ՀՀ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԳԻՏՈՒԹՅԱՆ
ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍԱԳԻՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՈՒՄ. III

21-րդ դարի մարտահրավերներ և հնարավորություններ

DEVELOPMENT OF ECONOMY AND SOCIETY:
Challenges and Opportunities of 21st Century

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА:
вызовы и возможности 21-ого века

ՀՊՏՀ 27-ՐԴ ԳԻՏԱԺՈՂՈՎ

2017 թ., նոյեմբերի 22-24

Երևան 2018

ՀՏԴ 330:06
ԳՄԴ 65
Տ 778

Հրատարակվում է
ՀՊՏՀ գիտական խորհրդի որոշմամբ

Խմբագրական խորհրդի նախագահ՝

ԿՈՐՅՈՒՆ ԱԹՈՅԱՆ
ՀՊՏՀ ռեկտոր, տ.գ.դ., պրոֆեսոր

Խմբագրական խորհուրդ՝

ԴԻԱՆԱ ԳԱԼՈՅԱՆ - *ՀՊՏՀ միջազգային տնտեսական հարաբերությունների ամբիոնի վարիչ, տ.գ.դ., դոցենտ*
ՍՈՒՐԵՆ ԳԵՎՈՐԳՅԱՆ - *ՀՊՏՀ բնօգտագործման տնտեսագիտության ամբիոնի վարիչ, տ.գ.դ., պրոֆեսոր*
ԱՇՈՏ ՄԱԹԵՎՈՍՅԱՆ - *ՀՊՏՀ հաշվապահական հաշվառման և աուդիտի ֆակուլտետի դեկան, տ.գ.դ., պրոֆեսոր*
ԽՈՐԵՆ ՄԽԻԹԱՐՅԱՆ - *ՀՊՏՀ գիտության և ասպիրանտուրայի բաժնի պետ, տ.գ.թ., դոցենտ*
ԱՇՈՏ ՍԱԼՆԱԶԱՐՅԱՆ - *ՀՊՏՀ ֆինանսների ամբիոնի վարիչ, տ.գ.դ., պրոֆեսոր*
ՎԱՐԴԱՆ ՍԱՐԳՍՅԱՆ - *ՀՊՏՀ տնտես. ինֆորմ. և տեղեկ. համակ. ամբիոնի վարիչ, տ.գ.դ., պրոֆեսոր*
ՅՈՒՐԻ ՍՈՒՎԱՐՅԱՆ - *ՀՊՏՀ կառավարման ամբիոնի վարիչ, ՀՀ ԳԱԱ ակադ., տ.գ.դ., պրոֆեսոր*
ԳԱԳԻԿ ՎԱՐԴԱՆՅԱՆ - *ՀՊՏՀ պրոռեկտոր, տ.գ.դ., պրոֆեսոր*

ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՈՒՄ. 21-րդ դարի մարտահրավերներ և
Տ 778 **հնարավորություններ**: ՀՊՏՀ 27-րդ գիտաժողովի նյութեր / ՀՊՏՀ: - Եր.: Տնտեսագետ, 2018, 780 էջ:

ՀՏԴ 330:06
ԳՄԴ 65

ISBN 978-9939-61-177-8

© «Տնտեսագետ» հրատարակչություն, 2018 թ.

ՈՂՋՈՒՅՆԻ ԽՈՍՔ

Գիտաժողովի հարգելի՝ մասնակիցներ,

շնորհավորում եմ բոլորիս Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի 27-րդ գիտաժողովի բացման առթիվ և ցանկանում եմ շնորհակալություն հայտնել գիտաժողովի բոլոր մասնակիցներին, ովքեր հետաքրքրություն են ցուցաբերել տնտեսության և հասարակության զարգացմանն առնչվող հրատապ հարցերի նկատմամբ:

Մեր համալսարանի տարեկան գիտաժողովները գեղեցիկ ավանդույթ են դարձել, բայց ես ուրախությամբ եմ նշում, որ դրանց կողքին այսօր առկա են մեր համալսարանի գիտական գործունեությունն արտացոլող այլ ձևաչափեր նույնպես: Հպարտությամբ եմ նշում, որ հետազոտական համալսարան դառնալու և մեր պետության տնտեսական կյանքին մասնագիտական մասնակցություն ունենալու իմ տեսլականը կամաց-կամաց կյանքի է կոչվում: Համալսարանի «Ամբերդ» հետազոտական կենտրոնի գործունեությունն այսօր տալիս է նշանակալի արդյունքներ. այստեղ ոչ միայն իրականացվում են հանրապետության տնտեսական արդիական հիմնախնդիրների վերաբերյալ հետազոտություններ, այլև կենտրոնի աշխատակիցները բուհի դասախոսական կազմի ներկայացուցիչների հետ, որպես փորձագետներ, հանդես են գալիս համապետական քննարկումներում:

Մինչ տարեկան գիտաժողովի կազմակերպումը գիտական սեմինարների ձևաչափերով հանդես եկան մեր ամբիոնները՝ շնորհանդեսներով ներկայացնելով իրենց ուսումնասիրության առանցքում առկա թեմաները: Այս ուսումնական տարվանից տրվեց գիտաուսումնական լաբորատորիաների մեկնարկը, ինչը գիտական դրամաշնորհներ, գիտաուսումնական խմբեր և գիտահետազոտական կյանքի աշխուժացմանը միտված այլ ձևաչափեր ներդնելու մեր մոտեցումների հրաշալի շարունակությունն է:

Համալսարանի տարեկան գիտաժողովը ես հատկապես կարևորում եմ ակնկալիքով, որ այն պետք է վեր հանի մեր հավաքական գիտական ներուժը, ցույց տա համալսարանում գիտական կյանքի որակական փոփոխությունը և դառնա հետագա գործունեության յուրօրինակ ուղենիշ: Այս գիտաժողովի հիմքում տնտեսության և հասարակության զարգացման հարցերն են, որոնք ի ցույց են դնում մեր դարաշրջանի մարտահրավերներն ու հնարավորությունները: Իսկապես, սրանք այնքան փոխկապակցված և կարևոր հարցեր են, որոնք չպետք է անտարբեր թողնեն տնտեսագետներին, չէ՞ որ չի կարող լինել հասարակական զարգացման որևէ մակարդակ՝ առանց կենսունակ տնտեսության:

Հուսով եմ, որ գիտաժողովը՝ իր բաժանմունքներով և կլոր սեղաններով, հնարավորություն կտա մասնագետներին ներկայացնելու իրենց մոտեցումները, բացահայտելու գիտաժողովի խորագրում արտացոլված թեման՝ իր բոլոր շերտերով և նրբություններով: Այնպես որ, արգասաբեր և աշխույժ աշխատանք եմ մաղթում Ձեզ:

Շնորհակալ եմ ուշադրության համար:

ԿՈՐՅՈՒՆ ԱԹՈՅԱՆ
ՀՊՏՀ ռեկտոր, պրոֆեսոր

economy in 2001 was 64.1%, in 2016 - 88.8%, export - 37.0% and 83.8% respectively, and import - 67.3% and 90.3%. In other words, the foreign trade turnover between the two republics has significantly increased over the mentioned period. This means that an effective system of economic activity has been created between them which should deepen and expand in the coming years.

ՏԱԹԵՎԻԿ ՄԿՐՏՉՅԱՆ
Ասիստենտ, ՀՊՏՀ

ՀԱՄԱՇԽԱՐԱՅԻՆ ՀՅՈՒՐԱՆՈՑԱՅԻՆ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՇՈՒԿԱՅԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԱՐԴԻ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ

Հիմնաբառեր. *հյուրանոցային ծառայությունների զարգացման միտումներ, զբոսաշրջային այցելություններ, աշխարհագրական ինտեգրում, ռազմավարական ալյանսներ, ծառայությունների գներ*

Հյուրանոցային ծառայությունների շուկան զբոսաշրջային շուկայի կարևորագույն ենթակառուցվածքային տարրերից է: Այն վերակառուցվում է արտաքին և ներքին միջավայրի մի շարք գործոնների ազդեցությամբ: Համաշխարհային հյուրանոցային ծառայությունների շուկային բնորոշ են կառավարման գործընթացների կենտրոնացումը և ինտեգրումը: Այս գործընթացների արդյունքում ձևավորված հյուրանոցային շղթաներն ունեն իրենց ակնհայտ առավելությունները. ամրագրման միասնական համակարգ, միասնական բազա, նորագույն տեխնոլոգիաների հասանելիություն և յուրացման մատչելիություն, ընդհանուր մարքեթինգային քաղաքականություն, տեղեկատվական աջակցություն:

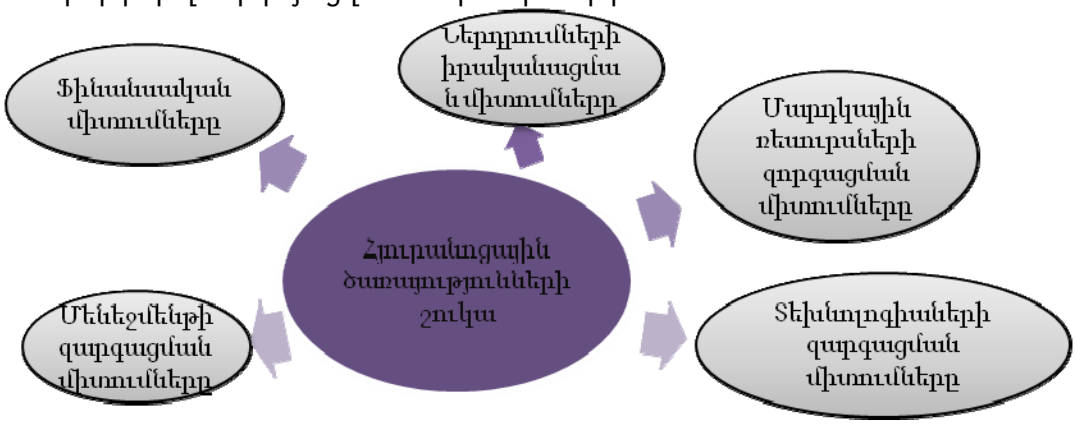
Ներկայումս հյուրանոցային արդյունաբերությունը համաշխարհային տնտեսության ամենահաջող զարգացող ոլորտներից է, որի զարգացման մակարդակն ընդհանուր առմամբ կախված է ինչպես երկրի զբոսաշրջային մուտքերից և պետության տնտեսական քաղաքականությունից, այնպես էլ հենց ոլորտին առնչվող գործունեության առանձնահատկություններից: Ըստ աշխարհում առավել տարածված STR Global ընկերության Census տվյալների բազայի՝ ներկայումս համաշխարհային հյուրանոցային ֆոնդը ներառում է 14,5 մլն հյուրանոցային համարներ և ավելի քան 156000 հյուրանոցներ, իսկ կառուցվող կամ դեռևս պլանավորված զարգացումն ընդգրկում է 1,3 մլն հյուրանոցային համարներ[1]:

Համաշխարհային հյուրանոցային ծառայությունների շուկան վերակառուցվում է արտաքին և ներքին միջավայրի մի շարք գործոնների ազդեցությամբ: Այլ կերպ ասած,

[1] *STR Global Global Hotel Development Pipeline Report update for February 2016* http://www.hotelnewsresource.com/modules.php?pageNum_Listings=0&totalRows_Listings=571&op=modload&name=HNR&file=companyid&coid=11490

հյուրանոցային ծառայությունների ոլորտում զարգացման միտումները պայմանավորված են ոչ միայն ներճյուղային գործընթացներով, այլև մի շարք արտաքին գործոններով:

Համաշխարհային հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի զարգացման միտումների ուսումնասիրությունը մենք կիրականացնենք ըստ մի քանի ուղղությունների, որոնք ընդհանուր կերպով ներկայացված են գծապատկեր 1-ում:



Գծապատկեր 1. ***Համաշխարհային հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի զարգացման միտումներն ըստ 5 հիմնական ուղղությունների***

Միջազգային զբոսաշրջային այցելություններն անընդհատ աճի միտում ունեն, որոնք, բնականաբար, իրենց ազդեցությունն են ունենում նաև հյուրանոցային արդյունաբերության ձեռնարկությունների գործունեության վրա: Զբոսաշրջային այցելությունների բաշխվածությունն ըստ մայրցամաքների 2015 թվականի տվյալներով հետևյալն է. զբոսաշրջային այցելությունների գերակշիռ մասը բաժին է ընկնում Եվրոպային (52,5%), որին հաջորդում են Ասիան և Խաղաղօվկիանոսյան տարածաշրջանը (22,5%), Ամերիկան (16%), Աֆրիկան (5,1%), և Միջին Ասիան (4,9%)[1]: Թեև զբոսաշրջային այցելությունների ճնշող մեծամասնությունը բաժին է ընկնում Եվրոպային, այնուհանդերձ աճի տեմպն ամենաբարձրն է Ասիա և Խաղաղօվկիանոսյան տարածաշրջանում: Վերջին չորս տարիների ընթացքում համաշխարհային զբոսաշրջային այցելությունների միջին տարեկան աճը կազմել է 7,8%:

Հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի զարգացման միտումները, կառավարմանն առնչվող զարգացումներով պայմանավորված, կարելի է դիտարկել հյուրանոցների զարգացման մի քանի հայեցակարգերով, որոնք ենթադրում են հյուրանոցների գործունեության ընդլայնում թե՛ աշխարհագրական, թե՛ ծառայությունների տեսականու առումներով, ինչն էլ, իրենց հերթին, պահանջում է կառավարման առավել արդյունավետ ուղիների որոնում և ներդրում: Զարգացման այդ հայեցակարգերի շարքն են դասվում աշխարհագրական և հորիզոնական ընդլայնումը, մասնագիտացումը, ուղղահայաց և աշխարհագրական միասնացումը: Աշխարհագրական ընդլայնումը ռազմավարություն է, որի

[1] UNWTO World Tourism barometer, 2016. UNWTO World Tourism highlights, 2015.

դեպքում ընկերությունը տարբեր աշխարհագրական տարածաշրջաններում ավելացնում է իր կողմից կառավարվող օբյեկտների քանակը: Այսպես՝ Hilton Worldwide խոշորագույն հյուրանոցային շղթայի պատմությունը սկսվում է 40 համար պարունակող մի փոքր հյուրանոցից, մինչդեռ ներկայումս այն համաշխարհային հյուրանոցային արդյունաբերության առաջատար ընկերություններից մեկն է, որն ընդգրկում է 10 հիմնական բրենդներ՝ աշխարհի 88 երկրում՝ ավելի քան 3800 հյուրանոցներով և 630000 հյուրանոցային համարներով, որոնք կառավարվում են հիմնականում ֆրանչայզինգային պայմանագրի հիման վրա:

Հյուրանոցային ընկերությունների զարգացումը, ըստ հորիզոնական ընդլայնման, տեղի է ունենում հետաքրքրությունների ոլորտի մեծացմամբ գործունեության այնպիսի ոլորտներում, ինչպիսիք են տրանսպորտը, սնունդը և այլն: Այսպես՝ Accor ընկերությունը, բացի հյուրանոցներից, ունի նաև հյուրանոցային գործակալությունների և սննդի ընկերությունների, մեքենաների վարձակալության ընկերությունների ցանցեր, իսկ Hilton International-ն ակտիվ կերպով զբաղվում է ոչ միայն հյուրանոցային բիզնեսով, այլև խաղատների արդյունաբերությամբ:

Շատ ընկերություններ, որպես զարգացման ուղղություն, օգտագործում են մասնագիտացումը՝ սկսած շուկայի որոշակի հատվածին կողմնորոշումից մինչև առաջարկվող ծառայությունների տեսականու սահմանափակումը: Այսպես օրինակ՝ B&B տիպի հյուրանոցներն առաջարկում են միայն տեղաբաշխում և նախաճաշ:

Ինտեգրումը զարգացման ուղղություններից մյուսն է, որը թույլ է տալիս կազմակերպությունների միջև որոշակի փոխհարաբերությունների հաստատման արդյունքում նվազեցնել անորոշության մակարդակը սպառման և մատակարարման ոլորտներում, ներգրավել լրացուցիչ ռեսուրսներ, իսկ շատ կազմակերպությունների համար՝ գոյատևելու անհրաժեշտ պայման: Հյուրանոցային շղթաները տնտեսական արդյունք են ստանում կենտրոնացված կառավարման և հատկապես համատեղ մարքեթինգային ջանքերի շնորհիվ՝ ներառյալ ընդհանուր իրացման ուղիների ձևավորումը: Իսկ ուղղահայաց ինտեգրման դեպքում հյուրանոցային ընկերությունները ներթափանցում են հասարակական սննդի հատված և այլ ոլորտներ: Վերջին ժամանակներում լայն տարածում է ստացել միավորման մեկ այլ տեսակ՝ ռազմավարական ալյանսները, որոնց գլխավոր առանձնահատկությունն այն է, որ միավորումը ենթադրում է գործընկերային հարաբերություններ միայն որոշակի ոլորտում (օրինակ՝ մարքեթինգային գործունեություն) և չի շոշափում կազմակերպությունների սեփականությանն առնչվող հարաբերություններ: Նման ռազմավարական ալյանսներ են ձևավորվել հյուրանոցային շղթաների և ավիաուղիների միջև (աղյուսակ 1):

Զարգացման միտումների հաջորդ ուղղությունը վերաբերում է ոլորտում իրականացվող ներդրումներին: 2017 թ. համար կանխատեսվում է մոտավորապես 50 միլիարդ ԱՄՆ դոլարի ներդրումներ համաշխարհային հյուրանոցային ծառայությունների շուկայում, ինչը 5-10%-ով ավելի է 2016 թ. համեմատությամբ: Ներդրումների կազմում ԱՄՆ-ի մասնաբաժինը 27,6 միլիարդ ԱՄՆ դոլար է, Եվրոպայինը և Միջին Արևելքինը՝ 16 մի-

լիարդ դոլար, Ասիա և Խաղաղօվկիանոսյան տարածաշրջանինը՝ 6 միլիարդ ԱՄՆ դոլար: Հյուրանոցային տնտեսության ոլորտում կատարված ներդրումների հետգնման ժամանակահատված է համարվում 10-15 տարին, իսկ հյուրանոցային ծառայությունների շուկայում ստացվող եկամտի 70%-ը բաժին է ընկնում համարային ֆոնդին, 20-30%-ը՝ հյուրանոցների ռեստորաններին և 5-10%-ը՝ լրացուցիչ ծառայությունների հատվածին:

Աղյուսակ 1

Հյուրանոցային շղթաների և ավիաուղիների միջև ձևավորված ռազմավարական ալյանսներ

Ավիաընկերություն	*Հյուրանոցային շղթաներ*
Etihad	Rendezvous Hotels & Resorts
British Airways	Pan pacific Hotels
Singapore Airlines Quantas	Jumeirah Hotels
Quantas	Accor
Emirates Airlines	Taj Group of Hotels
United Airlines	Westin Hotels & Resorts

Բացի այդ, ինտեգրման գործընթացների արդյունքում ձևավորվել են 10 խոշոր հյուրանոցային շղթաներ (աղյուսակ 2).

Աղյուսակ 2

Աշխարհի 10 խոշորագույն հյուրանոցային շղթաները

Հյուրանոցային շղթայի անվանումը	*Երկիրը*	*Հյուրանոցների թիվը (2015 թ.)*	*Հյուրանոցային համարների քանակը (2015 թ.)*
Marriott International	ԱՄՆ	3600	625000
Hilton Worlwide	ԱՄՆ	3800	630000
Accor	Ֆրանսիա	4100	500000
Intercontinental Hotels Group	Մեծ Բրիտանիա	4480	658348
Choice Hotels International	ԱՄՆ	6100	490000
Best Western	ԱՄՆ	4000	309487
Starwood Hotels and Resorts Worldwide	ԱՄՆ	1089	322300
Windham Worldwide	ԱՄՆ	7200	615000
Carlson Hospitality Worldwide	ԱՄՆ	1319	208548
Hyatt Worldwide	ԱՄՆ	483	132,727
Ընդամենը	36371		4491410

Մարդկային ռեսուրսների տեսանկյունից, համաշխարհային հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի հիմնական միտումներից է օտարերկրյա աշխատուժի ավելացումն այլ երկրների ու տարածաշրջանների հյուրանոցային արդյունաբերության ձեռնարկություններում, ինչը ենթադրում է լեզվի և մշակութային արժեքների փոխանակում:

Տեխնոլոգիական զարգացման միտումներից նախ և առաջ կարելի է նշել գլոբալ բաշխման համակարգերի (GDS) և ինտերնետ բաշխման համակարգերի (IDS) լայնորեն տարածումը, որոնք սկսեցին գործածվել ավիաընկերությունների կողմից՝ տոմսերի ամրագրման համար, սակայն հետագայում դրանց միջոցով իրենց ծառայությունները սկսե-

ցին վաճառել նաև հյուրանոցները, մեքենաների վարձակալության ծառայություններ մատուցող կազմակերպությունները, ստեղծվեց նաև երկաթգծի և ավտոբուսի տոմսերի ամրագրման հնարավորություն:

Բացի այդ, նոր միտումներ են հյուրանոցների կողմից էլեկտրոնային նվեր-քարտերի և հյուրանոցային համարների նոր տեսակի «բանալիների» կիրառումը: Վերջինս ենթադրում է բջջային հեռախոսներով ճկուն ծրագրի կիրառում հյուրանոցային համարի սենյակները բացելու համար, որն ավտոմատ կերպով արգելափակվում է կացության ավարտին:

Կարևորում ենք նաև համաշխարհային հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի ևս մեկ կարևոր կատեգորիայի՝ ծառայությունների գների ուսումնասիրությունը: 2013–2016 թթ. ընթացքում գների աճ է գրանցվել[1]: Մեկ հյուրանոցային համարի միջին գինն աշխարհում բարձրացել է 3%-ով՝ 2016 թ. ընթացքում, համեմատած 2015 թ. հետ, կազմելով միջինը 110 ԱՄՆ դոլար:

Ընդհանրացնելով կարող ենք փաստել, որ 2016 թ. ընթացքում համաշխարհային հյուրանոցային ծառայությունների շուկայի զարգացման հեռանկարները պահպանել են իրենց դինամիկ բնույթը: Համաշխարհային հյուրանոցային ծառայությունների շուկային բնորոշ են եղել աճող պահանջարկը և հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտների բարելավման միտումները:

Նկատվում են նաև մի շարք այլ միտումներ. հյուրանոցները ձգտում են ընդլայնել իրենց գործունեության շրջանակները՝ ներթափանցելով զբոսաշրջության և հյուրընկալության արդյունաբերության հետ փոխկապված ոլորտներ: Զբոսաշրջության այլընտրանքային ձևերի զարգացումը, իր հերթին, երկրների առջև խնդիր է դնում՝ ունենալու այնպիսի հյուրանոցային արդյունաբերություն, որը կարող է առաջարկել զանգվածային զբոսաշրջության պահանջների բավարարմանն ուղղված մատչելի տեղաբաշխման միջոցներ և հյուրընկալ սպասարկում:

ТАТЕВИК МКРТЧЯН

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Ключевые слова: *тенденции развития гостиничных услуг, туристические визиты, географическая интеграция, стратегические альянсы, цены на услуги*

Рынок гостиничных услуг является важным инфраструктурным элементом рынка туризма. Он восстанавливается под воздействием целого ряда факторов внешней и внутренней среды. Мировому рынку гостиничных услуг типична интеграция и централизация процессов управления. Сети отелей, образовавшиеся в результате этих процессов, имеют свои преимущества: единая система бронирования, единая база данных, доступ и овладение к новым технологиям, общая маркетинговая политика и информационная поддержка.

[1] Hotel Price Index 2016, Global Price Changes, http://www.hotel-price-index.com/2016/spring/#p9

TATEVIK MKRTCHYAN

MODERN TRENDS OF DEVELOPMENT OF WORLD MARKET OF HOTEL SERVICES

Key words: *trends in the development of hotel services, tourist visits, geographical integration, strategic alliances, prices for services*

The market of hotel services is an important infrastructure the tourism market. It is being reshaped under the influence of a number of factors of external and internal environment. The global market for hotel services is characterized by integration and centralization of management processes. The hotel chains that have emerged as a result of these processes have their advantages: a single booking system, a single database, accessibility of new technologies, general marketing policy and information support.

ԼԻՆՆԱ ՍԱՐԳՍՅԱՆ
Ասպիրանտ,ՀՊՏՀ

ԿՅԱՆՔԻՑ ԲԱՎԱՐԱՐՎԱԾՈՒԹՅԱՆ ՄԱԿԱՐԴԱԿԻ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ՏՀԶԿ ԱՆԴԱՄ ԵՐԿՐՆԵՐՈՒՄ

Հիմնաբառեր. *կյանքի որակ, կյանքից բավարարվածության մակարդակ, առողջական վիճակի սուբյեկտիվ գնահատական, զբաղվածության մակարդակ*

«Կյանքից բավարարվածություն» հասկացությունը սերտորեն փոխառնչվում է կյանքի որակի հետ: Զբաղվածության մակարդակը, առողջական վիճակի սուբյեկտիվ գնահատականը կյանքից բավարարվածության մակարդակի վրա ամենամեծ ազդեցություն ունեցող գործոններն են. զբաղվածության մակարդակի 1 տոկոսային կետով աճը հանգեցնում է կյանքից բավարարվածության մակարդակի 0,07, իսկ առողջության սուբյեկտիվ գնահատականի 1 միավորով աճը՝ 0,03 միավորով աճի:

«Կյանքից բավարարվածություն» հասկացությունը դեռևս 1961 թ. շրջանառվում էր, և ամերիկացի հոգեբան Ն. Նեուգարթեն այն բնութագրում էր որպես հաջող ծերացման գործառնական սահմանում: Սամները կյանքից բավարարվածությունը 1966 թ. սահմանել է հետևյալ կերպ. «Կենսապայմանների դրական գնահատական կամ սուբյեկտիվ դատողություն, որը նվազագույն չափով հավասարակշռում է անձի սպասումները և արժեհամակարգը»:

1970-ականներից սկսած՝ ամերիկյան սոցիալական հետազոտությունների մեծամասնությունը վերաբերում էր հենց կյանքից բավարարվածությանը: