցության նկատմամբ գիտակցության հարաբերության, մատերիայի բնության նկատմամբ մտածողության հարցն է, որը կոչված է պատասխանելու՝ համապատասխանում է արդյո՞ք գիտակցությունը կեցությանը, ընդունա՞կ է այն ճիշտ արտացոլելու աշխարհը [7]:

Կեցություն–մտածողություն–գիտություն միասնության դաշտում ձևավորվում է տուրիզմի հայեցակարգը՝ որպես գիտական ուղղություն:

Փիլիսոփայության (ինչպես նաև տուրիզմի) սկզբունքներում մարդ–բնության փոխհարաբերության ներդաշնակումն է, մարդ–բնություն, մարդ–բնություն–հասարակություն դիալեկտիկական միասնությունն է: Այդ միասնությունը դրսևորվում է հասարակության ընդհանուր գիտակցության՝ քաղաքակրթվածության մեջ:

Քաղաքակրթությունը հասարակության ապրելաձևն է, գործելակերպը, ապրելու և գործելու համար ստեղծված ենթակառուցվածքները՝ կրթություն, գիտություն, մշակույթ, նյութական կառույցներ, այս ամենը ստեղծելու տեխնոլոգիաները:

Քաղաքակրթությունը տուրիզմի հենքն է, որոշում է տուրիզմի համակարգի բովանդակությունը, կառուցվածքը, նրա գործունեության սկզբունքները:

Տ. Բուրմենկոյի, Ի. Դանիլենկոյի և Տ. Տուրենկոյի կարծիքով հասարակության քաղաքակրթվածությունը և մշակույթը կապված է տեղեկատվության քանակի և որակի հետ: Տեղեկատվության մակարդակն է որոշում թե տվյալ հասարակությունը ինչ խնդիրներ կարող է լուծել [8]:

Տեղեկատվությունը մեծացնում է մարդու աշխատանքային կարողությունը, այն արտադրողական մրցունակության կարևոր գործոն է: Ըստ Մ. Կաստելսի տեղեկատվությունը հնարավորություն է տալիս կապիտալի, աշխատանքի, հումքի, տեխնոլոգիաների, շրջանառությունը դնել գիտական մակարդակի վրա [9]: Տեղեկատվությունն ապանյութականացնում է տնտեսությունը, նոր տնտեսության մեջ գլխավոր ապրանքը դառնում է միտքը [10]:

Միտքը՝ մտածելու կարողությունն է և կարողության չափով էլ կառուցվում է «տունը», որոշվում նրա բովանդակությունը: Տուրիզմը լինելով այդ տան մի տարր իր տեսա-մեթոդական սկզբունքները և մոտեցումները ենթարկվում է տան ճարտարապետության օրենքներին և իր վերջնարդյունքին հասնելու համար վերցնում է այլ գիտությունների կողմից մշակված և կիրառություն ստացած մոտեցումները և սկզբունքները հարմարացնում է իր պահանջներին:

***Տուրիզմի կապն աշխարհագրության հետ*:** Աշխարհագրության համատեքստում տուրիզմն օգտվում է Ե.Բ. Ալաևի կողմից առաջարկվող չորս հիմնական մոտեցումներից՝ տարածականություն, կոմպլեքսայնություն կոնկրետություն և գլոբալայնացում [11]:

Աշխարհագրության հետազոտության ցանկացած օբյեկտն առաջին հերթին կապվում է տարածքի հետ: Տարածքն իր բնական և բանական կարողություններով աշխարհագրության (այս դեպքում տուրիզմի) զարգացման գլխավոր նախապայմանն է: Տարածքային գործոնը հնարավորություն է տալիս հետազոտվող օբյեկտը դնել որոշակի սահմանների մեջ և հենվել այդ սահմաններում ամփոփված իրերի և երևույթների փոխկապակցվածության, տրամաբանական միասնության վրա: Այդ միասնության հենքի վրա էլ տուրիզմը կառուցում է իր օբյեկտը;

Համալիրային մոտեցումը մի կողմից կապված է տարածքի բոլոր կարողությունները մեկ ընդհանրության բերելու և դրա միջոցով օբյեկտի իրատեսական կառուցողական մոդելի ստեղծելու հետ: Մյուս կողմից կիրառական է դառնում այն գաղափարը, որ ընդհանուրն ավելի ուժեղ է, քան նրա տարրերի կարողությունների միագումարը: Միագումարը՝ որպես այդպիսին ունի զուտ

թվաբանական, մեխանիկական բովանդակություն, իսկ համալիրը միավորումը տեսնում է առանձին տարրերի տրամաբանական փոխկապակցությունների և փոխառնչությունների մեջ, ինչը համալիրի ներքին էներգետիկ մեծ կարողությունն է:

Որոշակիության մոտեցումը հետազոտվող օբյեկտը փիլիսոփայության դաշտից տեղափոխում է իրական աշխարհ և որոշակի է դարձնում օբյեկտի տեղը տարածության և ժամանակի մեջ: Ժամանակը տուրիզմի օբյեկտը դիտում է իր զարգացման շարժման մեջ:

Գլոբալայնացումը բացառիկ նշանակություն ունի, հատկապես միջազգային զբոսաշրջության մեջ: Խնդիրը նրանում է, որ գլոբալայնացումը զբոսաշրջության կազմակերպման առաջ նոր խնդիրներ է դնում, որը կարելի է լուծել միայն գիտական մոտեցման միջոցով:

Տուրիզմի համար կարևոր նշանակություն են ստանում աշխարհաքաղաքական խնդիրները, տեղեկատվական դաշտի ընդհարձակումը, ցանցային տեղեկատվության ստեղծումը, կապիտալի արտահանումը, անդրազգային ընկերությունների ստեղծումը, բարձր տեխնոլոգիաների կիրառումը: Աշխարհաքաղաքական խնդիրները կապվում են, այսպես կոչված, «սահմանների թափանցիկության» հետ, որը զբոսաշրջիկներին ազատ ճանապարհորդելու հնարավորություն է տալիս: Սահմանների թափանցելիությունն ապահովում է նաև կապիտալի ազատ տեղաշարժն, անդրազգային ընկերությունների գործունեության աշխարհագրական ընդարձակումն, ազգային զբոսաշրջային տնտեսության և միջազգայինի ինտեգրումը:

Տնտեսագիտության դաշտում տուրիզմի օբյեկտը դառնում է ավելի առարկայական՝ օժտվում է ֆինանսական կարողություններով: Այստեղ կապիտալի ներդրմանն արդյունավետության խնդիրն է, մարդկային կապիտալի օգտագործումն է: Տուրիզմի օբյեկտի կառուցման մեջ առավել կիրառական է տնտեսագիտության կողմից օգտագործվող «սակավության օրենքը», ըստ որի կապիտալը գնում է այնտեղ ուր նրա կարիքը կա, զբոսաշրջիկի բերած փողի կարիքը:

Մարքետինգը սպասարկման մշակույթ է՝ արվեստ, բացառիկ է նրա սկզբունքների դերը տուրիզմի հայեցակարգի ստեղծման գործում: Ջոն Շոուլի «Սպասարկման որակը» վաճառքի արդյունավետ գործիքն են, իսկ մրցունակությունը շուկայում կայուն տեղի ապահովումն է [12]: Մարքետինգը տուրիզմին զինում է մրցունակության ամրապնդման կարողություններով: Քանզի զբոսաշրջությունը զարգանում է սուր մրցակցության դաշտում: Մրցակցության դաշտում առաջնությունը պահպանելու համար անհրաժեշտ է անընդմեջ իրականացնել նորամուծություններ, և դրանց ներդրմամբ գերազանցել մրցակիցներին [13]:

***Տուրիզմի կապը սոցիոլոգիայի հետ*:** Սոցիալական գործոնը հասարակական կյանքի կազմակերպման կաևոր միջոցներից մեկն է: Սոցիալականացումը հասարակական կյանքի շարժիչ ուժն է: Սոցիալական նպատակներով ծախսված միջոցներն արագ փոխհատուցվում են: Սոցիալական գործոնը տուրիզմի գիտա-տեսական դաշտին տալիս է կիրառական նշանակություն: Այն իր կիրառական նշանակությունն է ստանում տուրիզմի օբյեկտի՝ զբոսաշրջության կազմակերպման համար: Սոցիալական գործոնը կայուն տուրիզմ, ստեղծելու և նրա միջոցով կայուն մարդկային զարգացում ապահովելու նախադրյալ է:

Տուրիզմի հայեցակարգում կարևոր նշանակություն ունեն արտադրական հարաբերությունները: Երբ մարդիկ աշխատանքային հարաբերությունների մեջ են իրենց ցանկությունից անկախ, այստեղ կարևորվում են հասարակական հարաբերությունները [14]:

Վերջիններս որոշում են մարդկային հարաբերությունները, որոնք այնքան կարևոր են զբոսաշրջության մեջ:

***Տուրիզմի կապը հոգեբանության հետ*:** Հոգեբանական գործոնն օգնում է տուրիզմին իր հայեցակարգի մեջ կարևորել հոգևոր-հոգեբանական արժեքների դերը: Տուրիզմը (ռեկրեացիոն տուրիզմը) ընտանիքում, աշխատավայրում, հասարակական միջավայրում, անհատի հոգեվիճակի բացասական երևույթների վերացման միջոցներից մեկն է:

Հոգեբանական գործոնը զբոսաաշրջության կարևոր գործոններից է: Որոշակի հոգեբանության դրդապատճառով անհատը սկսում ճանապարհորդել: Հոգևորն է ստիպում գալ տեսնել, զմայլվել, հեռանալ առարկայական հոգսերից, մեկուսանալ:

Տուրիզմի հայեցակարգում նաև տարբեր քաղաքակրթությունների հանդիպումն է և այդտեղ ներդաշնակության հասնելու գաղափարը:

Զբոսաշրջության (հատկապես միջազգային) մեջ առօրյական է տարբեր, կրոնական, ազգային, էթնիկական խմբերի հանդիպումը: Տարբեր են դրանց աշխարհընկալումները, վարվելակերպը, վերաբերմունքը զբոսաշրջային առարկաների նկատմամբ: Այստեղ արդեն ընդհանուր եզրեր գտնելու խնդիրն է:

***Տուրիզմի կապը գեղագիտության հետ*:** Մարդը բնության զավակն է և գենետիկորեն ձգտում է դեպի բնությունը: Բնականը կատարյալն է, իր կատարելիությունը մարդը (զբոսաշրջիկը) տեսնում է բնության մեջ: Մարդը ձգտում է գնալ դեպի բնություն տեսնելու բացառիկը, նորը, գեղեցիկը: Գեղեցիկի ընկալումն է մարդն ուղղորդում նվաճելու լեռների անհաս գագաթները, իջնելու ծովերի և օվկիանոսի խորքերը, ճանապարհորդելու դժվարանցալի ջունգլիներով «անհրապույր» անապատներով: Գեղեցիկի զգացողությունը բնության առարկաներին շունչ ու հոգի է տալիս:

Գեղագիտության և բարոյագիտության նորմերի վրա ձևավորված հարաբերությունները, մարդու պահանջմունքները զբոսաշրջությանը տալիս են հումանիստական բովանդակություն: Զբոսաշրջությունը, հաղթահարելով պետական սահմանները մեկ ընդհանուր համագործակցության դաշտ է բերում ազգային, էթնիկական, մշակութային արժեքները, դրանց մեջ գտնելով ընդհանուր եզրեր:

Տուրիզմի հայեցակարգի ձևավորման համար կարևոր նշանակություն ունի քաղաքական, իրավական դաշտի իմացությունը: Հասարակական օրենքների իմացությունն օգնում է վարել գիտականորեն հիմնավորված քաղաքականություն:

Քաղաքականությունը վերաբերվում է ինչպես հասարակական խմբերի, ազգերի, էթնոսների, այնպես էլ պետությունների հարաբերություններին, գործողություններին, որոնք կարգավորվում են իշխանության շնորհիվ [15]:

Ներքին քաղաքականության մեջ կարևոր նշանակություն ունեն պետական քաղաքականության, ազգային բարոյական նորմերը: Դրանց բազայի վրա ձևավորված ժողովրդի հյուրընկալության համակարգը:

Եզրակացություն: Ըստ վերոնշյալի՝

1. տուրիզմը որպես գիտական նոր ուղղություն իր հետազոտության օբյեկտը ձևավորում է օգտվելով աշխարհագրության, տնտեսագիտության և միմյանց հետ փոխառնչվող այլ գիտությունների տեսա-մեթոդական սկզբունքներից և մոտեցումներից:

2. Տուրիզմն օգտագործում է փոխառնչվող գիտությունների կողմից մշակված և փորձաքննություն անցած տարածականության, որոշակիության, համալիրության մոտեցումները և սկզբունքները, սակավության օրենքը, վերլուծության, համադրության և այլ մեթոդներ:

3. Տուրիզմը զբոսաշրջային տնտեսությունը դիտում է որպես բազմատեսակ, բազմաբովանդակ, բազմաթիվ գործառույթներով տարրերի տրամաբանական միասնությունից կազմված ինքնակառավարվող համակարգ:

Ստացվել է՝ 07.04.2021
Գրախոսվել է՝ 19.04.2021
Հաստատվել է՝ 27.04.2021

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Келлер П. Основы туристского образования и исследования в современном обществе. *Вестник РМЯТ* **2** (2011), 4.
2. Зорин И.В., Квартальнов В.М. *Туристика. Монография*. М., Советский спорт (2001), 288 с.
3. Сеселкин А.И. Об определении туристики как комплексной науки и туризма. *Вестник РМЯТ* **3** : 9 (2011), 47–51.
4. Новикова А.М. *Туристика: от гипотезы к теории. Монография*. М., Советский спорт (2009), 94 с.
5. Федорченко В.К., Позенюк В.С., Кручек О.А. *Туризмология: концепция, концептуалы, задачи, теории туризма. Монография*. Академия (2019), 5.
6. *Կպչուն զբոսաշրջության կառավարում*: Գլ. 8: Եր. (2014):
7. *Փիլիսոփայական բառարան*: Եր., Հայաստան հրատ. (1975), 433 էջ:
8. Бурменко Т., Даниленко И., Туренко Т. *Сфера услуг в современном обществе. Экономика, менеджмент, маркетинг* (2004), 18 с.
9. Кастальс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура (пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратина). М., ГУ ВШЭ (2000), 81 с.
10. Мироненко Н.С. *Влияние общественных инноваций на географию мирового хозяйства как научную дисциплину*. В кн.: География инновационной сферы мирового хозяйства. М. Пресс-Соло (2000), 13 с.
11. *Աշխարհագրության արվեստը, գիտությունը*: Կազմողներ և խմբագիրներ՝ Վ. Աննեկով և Ջ. Դեմկո, թարգմանիչ՝ Կ. Ալեքսանյան): Եր., ԵՊՀ հրատ. (2007), 33 էջ:
12. Шоул Дж. *Первоклассный сервис как конкурентное преимущество* (пер. с анг. 2-е изд.). (2008), 19 с.
13. Առաքելյան Վ., Սուքիասյան Հ. և ուրիշ. *Ժամանակակից մարքետինգ*: Եր., Նահապետ հրատ. (2008), 96 էջ:
14. Վալեսյան Ա.Լ., Վալեսյան Լ.Հ. *Քաղաքական աշխարհագրություն*: Եր., ԵՊՀ հրատ. (2009), 107 էջ:
15. Даниело Маркович. *Социология труда*. М., Изд-во Прогресс (1988), 243 с.

А. Р. АВАГЯН

ТУРИЗМ КАК НАУКА О РЕКРЕАЦИИ И СВЯЗЬ С ДРУГИМИ НАУКАМИ

Резюме

В статье представлены понятия о туризме. Выявлено, что туризм как пограничная наука формируется на стыке философии, географии, экономики и ряда других наук. Обосновано, что туризм – это наука о принципах, подходах и методах организации и управления туристско-рекреационным хозяйством.

A. R. AVAGYAN

TOURISM AS A SCIENCE OF RECREATION AND RELATIONSHIP WITH OTHER SCIENCES

Summary

The article presents the concepts of tourism. It was revealed that tourism as a frontier science is formed at the intersection of philosophy, geography, economics and other sciences. It has been substantiated that tourism is the science of the principles, approaches and methods of organizing and managing a tourist (recreational) economy.