

Քարոզչության հնարավորությունների բացահայտումը եվրոպական պետություններին երկրորդ համաշխարհային պատերազմի դասերից մեկն է: Քարոզչության դերի ըմբռնման շնորհիվ երկրորդ համաշխարհային պատերազմից հետո բազմաթիվ երկրներ իրենց սահմաններից դուրս հիմնեցին տեղեկատվական բյուրոներ, որոնց խնդիրներից մեկը որպես զբոսաշրջության կենտրոն իրենց երկիրը ներկայացնելն ու գովազդելն է: Դեռ երկար տարիներ զբոսաշրջության ոլորտում գործունեության այս տեսակը համարվելու է պետական մարմինների իրավասությունը:

Որոշակի պատճառներից գատ (տնտեսական ակտիվության աճ, արտասահմանյան երկրների բնակչության արժեքային համակարգում հանգստի եւ ուղեւորությունների նշանակության կարեւորում, զբոսաշրջիկների թվի եւ առաջացած հասույթի աճ), զբոսաշրջության ոլորտում պետական քաղաքականության հաստատման վրա ազդեց նաեւ կայուն արժույթի առկայությունը: Հայտնվելով ազգային դրամական միավորը ուժեղացնելու խնդրի առջեւ, ինչն ընդհանուր շուկայի եւ նմանատիպ միավորումների մեջ ներգրավվելու պայմաններից մեկն էր, եվրոպական երկրների ղեկավարները փորձել են այս խնդիրը լուծել իրենց երկիր կայուն արժույթ գրավելու ճանապարհով: Գովազդի միջոցով զբոսաշրջիկների ներհոսքի աճին ուղղված կառավարական գործողությունները դիտարկվում էին որպես խնդրի հնարավոր լուծումներից մեկը:

20-րդ դարի վերջին քառորդում արտասահմանյան երկրների ազգային քաղաքականությունը զբոսաշրջության ոլորտում հիմնականում ուղղված էր գովազդատեղեկատվական գործունեությանը: Գովազդային ոլորտը, ինչպեսեւ զբոսաշրջության ոլորտը, այդ տարիների ծաղկում էր ապրում: Չանզվածային տեղեկատվամիջոցների տարածումը եւ գովազդի ոլորտում դրանց հնարավորությունների բացահայտումը դրդեցին զբոսաշրջության մեջ սպառողական պահանջարկը ավելացնելու նպատակով տեխնիկական նոր միջոցների օգտագործման: Սակայն ազգային զբոսաշրջային ապրանքի առաջնորդման համար գովազդային խոշոր արշավների կազմակերպումը անհնար է պատկերացնել առանց պետության ֆինանսական եւ կազմակերպչական աջակցության: Որոշ երկրներում նման աջակցությունը տրամադրվել է, ընդ որում՝ արտասահմանյան երկրների իշխանությունների հիմնական նպատակը զանգվածային զբոսաշրջության ֆենոմենի օգտագործումն ու դիմամիկան էր:

Գովազդային-տեղեկատվական գործունեությունը, ուղղված զբոսաշրջիկների ներհոսքի ավելացմանը, մինչեւ 20-րդ դարավերջ համարվում էր պետական մարմինների հիմնական գործառնությունը:

Երբ խոսքն ընթանում է զբոսաշրջության ոլորտի պետական կարգավորման տնտեսական մեխանիզմների մասին, հիմնականում ելնում են այն ենթադրություններից, որ զբոսաշրջությունը՝ որպես բազմաոլորտային համակարգ, առավել կարիք ունի համակարգման եւ կարգավորման, քան այլ ոլորտները: Դրա հետ մեկտեղ, պետության ներկայությունը ու վերահսկողությունը խարխուլում են ձեռնարկատիրական ակտիվությունը եւ խանգարում շուկայական հարաբերությունների զարգացմանը: Այլ խոսքով՝ պետությունը պետք է միջամտի, երբ դրա կարիքը բխում է հասարակության եւ

ոլորտի շահերից, եւ մնա երկրորդային պլանում՝ զբոսաշրջային գործունեության սուբյեկտներին թույլ տալով գործել ինքնուրույն, երբ կա դրա կարիքը, չնայած վերահսկման եւ ինքնուրույնության համատեղումը բավական բարդ խնդիր է:

Չտարոյունաբերական հասարակությունում զբոսաշրջությունը գործունեության հիմնական տեսակներից մեկն է, ինչն ընդունվում է գրեթե բոլոր զարգացած պետություններում: Եթե այդ երկրներում զբոսաշրջության ոլորտը հավասարապես մրցում է մեքենաշինության եւ նավթարդյունաբերության հետ, ապա զարգացող երկրներում զբոսաշրջությունը հաճախ տնտեսության առաջատար ոլորտն է, պետական բյուջեի ձեւավորման հիմնական աղբյուրը:

Առաջանալով մասնավոր հատվածի հիմքում՝ զբոսաշրջությունը կարող է կայուն զարգանալ, եթե միայն պետական մարմինները ապահովեն դրա համար անհրաժեշտ իրավական, տնտեսական եւ այլ երաշխիքներ: Չբոսաշրջությունը լիովին տրամադրելով շուկայական գործունեության «իշխանությանը», հնարավոր չէ ապահովել դրա կայուն զարգացումը՝ չվնասելով բնությունը եւ մշակութային արժեքները, որոնք զբոսաշրջիկներին գրավելու հիմնական օբյեկտն են: Հենց պետությունը պիտի մշակի մեխանիզմներ, որոնք կխոչընդոտեն ոլորտի տարեբային զարգացմանը եւ կուղղորդեն դրա եվոլյուցիան՝ բնական եւ մշակութային միջավայրը պահպանելով հետագա սերունդների համար:

Չբոսաշրջային օրենսդրության մեջ առաջատար դերը պատկանում է խորհրդատվական կառույցներին. զբոսաշրջության վարչությունը կարող է հանդես գալ օրենսդրական նախաձեռնությամբ: Չբոսաշրջային օրենսդրությունը կանոնակարգվում է ինչպես ուղևակի, այնպես էլ անուղևակի, միջնորդավորված ձևով: Առաջին դեպքում խոսքը վերաբերում է հատուկ զբոսաշրջային օրենսդրության ստեղծմանը, երկրորդ դեպքում զբոսաշրջային օրենսդրությունը մտնում է ինչպես զբոսաշրջության, այնպես էլ տնտեսության այլ ոլորտներին վերաբերող օրենսդրական փաթեթի մեջ: Վերջինի դեպքում ազգային զբոսաշրջության կառավարման պետական կառույցը (վարչությունը կամ նախարարական համապատասխան ստորաբաժանումը) պետք է պաշտպանի զբոսաշրջության հատվածի շահերը՝ ապացուցելով զբոսաշրջության խնդիրների եւ տնտեսության այլ հատվածներում ծագած խնդիրների կարեւորության հավասարությունը:

Չբոսաշրջային օրենսդրության գլխավոր խնդիրը, որը առկա է տարբեր երկրներում, կանոնակարգման ենթակա գործունեության բնագավառների որոշումն է եւ դրա վրա ազդող իրավաբանական մեխանիզմների մշակումը:

Չբոսաշրջային օրենսդրության գործնական հարցերը մշակելիս անհրաժեշտ է ընդգծել կանոնակարգման ենթակա հարցերի շրջանակը:

Համաշխարհային փորձից ելնելով՝ կարելի է եզրակացնել, որ զբոսաշրջային օրենսդրությունը կանոնակարգում է գործունեության հետեւյալ տեսակները.

- զբոսաշրջային օբյեկտների աշխատանքը,
- զբոսաշրջության մեջ մասնագիտական գործունեության ծավալում, պայմաններ, որոնց դեպքում հնարավոր է դառնում զբոսաշրջությամբ զբաղվելը,
- զբոսաշրջային գործունեությամբ զբաղվողների իրավունք-

ՄԻԶԱԶԳԱՅԻՆ ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԱԶԱԿՑԵԼՈՒ ՄԵԽԱՆԻԶՄՆԵՐԸ

Ատենախոսության թեմա՝
Զբոսաշրջության զարգացման հիմնախնդիրները Հայաստանում
Գիտական ղեկավար՝
Դավիթ ՀԱՆՎԵՐԴՅԱՆ
Տնտեսագիտության թեկնածու

Վահան ԿԱԶԱՅԱՆ
ՀՀ ԳԱՍ
տնտեսագիտության
ինստիտուտի
հայցորդ



ներն ու պարտականությունները, սպառողների իրավունքների պաշտպանության միջոցները,

● պետության կողմից զբոսաշրջությանը տրամադրվող աջակցությունը:

Չբոսաշրջային գործունեության պետական կարգավորման հիմնական լծակը հատուկ իրավական դաշտի ստեղծումն է, որտեղ ձեւավորվում են զբոսաշրջության հիմնական ոլորտների համալիր զարգացումն ապահովող պայմաններ: Գործնականում, բացի զբոսաշրջության շուկայի մասնակիցների իրավունքներն ու պարտականությունները սահմանող օրենսդրական միջոցներից, լայնորեն տարածված են զբոսաշրջության ոլորտների վրա ներգործման այնպիսի եղանակներ, ինչպես լիցենզավորումը, սերտիֆիկացումը եւ ստանդարտացումը:

Լիցենզավորումը որեւէ գործունեությամբ զբաղվելու անհրաժեշտ եւ բավարար պայմանների սահմանումն է հասարակական շահերի տեսանկյունից: Այսպիսով՝ լիցենզավորումը զբոսաշրջային ապրանքներ արտադրողների եւ սպառողների իրավունքների պաշտպանության մեխանիզմն է:

Լիցենզիան փաստաթուղթ է, որը թույլ է տալիս զբաղվել գործունեության այս կամ այն տեսակով: Զանի որ այս փաստաթուղթը ստանալու համար հայցորդը պետք է համապատասխանի պետության սահմանած որոշակի պահանջների, վերջինս հնարավորություն է ստանում կարգավորել շուկայական գործունեությունը՝ ուղղորդելով այն անհրաժեշտ հուն: Բացի այդ, իրենց վերապահելով լիցենզիան ետ վերցնելու իրավունքը, պետական իշխանության մարմինները պահպանում են զբոսաշրջային ապրանքներ արտադրողների նկատմամբ վերահսկողություն սահմանելու եւ դրանց վրա ներգործելու լծակները՝ նրանց նկատմամբ սահմանված վարքի կանոնները խախտելու դեպքում: Լիցենզավորման ենթակա գործունեության տեսակները եւ պայմանները տարբեր երկրներում տարբեր են, սակայն կարելի է նշել որոշ օրինաչափություններ: Այսպես, տեղափոխման միջոցների գործունեությունը փաստորեն ոչ մի տեղ, բացի Իսպանիայից, չի լիցենզավորվում: Յուրբանցներն ու ռեստորանները պեղելի հաճախ դառնում են սերտիֆիկացման կամ ստանդարտացման օբյեկտներ: Դա բացատրվում է զբոսաշրջության ոլորտի տվյալ օբյեկտների գործունեության առանձնահատկություններով: Դրա հետ մեկտեղ, ճանապարհորդություններ կազմակերպող զբոսաշրջային ֆիրմաների գործունեությունը սովորաբար ենթակա է լիցենզավորման, բայց ոչ սերտիֆիկացման: Չբոսաշրջության մեջ միջնորդական ծառայություններ մատուցող անձինք՝ էքսկուրսավարները, գիրթարգմանիչները, զբաղվում են մասնագիտական գործունեությամբ՝ լիցենզիայի կամ համապատասխանության սերտիֆիկատի հիման վրա, որը տրվում է ըստ առեստացիայի արդյունքների: Համաձայն ՀՀ կառավարության 2004թ. հունիսի 10-ի թիվ 945-Ն որոշման՝ 2008թ. լիցենզավորվել են 17 զբոսավարներ եւ 1 ուղեկցորդ:

Ծառայությունների սերտիֆիկացումը կատարվում է նման ծառայությունից օգտվող քաղաքացիների իրավունքների եւ օրինական շահերի պաշտպանության նպատակով:

Սերտիֆիկացումը հաստատում է սերտիֆիկացման օբյեկտի համապատասխանությունը պետության սահմանած նորմերին ու կանոններին: Չբոսաշրջության մեջ սերտիֆիկացման են ենթակա կամ՝ զբոսաշրջային ծառայությունները (ինչպես օրինակ՝ ՌԴ-ում), կամ՝ հյուրանոցային ծառայությունները (ինչպես Եվրոպական շատ երկրներում): Համաձայն ՀՀ կառավարության 2004թ. հունիսի 10-ի թիվ 946-Ն որոշման՝ 2008թ. որակավորման հայտ է ներկայացրել 5 հյուրանոց:

Համապատասխանության հաստատման գործընթացն իրականացնում են սերտիֆիկացման մարմինները:

Տարբեր երկրների օրենսդրությամբ նախատեսված է սերտիֆիկացման երկու տեսակ՝ պարտադիր եւ կամավոր:

Պարտադիր սերտիֆիկացումը կիրառվում է այնտեղ, ուր ջկան ինքնակարգավորման հատուկ մեխանիզմներ, որոնք գործում են հզոր մասնագիտական միությունների առկայության դեպքում՝ իրենց անդամների գործողություններին տալով շուկայական քաղաքակիրթ ձեւեր: Այնտեղ, ուր գոյություն ունեն նման միություններ, օրինակ՝ Շվեյցարիայում, պարտադիր սերտիֆիկացումը տեղը գիշերում է կամավոր սերտիֆիկացմանը: Սերտիֆիկացման արդյունքներով տրվում է փաստաթուղթ, որն իրենց ներկայացնում է այն փաստի գրավոր հաստատումը, որ սերտիֆիկացված ծառայությունը համապատասխանում է հաստատված պահանջներին:

Սերտիֆիկացման իրականացման նպատակներն են.

● ստեղծել պայմաններ ազգային ապրանքների շուկայում գործարարների գործունեության, ինչպես նաեւ միջազգային տնտեսական համագործակցության ու ծառայությունների միջազգային առեւտրում նրանց մասնակցության համար,

● աջակցել սպառողներին՝ արտադրանքի (ապրանքներ, աշխատանքներ, ծառայություններ) ընտրության հարցում,

● պաշտպանել սպառողին ներաբեխիդո արտադրողներից (վաճառողներից, կատարողներից),

● սահմանել վերահսկողություն արտադրանքի (ապրանքների եւ ծառայությունների) անվտանգության նկատմամբ՝ շրջապատի, սպառողի կյանքի, առողջության, ինչպես նաեւ նրա ունեցվածքի պաշտպանության համար,

● արտադրանքի որակի ցուցանիշների հաստատում:

Կարգավորող տրամադրվ ապրանքի հիմնական մասը այս կամ այն բովանդակության *ստանդարտներն* են, ինչը թույլ է տալիս խոսել սերտիֆիկացման ու ստանդարտացման գործընթացների ամուր փոխկապակցության եւ զբոսաշրջության ոլորտի զարգացման համար դրա կարեւորության մասին:

Մինչեւ ստանդարտացման գործընթացին անցնելը, անհրաժեշտ է ճշգրիտ սահմանել արդյոք այդ ծառայությունը պատկանում է այն խմբին, որի վրա տարածվում է տվյալ ստանդարտը: Օրինակ՝ տեղաբաշխման այս կամ այն միջոցին որեւէ կարգ տալու համար նախ որոշում են դրա տեսակը, հետո արդեն՝ համապատասխան խումբը: Եթե խոսքը վերաբերում է հյուրանոցին, դրա վրա գործում է ստանդարտի որոշակի տեսակ, իսկ եթե ստանդարտացման օբյեկտը մոթելն է, ապա դրա կառավարանքի ու սարքավորումների նկատմամբ պահանջները փոխվում են:

Չբոսաշրջության ոլորտում ստանդարտացումը զբոսաշրջային գործունեության պետական կանոնակարգման միջոցներից մեկն է:

Ստանդարտացումն իրականացվում է զբոսաշրջային ապրանք արտադրողի եւ զբոսաշրջիկների շահերը պաշտպանելու նպատակով:

Ծառայությունների մատուցման ոլորտում, որին վերաբերում է նաեւ զբոսաշրջությունը, ստանդարտ հասկացության ներքո նկատի են առնվում ազգային եւ միջազգային ստանդարտները, սակիտարական, շինարարական նորմերն ու կանոնները եւ այլ փաստաթղթեր, որոնցով, օրենսդրության համապատասխան, սահմանվում են պարտադիր պահանջներ ծառայությունների որակի նկատմամբ:

Ստանդարտացումը տվյալ ծառայության համապատասխան ստանդարտի որոշման գործընթաց է: Ստանդարտացումը ենթադրում է ստանդարտացման օբյեկտի համապատասխանությունը ստանդարտների պահանջներին: Այդ գործընթացը տարածվում է ոչ միայն նյութական, այլեւ ոչ նյութական օբյեկտների վրա, ինչը մենք տեսնում ենք պետական ստանդարտների ընդունման դեպքում, որը սահմանում է զբոսաշրջային եւ հյուրանոցային ծառայություններին ներկայացվող պահանջները:

Հյուրանոցների կողմից իրականացվող ծառայությունների որակի սերտիֆիկացման հարցերը չեն կարող լուծվել սպասարկման եւ հաճախորդների հետ աշխատանքի ստանդարտացման հարցերից անկախ: Ստանդարտացման խնդիրն է զբոսաշրջության ոլորտի ձեռնարկություններին հնարավորություն ընձեռել ոչ միայն պատշաճ ապասարկել հաճախորդին, այլեւ դա իրականացնել մեծ ծավալներով: Վերջին գործընթացը ամենադժվարն է որակի կառավարման (TQM) խնդիրների լուծման տեսանկյունից, ինչը սերտ կապված է ISO 9000 ստանդարտների կիրառման հետ՝:

Միջազգային ISO 9000:2000 ստանդարտներ: ISO 9000 (2000թ. տարբերակ) ստանդարտները մշակված էին՝ սեփականության բոլոր տեսակների եւ չափերի ձեռնարկություններին օգնելու ներդրել որակի կառավարման արդյունավետ համակարգ եւ ապահովել դրա գործունեությունը: Սա որակի համընդհանուր կառավարման փուլ է, այդ թվում՝ տարբեր տեսակի ծառայություններ մատուցող ձեռնարկություններում, ներառյալ հյուրանոցային եւ զբոսաշրջային ձեռնարկությունները: Ըստ ստանդարտների համալիրի.

● ISO 9000 ստանդարտներ. նկարագրում են որակի կառավարման համակարգի ընդհանուր դրույթները եւ բացատրում համապատասխան տեղմիները,

● ISO 9001 ստանդարտներ. ընդգրկում են որակի կառավարման համակարգի նկատմամբ պահանջներ այն դեպքերում, երբ կազմակերպության անհրաժեշտ է ցույց տալ իր ունակությունը՝ ապահովել այնպիսի արտադրանք, որը համապատաս-

խանութ և սպառողներին ու առևտրային պահանջներին և ուղղված է սպառողների պահանջների բավարարման մակարդակի բարձրացմանը,

- ISO 9004 ստանդարտներ. ընդգրկում են որակի կառավարման համակարգի արդյունավետությանը և արդյունաբարությանն առնչվող խորհրդատվություն, ինչի նպատակը կազմակերպությունների գործունեության և սպառողների ու շահագրգիռ մյուս կողմերի պահանջմունքների բավարարման մակարդակի բարելավումն է:

- ISO 19011 ստանդարտներ. ընդգրկում են որակի կառավարման համակարգի և շրջակա մշակայի աուդիտին առնչվող մեթոդական հրահանգներ:

Որակի կառավարման համակարգի հիմքում ընկած է ապրանքների և ծառայությունների ստեղծման գործընթացների կառավարումը: Մենեջմենթը սկսվում է սպառողների պահանջմունքների ուսումնասիրությունից և ավարտվում այդ պահանջների բավարարման մակարդակի գնահատումով:

Մշակելով ստանդարտներ և վերահսկելով զբոսաշրջության ոլորտի ձեռնարկությունների համապատասխանությունը հաստատված նորմատիվներին՝ պետությունն իրականացնում է զբոսաշրջային գործունեության կարգավորումը՝ երաշխավորելով համախորհրդի սպասարկման որակը և անվտանգությունը զբոսաշրջային ենթակառուցվածքներում:

Չբոսաշրջության ոլորտի օբյեկտները, զբոսաշրջային ֆիրմաները և ճանապարհորդողները բոլոր երկրներում, շուկայի մյուս մասնակիցների հետ մեկտեղ, հանդիսանում են հարկման օբյեկտներ: Վերջինի անհրաժեշտությունը և օրինականությունը կասկած չի առաջացնում: Չբոսաշրջության մեջ հարկման խնդիրները կապված են իրականացում վճարումների չափերի, կրկնակի հարկման բացառման, հարկային հատուկ ռեժիմի հաստատման հետ:

Որոշ երկրներ, խթանելու համար զբոսաշրջիկների ներհոսքն իրենց երկիր, նախատեսում են հարկային խրախուսման հատուկ միջոցներ նման այցելուների համար: Սակայն, որպես կանոն, այսպիսի միջոցները ենթադրում են հարկերի մի մասի վերադարձ տվյալ երկրում ապրանքների առջի ժամանակ, բայց չեն առնչվում զբոսաշրջային ծառայությունների ձեռքբերման գործընթացին:

Եթե զբոսաշրջության ոլորտն ընդհանուր առմամբ դրականորեն է արձագանքում հարկման անհրաժեշտությանը, ապա պետական ծախսերի զգալի մասի վճարման բեռը կրելու միտումը այս ոլորտի ներկայացուցիչների շրջանում բողոք է առաջացնում:

Հարկային մարմնի ներկայացուցիչները, սակայն, այս միջոցառումները համարում են ոչ միայն հնարավոր, այլև անհրաժեշտ: Այս դեպքերում հարկային դրույքների բարձրացումը բացատրվում է տարբեր պատճառներով: «Լյուքս» կարգի հյուրանոցներում հարկային բարձր դրույքների կիրառումը դարձել է սովորական երևույթ, ինչպես նաև առեւտրի հարկերի սահմանումը քաղաքային կենտրոնական թաղամասերի և հանգստյան գոտիների վրա:

Եթե 1996թ. զբոսաշրջային ոլորտին բաժին էր ընկնում աշխարհում գանձվող հարկերի 10.4%-ը, ապա 2006թ. այդ թիվը հասավ 11%-ի²:

Հիմնական հարկային հողվածները զբոսաշրջության մեջ համընկնում են այլ ոլորտների հողվածների հետ:

Ճանապարհորդությունների և զբոսաշրջության համաշխարհային խորհրդի տվյալների համաձայն՝ զբոսաշրջության հարկերի շուրջ 50%-ը ձեռավորվում է այնպիսի հարկային մուտքերի հաշվին, ինչպես ԱՄՆ-ն և վաճառքի հարկը, 35%-ը բաժին է ընկնում այս ոլորտի աշխատողներից գանձվող հարկերին, իսկ 15%-ը շահութահարկն է³:

Հարկեր, որոնք չեն խթանում արտասահմանյան զբոսաշրջիկների ներգրավումը, և հարկային արտոնություններ: Չբոսաշրջությունից գանձվող հարկերը զգալի ներդրում ունեն շատ երկրների բյուջեների ձեռավորման մեջ, հատկապես՝ այն երկրներ, որտեղ այս ոլորտը հանդիսանում է տնտեսական առաջատար միավոր: Նման իրավիճակը որոշակի չափով հակասում է այս ոլորտի պահանջներին, նախ՝ ներդրումների ներգրավման հետ կապված, քանի որ ներդրումները կախված են հարկային արտոնություններից: Արտասահմանյան զբոսաշրջիկների շրջանում մեծ պահանջարկ վայելող արտադրանքը բարձր հարկման է ենթարկվում: Չբոսաշրջության ոլորտը ոչ միշտ է կարողանում ազդել կառավարական որոշումների վրա և հարթել իրավիճակը:

Պետական հարկային և ֆինանսական մարմինները դեմ են հարկային արտոնությունների հաստատմանը, քանի որ տնտեսու-

թյան վերակառուցման անցումային ժամանակահատվածում և ճգնաժամերի ժամանակ պետությունը միջոցների անբավարարություն է գգում:

Հարկերից խուսափելը հարկային բեռի և վերահսկող մարմինների թուլության պատճառով հանգեցնում է այն բանին, որ եկամտահարկը և գործարքներից հարկերը չեն բերում ակնկալվող արդյունքները: Բացի այդ, կառավարությունը և պետական այլ մարմինները կաճախ համարում են, որ արտասահմանյան զբոսաշրջիկները պարտավոր են համալրել պետական գանձարանը: Նման հարկերն ուղղված են «արդարության վերականգնմանը», որպեսզի այս ոլորտը չապրի երկրի մյուս ոլորտների դուստգիաների կամ տեղական հյուրանոցային-զբոսաշրջային ծառայությունների սպառողների հաշվին: Որոշ երկրներում նման հարկերը դիտարկվում են որպես վերականգնվող զբոսաշրջային ռեսուրսների օգտագործման փոխհատուցում: Այս հարկերի բացակայությունը վտանգում է զբոսաշրջային ռեսուրսների գոյությունը:

Բացի այդ, մի շարք երկրների ֆինանսական վարչությունները մատնանշում են, որ տեղական բնակչության եկամուտները մի քանի անգամ ցածր են զբոսաշրջիկների եկամուտներից, և հարկումը նորից վերականգնում է արդարությունը:

Ինչ վերաբերում է ներդրումների խրախուսմանը՝ ուղղված հարկային արտոնություններին, ապա, ինչպես նշվեց, զբոսաշրջությանը առաջնային համարող որոշ երկրներում դա համարվում է պետական քաղաքականության մաս: Ընդ որում՝ պետական և ֆինանսական մարմինները ելում են այն բանից, որ զբոսաշրջության մեջ ներդրումները ստեղծում են նոր աշխատատեղեր, ինչպես նաև եկամտի աղբյուր են, այդ թվում և կայուն արժույթի տեսքով: Դա է պատճառը, որ պետությունների մեծամասնությունում անհապաղ ընդունվում են ներքին և արտաքին ներդրումների ներգրավմանը բարենպաստող որոշումներ, այդ թվում և հարկային արտոնություններ: Նախնական պահանջը, որ ներկայացվում է հնարավոր ներդրողին, առաջնային համարվող նախագծերի մեջ ներդրումներ կատարելն է: Սրան գումարվում են նաև կայուն արժույթով ստացվող եկամտի օգտագործման, տեղական աշխատուժի ներգրավման, ուսուցման, ձեռնարկության կառավարման մեթոդների փոխանցման պահանջները:

Սովորաբար՝ այս միջոցառումները արդարացվում են այն բանով, որ մյուս երկրները նույն կերպ են վարվում, իսկ առանց լրացուցիչ խթանման՝ զբոսաշրջային գոտիների ձգողական ազդեցությունը կնվազի: Սակայն հարկային արտոնությունների հակառակորդները նման միջոցառումների մեջ տեսնում են հարկային համակարգի գործունեությունը վտանգող տարրեր: Նրանց կարծիքով՝ այն երկրները, որոնք այսօր միայնակ հետ մղում են արտաքին ներդրումներ ներգրավելու համար, վաղը կպարտվեն ազգային եկամտի և պետական բյուջեի մուտքերի աճը ապահովող դաժան պայքարում: Նման պայմաններում պետության համար դժվար, իսկ երբեմն անհնար է դառնում իրականացնել հաջորդական տնտեսական քաղաքականություն: Ենթակառուցվածքի զարգացման համար անհրաժեշտ հասարակական միջոցները չեն բավարարում, և դա անդրադառնում է զբոսաշրջային հատվածի վրա: Եվ վերջապես՝ հարկային արտոնությունները հանգեցնում են չարաշահումների:

Տրամադրվող ֆինանսական արտոնությունները, արտասահմանյան զբոսաշրջիկների նկատմամբ հարկային քաղաքականության խստացումների հետ մեկտեղ, հանգեցնում են սպասումներին հակասող արդյունքների: Հարկային քաղաքականությունը, որը հանգեցնում է արտասահմանյան զբոսաշրջիկների կողմից ազգային արտադրանքի առաջնորդման ծախսերի հատուցման, կարող է հանգեցնել զբոսաշրջային հոսքերի վերակողմորոշման և դրա հետևանքով՝ ձեռնարկությունների շրջանառության ծավալների կրճատման, որոնք դեռ երեկ հանդիսանում էին ներդրումների օբյեկտներ: Այս պայմաններում ներքին և արտաքին ներդրողները հետաձգում են նոր օբյեկտների կառուցման ֆինանսավորման որոշումների կայացումը, և տվյալ ոլորտները երկար ժամանակ մնում է անբարենպաստների շարքում՝ կապիտալի ներդրման ակնկախատեսելի ռիսկով:

1. Экономика и организация туризма: международный туризм, Учебное пособие, Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев и др., Под. ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой, 3-е изд., исп. и доп., М.: КНОРУС, 2009, с. 290.
2. Նույն տեղում, էջ 296
3. Tourism Economic Report, Madrid: WTO, 1998, 2006.