



АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН НИЙСЛЭЛИЙН НИЙГЭМ, СОЁЛД ҮЗҮҮЛЭХ НӨЛӨӨЛЛИЙН СУДАЛГААНЫ ТАЙЛАН



ГАРЧИГ

ТОВЧИЛСОН ҮГИЙН ЖАГСААЛТ	5
ӨМНӨХ ҮГ	6
ОРШИЛ.....	7
СУДАЛГААНЫ ХУРААНГУЙ.....	8
БҮЛЭГ 1. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ	13
1.1. ДЭЛХИЙН ЗАХ ЗЭЭЛИЙН ЕРӨНХИЙ ЧИГ ХАНДЛАГА	13
1.2. МОНГОЛ УЛСЫН АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ	20
БҮЛЭГ 2. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН НИЙСЛЭЛИЙН НИЙГЭМ, СОЁЛД	27
ҮЗҮҮЛЭХ НӨЛӨӨЛЛИЙН СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ	27
2.1. СУДАЛГААНЫ ЗОРИЛГО	27
2.2. СУДАЛГААНЫ ТҮҮВЭРЛЭЛТ, ХАМРАХ ХҮРЭЭ	27
2.3. СУРГАЛТ, ТУРШИЛТ СУДАЛГАА, АСУУЛГЫН БҮТЭЦ	28
2.4. СУДАЛГААНЫ ЗОХИОН БАЙГУУЛАЛТ	29
БҮЛЭГ 3. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН НИЙСЛЭЛИЙН НИЙГЭМ, СОЁЛД	32
ҮЗҮҮЛЭХ НӨЛӨӨЛЛИЙН СУДАЛГААНЫ ДҮН	32
3.1. СУДАЛГААНД ОРОЛЦОГЧДЫН ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ	32
3.1.1 Судалгаанд оролцсон иргэдийн шинж байдал.....	32
3.1.2 Судалгаанд оролцсон ААНБ–ын шинж байдал.....	35
3.2. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН НИЙСЛЭЛИЙН НИЙГЭМ, СОЁЛД ҮЗҮҮЛЭХ	
НӨЛӨӨЛӨЛ	36
3.2.1 Иргэдийн судалгааны үр дүн.....	36
3.2.2 Аж ахуйн нэгж, байгууллагын судалгааны дүн	52
ДҮГНЭЛТ	57
АШИГЛАСАН МАТЕРИАЛ	60
ХАВСРАЛТ.....	61

ЗУРГИЙН ЖАГСААЛТ

Зураг 1. Дэлхийн аялал жуулчлалын салбарын гол тоонууд	13
Зураг 2. Манай улсын аялал жуулчлалын голлох бүс нутаг	22
Зураг 3. Монголын аялал жуулчлалын сонирхлын бүс.....	23
Зураг 4. Судалгаанд оролцсон иргэд, <i>дүүргээр</i>	32

ГРАФИКИЙН ЖАГСААЛТ

График 1. Аялал жуулчлалын салбарын нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөллийн хувь, <i>иргэд</i>	9
График 2. Аялал жуулчлалын нийслэлийн нийгэм, соёлын нөлөөллийн дундаж үнэлгээ	9
График 3. Аялал жуулчлалын нийгэм, соёлын салбарт нөлөөлөх нөлөөллийн хувь, <i>ААНБ</i>	11
График 4. Аялал жуулчлалын нийгэм, соёлын салбарт нөлөөлөх нөлөөллийн үнэлгээ, <i>ААНБ</i>	11
График 5. Дэлхийн аялал жуулчлалын зах зээл.....	13
График 6. Жуулчдын ашиглаж буй тээврийн хэрэгсэл	15
График 7. Жуулчдын бүтэц, <i>аялалын зорилгоор</i>	15
График 8. Монгол улсын хилээр орсон жуулчдын тоо, <i>жилээр</i>	21
График 9. ДНБ-д эзлэх аялал жуулчлалын салбарын орлого, <i>хувиар</i>	21
График 10. Судалгаанд оролцсон иргэдийн нас, хүйсийн бүтэц, <i>хувиар</i>	33
График 11. Судалгаанд оролцсон иргэдийн боловсролын түвшин, <i>хувиар</i>	34
График 12. Судалгаанд оролцсон иргэдийн ажил эрхлэлт, <i>хувиар</i>	34
График 13. Судалгаанд оролцсон ААНБ–ын хариуцлагын хэлбэр.....	35
График 14. Судалгаанд оролцсон ААНБ–ын ажилтны тоо	35
График 15. Нөлөөллийн ерөнхий үнэлгээ	36
График 16. Аялал жуулчлалын нийгэм, соёлын байдалд нөлөөлөх нөлөөллийн хувь, <i>хөдөлмөр эрхлэлтээр</i>	37
График 17. Нийгэм, соёлын үзүүлэлтэд үзүүлэх нөлөөлийн хувь	39
График 18. Нөлөөллийн ерөнхий үнэлгээ	40
График 19. Нөлөөлийн ерөнхий үнэлгээ, <i>насны бүлгээр</i>	41

График 20. Нийгэм болон соёлын нөлөөллийн үнэлгээ, <i>хүйс, хөдөлмөр эрхлэлтээр</i>	41
График 21. Нийгэм болон соёлын нөлөөллийн үнэлгээ, <i>насны бүлгээр</i>	42
График 22. Аялал жуулчлалын салбарын ийгэм, соёлд үзүүлж буй нөлөөлөл.....	42
График 23. Нийгэм, соёлд үзүүлж буй нөлөөлөл, <i>харьцуулсан байдлаар</i>	43
График 24. Нийгмийн нөлөөллийн үнэлгээ, <i>үзүүлэлтээр</i>	45
График 25. Соёлын нөлөөллийн үнэлгээ, <i>үзүүлэлтээр</i>	45
График 26. Нийгмийн нөлөөллийн үнэлгээ, <i>хүйсээр, үзүүлэлтээр</i>	46
График 27. Соёлын нөлөөллийн үнэлгээ, <i>хүйсээр, үзүүлэлтээр</i>	47
График 28. Нийгмийн нөлөөллийн үнэлгээ, <i>насны бүлгээр, үзүүлэлтээр</i>	47
График 29. Соёлын нөлөөллийн үнэлгээ, <i>насны бүлгээр, үзүүлэлтээр</i>	48
График 30. Манай улсын иргэд гадаадын жуулчдад ханддаг хандлага	49
График 31. Манай улсын иргэд гадаадын жуулчдад ханддаг хандлага, <i>боловсролын түвшингээр</i>	49
График 32. Гадаадын жуулчид манай улсын иргэдтэй ханддаг хандлага	50
График 33. Гадаадын жуулчид манай улсын иргэдийн амьдралд үзүүлж буй нөлөө, <i>ажил эрхлэлтээр</i>	50
График 34. Аялал жуулчлалын салбарын ААНБ–ын үйл ажиллагаа, нийгэм, соёлд нөлөөлөх нөлөөллийн хувь.....	52
График 35. Аялал жуулчлалын салбарын ААНБ –ын үйл ажиллагаа, нийгэм, соёлд нөлөөлөх нөлөөллийн хувь, <i>үйл ажиллагааны чигэлэлээр</i>	53
График 36. Аялал жуулчлал нь ААНБ–ын үйл ажиллагаанд нөлөөлдөг эсэх, <i>хувиар</i>	53
График 37. Аялал жуулчлалын салбарын нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлөлд өгсөн ААН, байгууллагын үнэлгээ.....	54

ХҮСНЭГТИЙН ЖАГСААЛТ

Хүснэгт 1. Дэлхийн жуулчдын тоо	14
Хүснэгт 2. Тэргүүлэгч орнууд, <i>жуулчдын тоогоор</i>	16
Хүснэгт 3. Тэргүүлэгч орнууд, <i>аялал жуулчлалаас олсон орлогын хэмжээгээр</i>	16
Хүснэгт 4. Тэргүүлэгч орнууд, <i>аялал жуулчлалд зарцуулсан зардын хэмжээгээр</i>	17
Хүснэгт 5. Аялал жуулчлалын салбарын 2030 он хүртэлх таамаглал, бүс нутгаар.....	18
Хүснэгт 6. Монгол улсын хилээр орсон жуулчдын тоо, <i>топ 10 улс</i>	24

Хүснэгт 7. Аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индекс, бүтцээр, зүүн өмнөд Ази, Номхон далайн орнууд	25
Хүснэгт 8. Аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индекс, бүтцээр, зүүн өмнөд Ази, Номхон далайн орнууд	25
Хүснэгт 9. Түүврийн хэмжээ.....	28
Хүснэгт 10. Судалгаанд оролцсон иргэдийн мэдээлэл	33
Хүснэгт 11. Нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлийн үзүүлэлт.....	38
Хүснэгт 12. Нийгэм, соёлд нөлөөлж буй нөлөөллийн үнэлгээний коэффициент, үзүүлэлт тус бүрээр	44
Хүснэгт 13. Аялал жуулчлалын салбартай холбоотой иргэдийн санал хүсэлт	51
Хүснэгт 14. Аялал жуулчлалын салбарын нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлөлд өгсөн ААНБ–ын үнэлгээ, үйл ажиллагааны чиглэлээр	54
Хүснэгт 15. Аялал жуулчлалын салбарын нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлөлд өгсөн ААН, байгууллагын үнэлгээ, үзүүлэлт тус бүрээр	55
Хүснэгт 16. Аялал жуулчлалын талаар ААНБ–уудын тавьсан санал хүсэлт	56

ХАВСРАЛТ МАТЕРИАЛ

Хавсралт 1. “Аялал жуулчлалын салбарын нийслэлийн нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлөл” судалгааны иргэдийн асуулгын хуудсын маягт	61
Хавсралт 2. “Аялал жуулчлалын салбарын нийслэлийн нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлөл” судалгааны ААНБ–ын чанарын судалгааны чиглүүлэх асуулт	61

ТОВЧИЛСОН ҮГИЙН ЖАГСААЛТ

ААНБ	Аж ахуйн нэгж байгууллага
АНУ	Америкийн Нэгдсэн Улс
БНХАУ	Бүгд Найрамдах Хятад Ард Улс
БНСУ	Бүгд Найрамдах Солонгос Улс
ДНБ	Дотоодын нийт бүтээгдэхүүн
ДАЖБ	Дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллага
НИТХ	Нийслэлийн иргэдийн төлөөлөгчдийн хурал
ОХУ	Оросын Холбооны Улс
ХБНГУ	Холбооны Бүгд Найрамдах Герман Улс
ХХК	Хязгаарлагдмал хариуцлагатай компани
ҮСХ	Үндэсний статистикийн хороо
ШУС	Шинжлэх ухааны сургууль

ӨМНӨХ ҮГ

Энэхүү судалгааг Судалгаа, шинжилгээний “Эс Ай Си Эй” ХХК–ийн судалгааны баг хийж гүйцэтгэв. Судалгааг Нийслэлийн аялал жуулчлалын газрын захиалгаар гүйцэтгэсэн бөгөөд техник, арга зүйн дэмжлэг үзүүлсэн тус газрын ажилтнуудад талархал илэрхийлье.

ЗАХИАЛАГЧ:

Нийслэлийн аялал жуулчлалын газар

ХЭРЭГЖҮҮЛЭГЧ:

Судалгаа, шинжилгээний “Эс Ай Си Эй” (SICA) ХХК

СУДАЛГААНЫ БАГ:

Зөвлөх:

П.Цэрэнбазар, МУИС-ийн ШУС–ийн багш, доктор

Багийн ахлагч:

Б.Лхагважаргал, Эдийн засгийн ухааны магистр, “Эс Ай Си Эй” ХХК–ийн Ерөнхий захирал

Судлаачид:

Г.Эрдэнэ, “Эс Ай Си Эй” ХХК–ийн Судалгаа, шинжилгээний хэлтсийн менежер
Т.Пүрэвхүү, “Эс Ай Си Эй” ХХК–ийн Захиргаа, хүний нөөцийн хэлтсийн менежер
Д.Ангармаа, “Эс Ай Си Эй” ХХК–ийн Бизнес хөгжил, төлөвлөлтийн хэлтсийн мэргэжилтэн

М.Лхагважав, “Эс Ай Си Эй” ХХК–ийн судлаач

Б.Хишигбаяр, “Эс Ай Си Эй” ХХК–ийн судлаач

Тайлан бичсэн:

Г.Эрдэнэ, “Эс Ай Си Эй” ХХК–ийн Судалгаа, шинжилгээний хэлтсийн менежер
Д.Ангармаа, “Эс Ай Си Эй” ХХК–ийн Бизнес хөгжил, төлөвлөлтийн хэлтсийн мэргэжилтэн

Тайлан хянасан:

Б.Лхагважаргал, Эдийн засгийн ухааны магистр, “Эс Ай Си Эй” ХХК–ийн Ерөнхий захирал

П.Цэрэнбазар, МУИС–ийн ШУС–ийн багш, доктор

ОРШИЛ

Аялал жуулчлалын салбарын нийгэм, соёлд үзүүлж буй нөлөөллийн судалгааг Нийслэлийн аялал жуулчлалын газраас санаачлан хэрэгжүүлж үр дүнг танилцуулахад бэлэн болоод байна. Энэхүү судалгаа нь манай улсад анх удаа хийгдсэн ба өмнөх аялал жуулчлалын чиглэлээр хийгдэж байсан судалгаануудтай харьцуулахад аялал жуулчлал нь орон нутгийн оршин суугчдад хэрхэн нөлөөлж байгаа, тэдгээрийн ая тухтай, тайван амьдрах нөхцөл, нийгмийн харилцаа, соёлын байдалд хэрхэн нөлөө үзүүлж байгааг илрүүлэн гаргаснаараа онцлог юм.

Судалгааны үр дүнгийн тайлан нь үндсэн 3 бүлэгтэй ба эхний бүлэгт аялал жуулчлалын зах зээлийн дэлхий нийтийн чиг хандлага болон монгол улсын аялал жуулчлалын салбарын өнөөгийн байдлын талаарх мэдээллийг багтаав. Хоёрдугаар бүлэгт судалгааны арга зүй, түүвэрлэлт, зохион байгууллалтын талаарх мэдээллийг оруулсан бол, гуравдугаар бүлэгт аялал жуулчлалын салбарын нийслэлийн нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөө түүвэр судалгааны үр дүнг тайлагнасан. Харин төгсгөлийн хэсэгт судалгааны дүгнэлт хэсэг болон ашигласан материал, хавсралт материалыг орууллаа.

Судалгааны үр дүнтэй холбоотой санал хүсэлт, анхаарах зүйл байвал бидэнд мэдэгдэж хамтран ажиллана гэдэгт итгэлтэй байна. Та бүхний санал бидний дараа дараагийн ажлуудад том дэмжлэг болох учиртай юм.

СУДАЛГААНЫ ХУРААНГУЙ

Монгол улсын нутаг дэвсгэрт оршин суугаа хүн амын 44.8 хувь буюу бараг 2 хүн тутмын нэг нь нийслэл хотод оршин суудаг билээ. Нийслэлийн хүн амын 94.9 хувь нь төвийн 6 дүүрэгт амьдарч байна. Манай улсад сүүлийн жилүүдэд аялал жуулчлалын салбар эрчимтэй хөгжиж байгаа, цаашид ч гэсэн улсын голлон анхаарах салбарын нэг байсаар байх нь тодорхой юм. Нийслэлийн Иргэдийн Төлөөлөгчдийн Хурлын 2014 оны 09 дүгээр сарын 22–ны ээлжит XIX хуралдаанаар “Найрсаг Улаанбаатар” хөтөлбөрийг хэлэлцэн баталсан. “Улаанбаатар хотыг 2020 он хүртэл хөгжүүлэх ерөнхий төлөвлөгөө, 2030 он хүртэлх чиг хандлагын баримт бичиг”–т тусгагдсаны дагуу уг хөтөлбөрийг 3 үе шаттай хэрэгжүүлснээр нийслэл хот 2020 онд 2 сая жуулчин хүлээн авч, нийслэлийн эдийн засагт аялал жуулчлалын салбарын эзлэх хэмжээг 20.0 хувьд, аялал жуулчлал, зочлох үйлчилгээний салбарт ажиллагсдын тоог 35.0 мянгад хүргэхээр зорьсон. Түүнчлэн 2030 он гэхэд 5 сая жуулчин хүлээж авах тооцоотой байна.

Төр засгийн зүгээс аялал жуулчлалын салбарыг хөгжүүлэх, жуулчдыг татах чиглэлээр олон талт үйл ажиллагаа явуулж буй хэдий ч тэдгээр үйл ажиллагаа нь хотын нийгмийн байдал, соёл, иргэдийн амьдралд хэрхэн нөлөөлөх, иргэд жуулчдын хоорондын харилцаанд хэрхэн нөлөө үзүүлэхийг зайлшгүй судлах шаардлагатай юм. Тиймээс энэхүү судалгаа нь аялал жуулчлал нь нийслэлийн нийгэм, соёлд хэрхэн нөлөө үзүүлж байгааг нийслэл хотын иргэд, үйлчилгээний байгууллагаар үнэлүүлэхэд чиглэгдсэн болно. Нөгөө талаар, энэхүү судалгааны хамгийн чухал хүчин зүйл нь нийслэл хотод аялал жуулчлалын үзүүлэх нөлөөг иргэд хэрхэн харж байна, иргэдийн амьдралд хэрхэн нөлөөлж байна, нийгмийн сэтгэл зүй хэрхэн хүлээж авч байгааг олж илрүүлэх явдал байв.

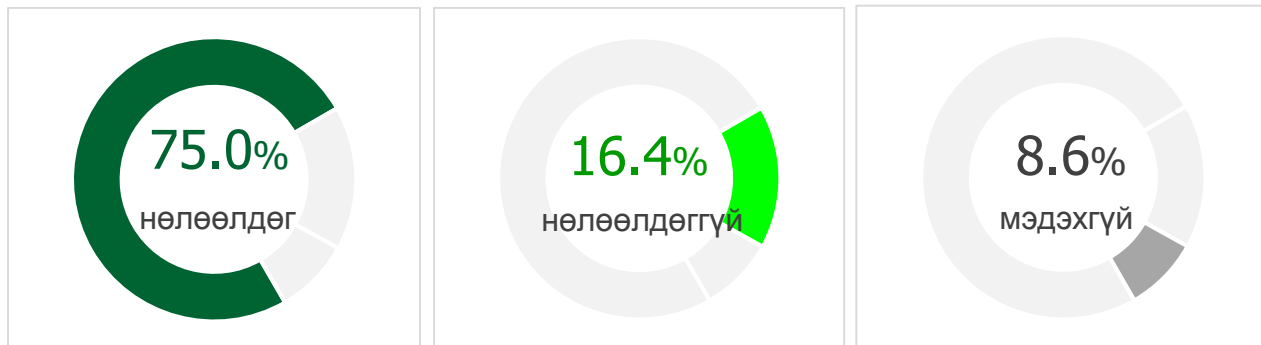
Энэхүү судалгаанд Улаанбаатар хотын төвийн 6 дүүргээс түүвэрлэгдсэн 984 иргэн, аялал жуулчлалтай холбоотой үйл ажиллагаа явуулдаг 50 ААНБ–ын удирдах ажилтнууд хамрагдсан бөгөөд нийгэм, соёлын үзүүлэлтэд аялал жуулчлал хэрхэн нөлөө үзүүлж байгааг үнэлсэн судалгааны дүнг танилцуулж байна.

Аялал жуулчлалын салбарын нийслэлийн нийгэм, соёлын нөлөөлөлд өгөх иргэдийн үнэлгээ

Нийт 28 дэд үзүүлэлтээр аялал жуулчлалын салбарт үзүүлэх нийгэм, соёлын нөлөөллийн үнэлгээг хийв. Үүнд: нийгмийн салбарын 15 дэд үзүүлэлт, соёлын салбарын 13 дэд үзүүлэлтээр үнэлгээг хийсэн болно.

Судалгаанд оролцсон иргэдийн 75.0 хувь нь аялал жуулчлал нь нийгэм, соёлд нөлөөлдөг, 16.4 хувь нь нөлөөлдөггүй, 8.6 хувь нь мэдэхгүй хэмээж байна.

График 1. Аялал жуулчлалын салбарын нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөллийн хувь, иргэд



Иргэдийн бодлоор аялал жуулчлалын салбар нь өөрсдийн нь амьдралд хэрхэн нөлөө үзүүлж байгаа талаарх үнэлгээний өгсөн оноог /-2, +2/ арифметик жигнэсэн дунджаар тооцоолон үнэлгээний коэффициентийг тооцооллоо.

График 2. Аялал жуулчлалын нийслэлийн нийгэм, соёлын нөлөөллийн дундаж үнэлгээ



Нийт судалгаанд оролцсон иргэд аялал жуулчлалын салбар нь нийслэлийн нийгэм, соёлын салбарт эерэгээр нөлөөлж байна гэж үзсэн. Нийгмийн болон соёлын үзүүлэлтүүдийг салган авч үзвэл соёлын байдалд нөлөөлөх нөлөөлөл 1 рүү дөхсөн буюу сайн үр дүн гарсан бол, харин нийгмийн байдалд 0 рүү дөхсөн үнэлгээг өгсөн байна. Харин ямар түвшинд нөлөөлдөгийг тодруулахад иргэдийн нийгэм, соёлын 28 үзүүлэлтийн тухайд 21.0 хувь нь муугаар нөлөөлдөг, 28.0 хувь нь дундаж түвшинд нөлөөлдөг, 51.0 хувь нь сайнаар нөлөөлдөг гэжээ.

Уламжлалт соёл, түүхээрээ бахархах бахархал, үнэлэмж, үндэсний урлаг, соёлын хөгжил, гар урлал, бэлэг дурсгалын зүйлсийн чанар хүртээмж зэрэг

үзүүлэлтүүд аялал жуулчлалын салбарын нөлөөгөөр маш сайн хөгжиж байна гэж үзлээ.

Нөгөө талаар, аялал жуулчлалын салбар нь дараах сөрөг үр дагаварыг дагуулж байгаа талаар иргэдийн үнэлгээнээс харж болно. Тухайлбал, биеэ үнэлэх байдал, архи тамхи мансууруулах бодисын хэрэглээ, хог хаягдал, орчны дуу чимээ, гэмт хэрэг аюулгүй байдлын түвшинд сөргөөр нөлөөлж байна хэмээн иргэд үзэж байгаа юм.

Нийгмийн салбарын үзүүлэлтүүдээс нийслэл хотын бүтээн байгуулалт, хотын хөгжил, иргэдийн гадаад хэлний мэдлэг, хог хаягдал, орчны бохирдолд илүү нөлөө үзүүлдэг хэмээн иргэд үзсэн бол, биеэ үнэлэлт, шашин шүтлэг зэрэг үзүүлэлтүүд бусад үзүүлэлтээс бага нөлөө үзүүлдэг байна. Харин соёлын салбарын үзүүлэлтийн тухайд зочид буудал, зоогийн газар, худалдаа үйлчилгээний чанар, үйлчилгээний соёл, гар урлал, бэлэг дурсгалын зүйлсийн чанар, хүртээмж зэрэг ихэнх үзүүлэлтүүдэд нөлөөтэй гэсэн бол, эх хэлний дархлаа, уламжлалт ёс заншил зэрэгт нөлөө бага байв.

Судалгаанд оролцсон иргэдийн 51.1 хувь нь гадаадын иргэд, жуулчдад хүндэтгэлтэй ханддаг бол, 48.2 хувь нь хэвийн ханддаг байна. Харин 0.7 хувь нь таагүй ханддаг гэжээ. Гадаадын иргэд жуулчдын иргэдийн амьдралд үзүүлж буй нөлөөг тодруулахад, судалгаанд хамрагдсан иргэдийн 50.7 хувь нь тодорхой хэмжээний нөлөө үзүүлдэг, 49.3 хувь нь ямар нэгэн нөлөө үзүүлдэггүй гэв. Амьдралд нь нөлөө үзүүлдэг иргэдийн 53.5 хувь нь сайнаар нөлөөлдөг гэсэн бол, 45.5 хувь нь хэвийн, 1.0 хувь нь муугаар нөлөөлдөг хэмээж байна.

Аж ахуйн нэгж, байгууллагын нөлөөлөл

Нийт 15 дэд үзүүлэлтээр байгууллагын үйл ажиллагаа болон нийгэм, соёлын байдалд аялал жуулчлалын салбарын үзүүлэх нөлөөллийн үнэлгээг хийлээ.

ААНБ–уудын хувьд гадаад болон дотоодын аялагч, жуулчид нар нь үйлчилгээний соёлд хамгийн их нөлөөлдөг гэж үзсэн бол, уламжлалт соёл, түүхээрээ бахархах бахархал, байгууллагын гадаад харилцаа, бүтээгдэхүүн үйлчилгээний чанар, ажилчдын ур чадвар, бүтээгдэхүүн үйлчилгээний нэр төрөл, гадаад хэлний мэдлэг зэрэг зүйлүүдэд өндөр нөлөөтэй гэв. Харин уламжлалт ёс

заншил, байгалийн дурсгалт газар, байгаль орчныг хамгаалах, байгууллагын бүтэц зохион байгуулалт зэрэг зүйлсэд нөлөөлөл бусдаас бага гэжээ.

Судалгаанд оролцсон ААНБ–уудын 80.3 хувь нь аялал жуулчлал нь байгууллагын үйл ажиллагаа болон нийгэм, соёлд нөлөөлдөг, 15.5 хувь нь нөлөөлдөггүй, 4.3 хувь нь мэдэхгүй гэсэн хариултыг өгөв.

График 3. Аялал жуулчлалын нийгэм, соёлын салбарт нөлөөлөх нөлөөллийн хувь, ААНБ

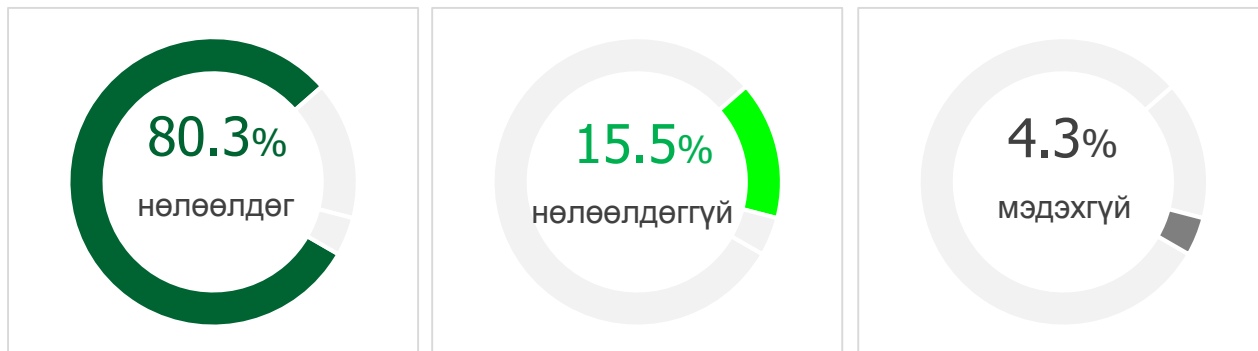


График 4. Аялал жуулчлалын нийгэм, соёлын салбарт нөлөөлөх нөлөөллийн үнэлгээ, ААНБ



Судалгаанд оролцсон ААНБ–уудын хувьд аялал жуулчлал нь байгууллагын үйл ажиллагаа, соёлын байдалд маш сайнаар нөлөөлдөг гэжээ. Байгууллагын үйл ажиллагаа нийгэм, соёлын үзүүлэлтэд өгсөн дундаж үнэлгээ 1.195 байгаа бол байгууллагын үйл ажиллагаанд 1.203, соёлын байдалд 1.182 гэсэн үнэлгээг өгсөн байна.

Аялал жуулчлалын салбарын үзүүлж буй нөлөөллийн хувьд ААНБ–уудын удирдах ажилтнууд бүх үзүүлэлтүүдэд эерэг хандлагатай байв. Үүнээс гадаад хэлний мэдлэг, үйлчилгээний соёл, байгууллагын гадаад харилцаа, нийслэл хотоор бахархах бахархал, уламжлалт түүх соёлоор бахархах бахархал, ажилчдын ур чадвар гэх мэт үзүүлэлтүүд бусдаас өндөр үнэлгээ авчээ. Харин бүтээгдэхүүний савлагаа, өнгө үзэмж, байгууллагын бүтэц, зохион байгуулалт зэрэг үзүүлэлтүүд

бусдаас үнэлгээ бага авсан хэдий ч, эерэг хандлага үзүүлж байна. Хамрагдсан ААНБ–ууд санал нэгтэй аялал жуулчлал өөрсдийнх нь үйл ажиллагаанд маш сайнаар нөлөөлдөг ба улирал харгалзахгүй жуулчдыг татах бодлогыг явуулах нь үр өгөөжтэй талаар дурьдаж байв.

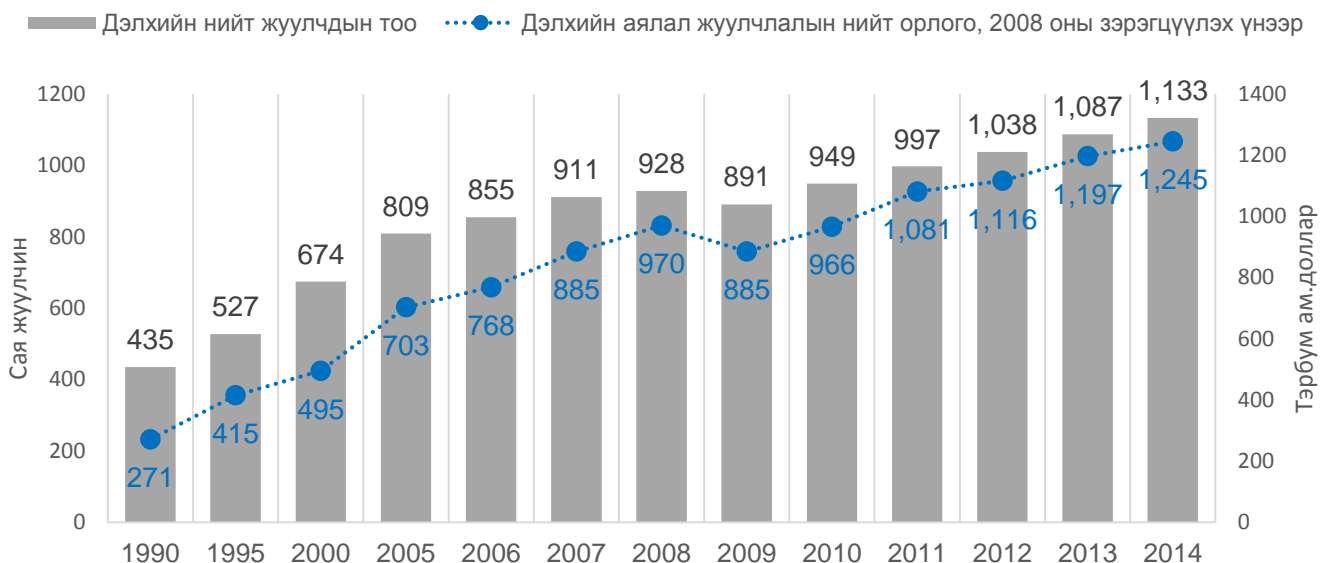
БҮЛЭГ 1. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ

БҮЛЭГ 1. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ

1.1. ДЭЛХИЙН ЗАХ ЗЭЭЛИЙН ЕРӨНХИЙ ЧИГ ХАНДЛАГА

2009 оны дэлхийн эдийн засгийн хямралаас хойш сүүлийн 6 жилийн хугацаанд дэлхийд хамгийн хурдацтай хөгжиж буй салбаруудын нэг аялал жуулчлалын салбар бөгөөд жил бүр өсөн нэмэгдсээр байна.

График 5. Дэлхийн аялал жуулчлалын зах зээл



Эх үүсвэр: UNWTO, Tourism Highlight, 2015

Дэлхийн жуулчдын тоо 1950 онд 25 сая, 1980 онд 278 сая, 1995 онд 527 сая байсан бол, 2014 онд 1,133 сая болж өссөн бөгөөд жуулчдын тооны өсөлтийг даган энэ салбарын нийт орлого мөн өсч 2014 оны байдлаар 1,245 тэрбум ам.доллар хүрчээ.

Зураг 1. Дэлхийн аялал жуулчлалын салбарын гол тоонууд



Эх үүсвэр: UNWTO, Tourism Highlight, 2015

Аялал жуулчлалын салбар нь дэлхийн эдийн засаг болон нийгэмд дээрх эерэг үр дүнг авч ирсээр байна. 2014 оны байдлаар аялал жуулчлалын салбар нь дэлхийн ДНБ–ий 9.0 хувийг бүрдүүлсэн бол, энэ салбарын шууд болон шууд бус нөлөөллөөр ажил эрхэлж буй 11 хүн тутмын 1 нь тус салбарт ажилладаг юм.

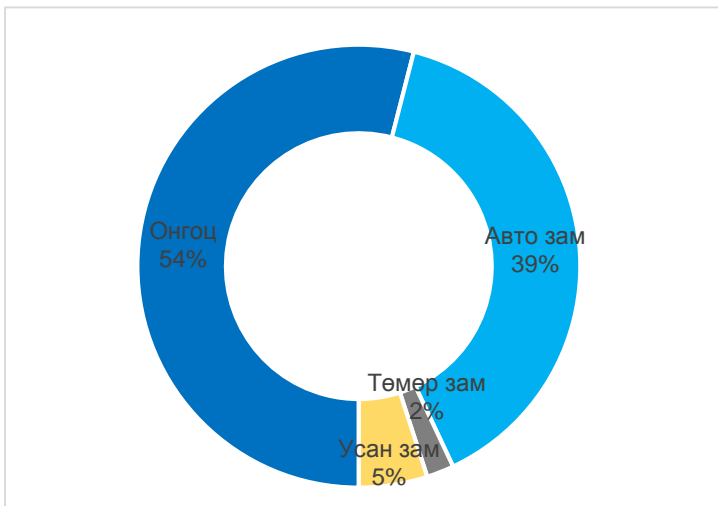
Хүснэгт 1. Дэлхийн жуулчдын тоо

Бүсийн нэр	Олон улсын жуулчдын тоо, сая хүн					Зах зээлд эзлэх хувь (%)
	1990	2000	2010	2013	2014	2014
Дэлхий	435	673	948	1087	1133	100
Хөгжингүй орнууд	296	420	513	586	619	54.7
Хөгжиж буй орнууд	139	253	435	501	513	45.3
Европ	261.5	386.4	488.9	566.4	581.8	51.4
Хойд европ	28.7	44.8	62.8	67.4	71.3	6.3
Баруун европ	108.6	139.7	154.4	170.8	174.5	15.4
Төв/Зүүн европ	33.9	69.3	98.4	127.3	121.1	10.7
Өмнөд европ	90.3	132.6	173.3	201	214.9	19
Ази, Номхон далай	55.8	110.3	205.4	249.8	263.3	23.2
Зүүн хойд Ази	26.4	58.3	111.5	127	136.3	12
Зүүн өмнөд Ази	21.2	36.3	70.5	94.3	96.7	8.5
Номхон далайн улсууд	5.2	9.6	11.4	12.5	13.2	1.2
Өмнөд Ази	3.1	6.1	12	16	17.1	1.5
Америк	92.8	128.2	150.1	167.5	181	16
Хойд Америк	71.8	91.5	99.5	110.2	120.4	10.6
Карибын тэнгисийн орнууд	11.4	17.1	19.5	21.1	22.4	2
Төв Америк	1.9	4.3	7.9	9.1	9.6	0.8
Өмнөд Америк	7.7	15.3	23.1	27.1	28.6	2.5
Африк	14.7	26.2	49.5	54.4	55.7	4.9
Хойд Африк	8.4	10.2	18.8	19.6	19.8	1.7
Сахарын орнууд	6.3	16	30.8	34.7	35.9	3.2
Ойрхи дорнод	9.6	22.4	54.7	48.4	51	4.5

Эх үүсвэр: UNWTO, *Tourism Highlight*, 2015

2013 онд 1,087 сая байсан дэлхийн жуулчдын тоо 2014 онд хамгийн дээд түвшиндээ буюу 1,133 саяд хүрч 5 дахь жилээ дараалан өсөлттэй гарсан. Европ жуулчдын тоогоороо бусад бүсээ тэргүүлж байгаа бөгөөд хүлээн авсан жуулчдын тоо нь өмнөх оноос 3 хувиар өсч 582 сая жуулчинд хүрсэн. 2014 оны байдлаар жуулчдын тооны өсөлт хамгийн өндөр байгаа нь Америк бөгөөд 2013 оноос 13 сая жуулчнаар буюу 8.0 хувиар өссөн дүнтэй байна. Харин Ази, Номхон далайн бүсийн орнуудын жуулчдын тоо өмнөх оноос 5.0 хувиар өсч 263 саяд хүрчээ.

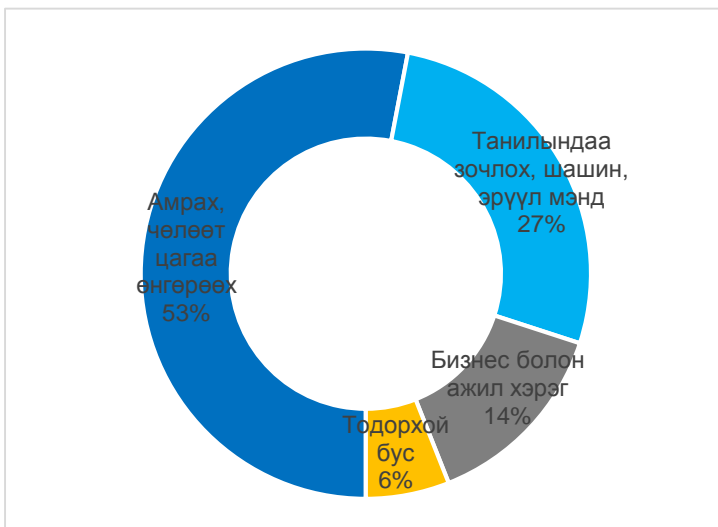
График 6. Жуулчдын ашиглаж буй тээврийн хэрэгсэл



2014 онд аялсан жуулчдын талаас илүү (54.0) хувь нь агаарын тээврээр зорчсон бол, 39.0 хувь нь хуурай замын тээвэр, 5.0 хувь нь усан замаар зорчжээ. Агаарын тээврээр зорчиж буй аялагчдын тоо цаашид өсөх хандлагатай байна.

Эх үүсвэр: Дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллага (UNWTO)

График 7. Жуулчдын бүтэц, аялалын зорилгоор



2014 онд дэлхийн нийт аялагчдын 53.0 хувь буюу 598 сая жуулчин амарч зугаалах, чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх зорилгоор аялсан бол, 14.0 хувь нь бизнес болон ажил хэргийн зорилгоор аялжээ. Нийт жуулчдын 27.0 хувь нь буюу 305 сая жуулчин хамаатан болон найз нөхдийндөө зочлох,

шашны зан үйлд оролцох, эрүүл мэндтэй холбоотой буюу эмчилгээ хийлгэх зорилгоор аялсан байна. Харин дэлхийн нийт жуулчдын 6.0 хувь буюу 68 сая жуулчны аялалын зорилго тодорхой бус байлаа.

Эх үүсвэр: Дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллага (UNWTO)

Аялал жуулчлалаар тэргүүлэгч орнууд

Олон улсын тайлан эмхэтгэлүүдэд аялал жуулчлалын салбарын тэргүүлэгч орныг 2 гол үзүүлэлт тус бүрийн хувьд улсуудыг харьцуулан гаргадаг. Энд улсуудыг аялагчдын тоо болон орлогоор нь эрэмбэлсэн байдаг.

2014 онд улсдаа хүлээн авсан жуулчдын тоогоороо тэргүүлэгч 10 орны дараалалд төдийлөн өөрчлөлт ороогүй бөгөөд Мексик улс өөрийн байрыг ахиулан шилдэг 10 улсын тоонд багтаж чадсан. Мексик улс 2013 онд 15-д жагсаж байсан бол 2014 онд 5 байр урагшилжээ. Франц улс 2014 онд мөн тэргүүн байраа хадгалсан бөгөөд 2013 онтой харьцуулахад тус улсын зорих жуулчдын тоо 0.1 хувиар өсчээ.

Харин тус салбарын орлогоороо АНУ тэргүүлсэн бөгөөд Испани, БНХАУ, Франц болон Макао зэрэг улсууд дараагийн байруудад орсон.

Хүснэгт 2. Тэргүүлэгч орнууд, жуулчдын тоогоор

Ранк	Улсын нэр	Жуулчдын тоо, сая хүн		Өөрчлөлт (%)
		2013	2014	
1	Франц	83.6	83.7	0.1
2	АНУ	70.0	74.8	6.9
3	Испани	60.7	65.0	7.1
4	БНХАУ	55.7	55.6	-0.2
5	Итали	47.7	48.6	1.9
6	Турк	37.8	39.8	5.3
7	Герман	31.5	33.0	4.8
8	Их британи	31.1	32.6	4.8
9	ОХУ	28.4	29.8	4.9
10	Мексик	24.2	29.1	20.2

Эх үүсвэр: Дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллага (UNWTO)

Жуулчдын тоогоороо тэргүүлэгч 10 орны 9 нь жуулчдын тоо 2014 онд өссөн бол, БНХАУ-ын жуулчдын тоо өмнөх оноос 0.2 хувиар буурсан дүнтэй байна.

Хүснэгт 3. Тэргүүлэгч орнууд, аялал жуулчлалаас олсон орлогын хэмжээгээр

Ранк	Улсын нэр	Аялал жуулчлалаас олсон орлого, тэр бум ам.доллар		Өөрчлөлт (%)
		2013	2014	
1	АНУ	172.9	177.2	2.5
2	Испани	62.6	65.2	4.2
3	БНХАУ	51.7	56.9	10.1
4	Франц	56.7	55.4	-2.3
5	Макао	51.8	50.8	-1.9
6	Итали	43.9	45.5	3.6
7	Их британи	41.0	45.3	10.5
8	Герман	41.3	43.3	4.8
9	Тайланд	41.8	38.4	-8.1
10	Хонгконг	38.9	38.4	-1.3

Эх үүсвэр: Дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллага (UNWTO)

2014 онд аялал жуулчлалын орлогоороо тэргүүлэгч 10 орны 6 нь орлогын өсөлттэй гарсан бол, 4 улсын орлого буурсан дүнтэй гарчээ.

Харин хамгийн их аяладаг улсаар БНХАУ шалгарсан бөгөөд 2012 оноос хойш тус улс дэлхийн аялал жуулчлалын салбарын хамгийн зардал өндөр улс хэвээр байсаар байна. БНХАУ-ын аялагчид гадаад аялахдаа 165 тэрбум орчим ам.долларыг зарцуулсан бөгөөд энэ нь 2013 онтой харьцуулахад 27.0 хувиар өссөн ба абсолют утгаараа 36 тэрбум ам.доллартай тэнцэж байна.

Валютын ханшны чангарал, орлогын өсөлт болон аялал жуулчлалыг дэмжиж байгаа, гадаадад зорчих хязгаарлалтыг сулруулсан зэрэгтэй холбоотойгоор сүүлийн 20 жилийн хугацаанд БНХАУ-ын гадаадыг зорих аялагчдын тоо нэмэгдсээр байгаа юм. Одоогийн байдлаар БНХАУ дэлхийн аялал жуулчлалын салбарын 13.0 хувийг бүрдүүлдэг. Тэд дэлхийн өнцөг булан бүрт орлого оруулж байдаг бөгөөд ялангуяа Ази, Номхон далайн бүс нутагт гол орлого нь төвлөрч байдаг. Учир нь дэлхийн аялал жуулчлалын дийлэнх хэсгийг буюу нийт аялагчдын 80.0 орчим хувь нь бүс нутаг доторх аялалыг сонгон аялдаг байна. Харин үлдсэн 20.0 орчим хувийг бусад бүс нутагруу аялж буй аялагчид эзэлдэг.

Хүснэгт 4. Тэргүүлэгч орнууд, аялал жуулчлалд зарцуулсан зардын хэмжээгээр

№	Улсын нэр	Аялал жуулчлалд зарцуулсан зардал, тэрбум ам.доллар		Эзлэх хувь (%)	Хүн амын тоо (сая.хүн)	Нэг хүний дундаж зардал, ам.доллар
		2013	2014			
1	БНХАУ	128.6	164.9	13.2	1,368	121
2	АНУ	104.1	110.8	8.9	319	347
3	Герман	91.4	92.2	7.4	81	1,137
4	Их Британи	52.7	57.6	4.6	65	893
5	ОХУ	53.5	50.4	4.0	144	351
6	Франц	42.9	47.8	3.8	64	747
7	Канад	35.2	33.8	2.7	35	951
8	Итали	27.0	28.8	2.3	60	481
9	Австрали	28.6	26.3	2.1	24	1,114
10	Бразил	25.0	25.6	2.1	203	126

Эх үүсвэр: Дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллага (UNWTO)

Аялал жуулчлалд зарцуулж буй зардлаараа тэргүүлэгч орнуудын 2-т АНУ орсон бөгөөд 111 тэрбум ам.долларыг аялалд зарцуулсан байна. Тус улсын дараагаар Герман, Их Британ, ОХУ зэрэг улсууд орсон. Харин аялалд зарцуулж буй нэг хүний дундаж зардлаараа Герман улс тэргүүлжээ.

Цаашдын чиг хандлага

Дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллагаас салбарын 2010-2030 он хүртэлх прогнозыг хийсэн. Тэд аялал жуулчлалын салбарын цаашдын чиг хандлагад нийгэм, улс төр, эдийн засаг, хүрээлэн буй орчин болон технологийн хүчин

зүйлсээс гадна аялал жуулчлалын салбарын өнгөрсөн үе мөн нөлөөлөх хандлагатайг тодорхойлжээ. Тэдний үзэж буйгаар 2010-2030 оны хооронд аялал жуулчлалын салбарын жилийн дундаж өсөлт 3.3 хувь байх бөгөөд жил ирэх бүр энэ өсөлт саарах таамаглалыг хийсэн. Өөрөөр хэлбэл хугацааны эхэнд буюу 2010 онд тус салбарын өсөлт 3.8 хувь байсан бол хугацааны эцэст буюу 2030 онд 2.9 хувь болж буурахар тооцоолжээ.

Хүснэгт 5. Аялал жуулчлалын салбарын 2030 он хүртэлх таамаглал, бүс нутгаар

Бүс	Жуулчдын тоо (сая жуулчин)					Жилийн дундаж өсөлт (%)				
	Бодит тоо			Таамаглал		Бодит тоо		Таамаглал		
	1980	1995	2010	2020	2030	1980-'95	'95-2010	2010-'30, үүнээс		
								2010-'20	2020-'30	
Дэлхий	277	528	940	1360	1809	4.4	3.9	3.3	3.8	2.9
Хөгжингүй орнууд	194	334	498	643	772	3.7	2.7	2.2	2.6	1.8
Хөгжиж буй орнууд	83	193	442	717	1037	5.8	5.7	4.4	4.9	3.8
ДАЖБ-ын бүсийн ангилалаар										
Африк	7.2	18.9	50.3	85	134	6.7	6.7	5	5.4	4.6
Хойд Африк	4	7.3	18.7	31	46	4.1	6.5	4.6	5.2	4
Баруун болон төв африк	1	2.3	6.8	13	22	5.9	7.5	5.9	6.5	5.4
Зүүн африкийн орнууд	1.2	5	12.1	22	37	10.1	6.1	5.8	6.2	5.4
Өмнөд африк	1	4.3	12.6	20	29	10.1	7.4	4.3	4.5	4.1
Америк	62.3	109	149.7	199	248	3.8	2.1	2.6	2.9	2.2
Хойд Америк	48.3	80.7	98.2	120	138	3.5	1.3	1.7	2	1.4
Карибын тэнгисийн орнууд	6.7	14	20.1	25	30	5	2.4	2	2.4	1.7
Төв Америк	1.5	2.6	7.9	14	22	3.8	7.7	5.2	6	4.5
Өмнөд Америк	5.8	11.7	23.6	40	58	4.8	4.8	4.6	5.3	3.9
Ази, Номхон далай	22.8	82	204	355	535	8.9	6.3	4.9	5.7	4.2
Зүүн хойд Ази	10.1	41.3	111.5	195	293	9.9	6.8	4.9	5.7	4.2
Зүүн өмнөд Ази	8.2	28.4	69.9	123	187	8.7	6.2	5.1	5.8	4.3
Номхон далайн улсууд	2.3	8.1	11.6	15	19	8.7	2.4	2.4	2.9	2
Өмнөд Ази	2.2	4.2	11.1	21	36	4.3	6.6	6	6.8	5.3
Европ	177.3	304.1	475.3	620	744	3.7	3	2.3	2.7	1.8
Хойд европ	20.4	35.8	57.7	72	82	3.8	3.2	1.8	2.2	1.4
Баруун европ	68.3	112.2	153.7	192	222	3.4	2.1	1.8	2.3	1.4
Төв/Зүүн европ	26.6	58.1	95	137	176	5.3	3.3	3.1	3.7	2.5
Өмнөд европ	61.9	98	168.9	219	264	3.1	3.7	2.3	2.6	1.9
Ойрхи дорнод	7.1	13.7	60.9	101	149	4.5	10.5	4.6	5.2	4

Аялал жуулчлалын салбар нь дэлхийн эдийн засаг, байгаль орчин, нийгэм, соёл зэрэг үзүүлэлтүүдэд тодорхой хэмжээний нөлөө үзүүлдэг бөгөөд тус нөлөөллийг 4 бүлэгт хуваан үзэхээс гадна эерэг, сөрөг нөлөөлөл гэж ангилан авч үздэг. Үүнд:

1. Байгаль орчинд үзүүлэх нөлөөлөл

а. Эерэг нөлөөлөл:

- Хүрээлэн буй орчны чанар дээшлэх,
- Экотуризм,
- Орон нутгийн иргэдийн ухамсар сайжрах,
- Аялал, жуулчлалын бүс нутгийн санхүүжилт нэмэгдэх гэх мэт.

б. Сөрөг нөлөөлөл:

- Агаарын бохирдол,
- Усны бохирдол, хөрсний элэгдэл,
- Хог хаягдал,
- Биологийн төрөл зүйлийн хомсдол гэх мэт.

2. Эдийн засагт үзүүлэх нөлөөлөл

а. Эерэг нөлөөлөл:

- Гадаад валют олох,
- Гадаад худалдааны эргэлт нэмэгдэх,
- Ажил эрхлэлт нэмэгдэх,
- Үндэсний үйлдвэрлэлийн хөгжил гэх мэт.

б. Сөрөг нөлөөлөл:

- Үндэсний орлого тодорхой салбараас хараат болох,
- Үйлдвэрлэл зогсонги байдалд орох гэх мэт.

3. Нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлөл

а. Эерэг нөлөөлөл:

- Соёлын түвшин дээшлэх,
- Үндэсний ухамсар нэмэгдэх,
- Уламжлалт соёл хөгжих,
- Улс орныг гадаадад суртчилах гэх мэт.

б. Сөрөг нөлөөлөл:

- Нийгмийн зохистой хуваарь алдагдах,
- Харийн иргэд, харийн соёлыг хэт шүтэх,
- Нийгмийн сөрөг үзэгдлүүд нэмэгдэх гэх мэт.

4. Улс төрд үзүүлэх нөлөөлөл

а. Эерэг нөлөөлөл:

- Дэлхийн улсуудтай найрсаг харилцаатай байх,
- Олон улсын харилцаанд өөрийн байр суурийг эзлэх гэх мэт.

б. Сөрөг нөлөөлөл:

- Олон улсын чанартай гэмт хэрэг, терроризмын аюул,
- Даатгалгүй жуулчид гэх мэт.

1.2. МОНГОЛ УЛСЫН АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ

Дэлхийн улс орнууд даяарчилагдахын хэрээр түүнийг даган аялал жуулчлалын салбар эрчимтэй хөгжиж байна. Манай улс ч мөн адил хөгжлийг даган урагшилсаар байгаа билээ. Манай улсын аялал жуулчлалын салбарын хөгжил нь төвлөрсөн төлөвлөгөөт эдийн засгаас зах зээлийн эдийн засагт шилжсэнээр илүү хурдацтай болж ирсэн. Гадаад болон дотоодын судлаачид Монгол улс нь олон улсын тавцанд өрсөлдөхүйц үйлдвэрлэлийн таван салбарыг хөгжүүлэх боломжтой гэж үзсэн байдаг. Эдгээр таван салбарын нэг нь аялал жуулчлал юм. Аялал жуулчлалын салбар нь үл шавхагдах нөөцүүдийг ашиглан үлэмж хэмжээний орлого олох боломжтой. Тиймээс манай улс “Үндэсний хөгжлийн цогц бодлого”-доо эдийн засгийн үндсэн тулгуур, орлогын томоохон эх сурвалж нь аялал жуулчлал байх болно гэж заажээ.

“Монгол Улсын аялал жуулчлалын тухай” хуулийн 3.1.3–т аялал жуулчлалын бүс нутаг гэж Монгол улсад аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхэд тохирсон байгаль, түүх, соёлын нөөц бүхий газар нутаг байна гэж заасан байдаг билээ. Энэ дагуу Монгол улсын нутаг дэвсгэрт аялал жуулчлалын үндсэн зургаан бүсийг бий болгох боломжтой гэж зарим судлаачид үзсэн байдаг. Үүнд:

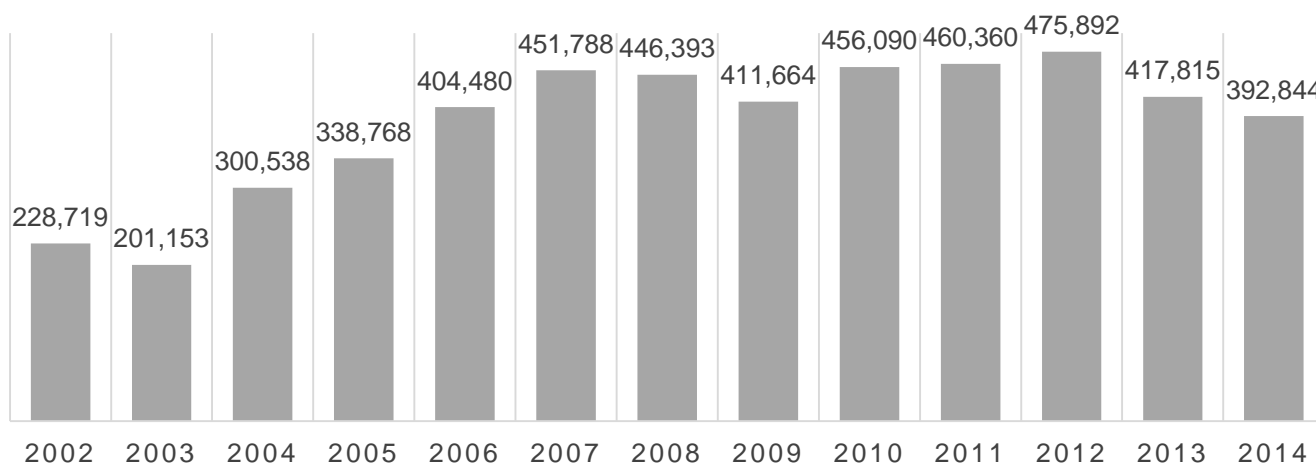
1. Цэнгэг устай нуур, байгалийн үзэсгэлэн бүхий Хөвсгөлийн бүс,
2. Түүх соёлын үнэт дурсгалууд бүхий Орхон голын бүс,
3. Эх газрын өвөрмөц, онгон байгаль, палеонтологийн олдвор, ховор ан амьтан бүхий Говийн бүс,
4. Чингис хааны түүхтэй холбоотой дурсгалт газрууд бүхий Хэнтийн бүс,
5. Олон ястны зан заншил, соёлын онцлог бүхий өндөр уулын бүсийн экосистемт Алтайн бүс,
6. Улаанбаатар хот орчмын бүс зэрэг болно.

Эдгээр бүсүүдэд тулгуурлан аялал жуулчлалын салбарыг хөгжүүлэх бодлогыг хэрэгжүүлж байгаа бөгөөд Монгол улсад аялал жуулчлал хөгжих суурь

болох ёстой гэж үздэг. Мөн аймаг бүр энэ баримтлалд тохируулан аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх хөтөлбөрүүд боловсруулан ажиллаж байгаа аж.

Монгол улс нь 2014 онд нийт 392,844 жуулчин хүлээн авч 253.8 ам.долларын орлого олсон байна.

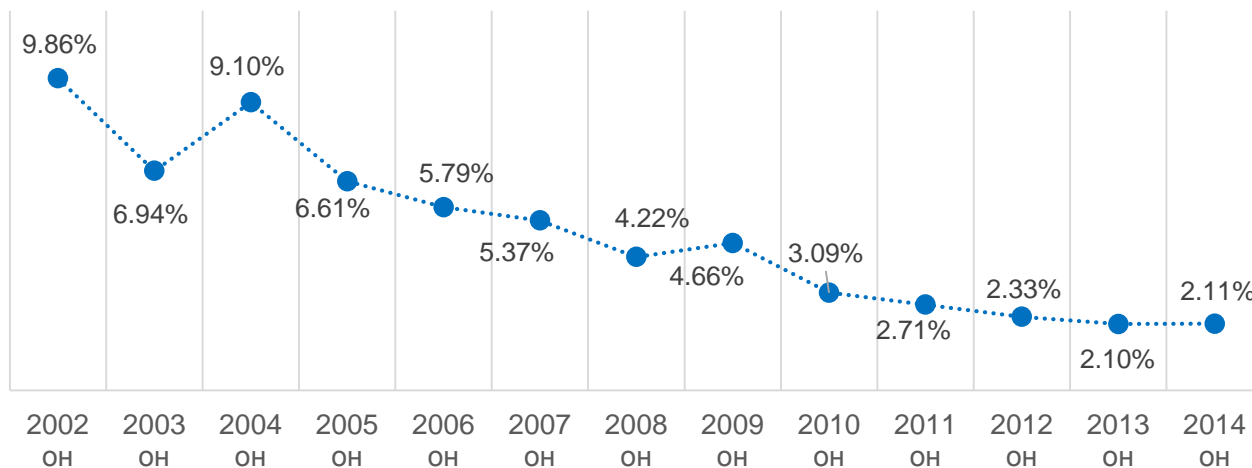
График 8. Монгол улсын хилээр орсон жуулчдын тоо, жилээр



Монгол улсад зочлон ирж буй жуулчдын тоо нь сүүлийн 10 жил харьцангуй тогтвортой өсөлттэй байсан бол, 2012 оноос хойш буюу сүүлийн 3 жил буурсан үзүүлэлттэй байгаа юм.

Тухайн салбарын эдийн засагт үзүүлж буй нөлөөлөл болон хөгжлийн түвшинг хэмжих нэгэн үзүүлэлт нь тухайн салбарын орлого дотоодын нийт бүтээгдэхүүний хичнээн хувийг бүрдүүлж байна вэ? гэсэн үзүүлэлт байдаг. Аялал, жуулчлалын салбарын эдийн засагт үзүүлж буй нөлөөллийг харъя.

График 9. ДНБ-д эзлэх аялал жуулчлалын салбарын орлого, хувиар



Дотоодын нийт бүтээгдэхүүнд эзлэх аялал жуулчлалын салбарын орлого нь харьцангуй тогтмол хэмжээгээр буурсан үзүүлэлттэй байгаа бөгөөд энэ нь манай улсын хилээр орж ирж буй жуулчдын тоотой урвуу хамааралтай юм. Өөрөөр хэлбэл, манай улсад ирж буй жуулчдын тоо илт буурч байгаа гэхээс илүүтэй бусад салбарын өсөлт тухайлбал уул уурхай гэх мэт салбарын нөлөөллөөс шалтгаалан эдийн засагт огцом өсөлт гарч жил бүр өсөж байсантай холбоотой.

Манай улсын аялал жуулчлалын салбарын суурь бүтээгдэхүүн нь онгон тагшин байгаль, Монголын уламжлалт соёл, ёс заншил бөгөөд нүүдлийн соёл, үзэсгэлэнт байгаль, Монгол улсын болон Чингис хааны түүх зэрэгт нь жуулчид хамгийн ихээр татагддаг. Монгол улсад ирж буй жуулчдын 70.0 орчим хувь нь үзэсгэлэнт байгалийг, 50.0 орчим хувь нь нүүдлийн соёл, уламжлалт ахуйг, 25.0 орчим хувь нь Монгол улсын түүх, Чингис хааны түүх, 15.0 орчим хувь нь адал явдалт аялал зэргийг сонирхдог. Үүнээс гадна зэрлэг ан амьтад, ан агнуур, загасчлал гэх мэт олон төрлийн зорилготой зочилдог байна.

Тэр дундаа Монголын эртний нийслэлийн туурь оршин буй Өвөрхангай болон Монгол говийн илэрхийлэл Өмнөговь аймагт жуулчдын гуравны нэг хэсэг нь заавал очдог бөгөөд Өвөрхангай аймагт ирсэн жуулчдын хувьд эртний нийслэл Хархорин, Эрдэнэзууд зочлон эртний гүрний түүхээр аялдаг, Өмнөговь аймагт зочлогчдын хувьд Ёлын ам, Хонгорын гол, Баянзаг гэх мэт байгалийн үзэсгэлэнг сонирхдог ажээ.

Зураг 2. Манай улсын аялал жуулчлалын голлох бүс нутаг



Жуулчдын хамгийн их очдог нутаг нь Өвөрхангай болон Өмнөговь аймгууд, түүний дараагаар нийт жуулчдын 20.0 хувь нь очдог буюу Хөвсгөл болон Архангай аймгууд оржээ. Архангай аймагт зочлогчдын хувьд Тэрхийн цагаан нуур орчмын байгалийн үзэсгэлэнг сонирхдог бол, Улаанбаатар хотын орчимд буюу Тэрэлжийн бүсэд Монголд зочилсон жуулчдын 20.0 орчим хувь очдог. Мөн Баян-Өлгий аймгийн хувьд Монголын аялал жуулчлалын чухал бүсүүдийн нэг бөгөөд ангийн отгууд байрладаг, адал явдалт аялал хийхэд тохиромжтой бүс нутаг юм. Хэнтий аймагт Чингис хаан, Монголын эзэнт гүрний түүхийг сонирхогч жуулчид илүү их зочлох хандлагатай байдаг бол, Дорнод аймгийн хувьд дорнод Монголын тал хээрийн экосистемийг сонирхсон жуулчид түлхүү аяладаг. Бусад аймгуудын хувьд гадаадын жуулчдыг хүлээн авах нь бага, жуулчдын сонирхолыг татах маркетингийн үйл ажиллагаа харьцангуй сул байна.

Зураг 3. Монголын аялал жуулчлалын сонирхлын бүс



Монгол улс нь дэлхийн аялал жуулчлалын бүсчиллийн дагуу зүүн хойд Азид багтдаг бөгөөд энэ бүсэд БНХАУ, Монгол, БНСУ, Япон, ОХУ-ын зүүн хэсгийн муж, автономит улсууд идэвхтэй үйл ажиллагаа явуулдаг. Үүнтэй холбоотой эдгээр бүс нутгийн улсын иргэд манай улсад ихэвчлэн ирж байна.

Манай улсад ирэх жуулчдыг улсаар нь жагсаан Хүснэгт 10-т хариуулсан бөгөөд БНХАУ-аас ирж буй жуулчид дийлэнх хувийг эзэлдэг. Энэ нь манай урд хөршөөс ажиллах хүч их орж ирдэгтэй холбоотой. Сүүлийн жилүүдэд БНХАУ, ОХУ, АНУ, Их Британи, Австрали улсуудаас ирэх жуулчдын тоо буурсан үзүүлэлттэй,

Япон, Казахстан, ХБНГУ-аас ирэх жуулчдын тоо нэмэгдсэн үзүүлэлттэй, харин БНСУ, Франц улсуудаас ирэх жуулчдын тоо тогтвортой байна.

Хүснэгт 6. Монгол улсын хилээр орсон жуулчдын тоо, *топ 10 улс*

Байр	Улсын нэр	2010	2011	2012	2013	2014
1	БНХАУ	193,730	200,010	228,547	178,326	157,561
2	ОХУ	121,647	102,738	83,707	74,468	73,055
3	БНСУ	42,231	43,994	44,360	45,178	45,476
4	Япон	14,140	14,988	17,119	18,178	18,282
5	АНУ	12,808	15,423	15,587	14,701	13,987
6	Казахстан	5,757	7,973	10,523	11,422	13,562
7	ХБНГУ	8,095	8,545	8,909	9,499	9,551
8	Франц	7,527	7,570	7,553	7,407	7,733
9	Их Британи	6,209	7,120	6,804	6,391	5,758
10	Австрали	5,443	7,093	7,480	6,765	5,118

Аялал жуулчлалын салбарт улирлын нөлөөлөл өндөр байдаг бөгөөд 1-3 сар буюу өвлийн улиралд жуулчдын тоо эрс буурч хавар, зун, намрын улиралд эрчимтэй өсдөг нь цаг агаарын нөхцөл, түүнтэй уялдсан амралт зугаалахад таатай орчинтой холбоотой. Манай улсад зун болон намрын улиралд хамгийн их жуулчид ирдэг. Тиймээс улирлын нөлөөллийг харгалзан үзэж улирал бүрт тохируулан аялал жуулчлалын бодлого боловсруулах нь чухал юм.

“Дэлхийн эдийн засгийн форум”-аас жил бүр аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индексийг тооцоолон гаргадаг бөгөөд 2015 онд 141 улсын аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индексийг тооцоолон гаргажээ. Үүнд Испани улс–5.31, Франц улс–5.24, ХБНГ–5.22, АНУ–5.12, Их Британи–5.12 гэсэн үзүүлэлтээр эхний таван байранд орсон бол, Монгол улс–3.31 гэсэн үзүүлэлтээр 99–т жагссан бөгөөд энэ нь өмнөх оноос 2 байраар урагшилсан үзүүлэлт юм.

Аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индексийг тухайн орны хүрээлэн буй орчин, харилцаа, дэд бүтэц, байгаль орчин, түүх соёлын дурсгалын үзүүлэлтүүдэд тулгуурлан гаргадаг.

Хүснэгт 7. Аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индекс, бүтцээр, зүүн өмнөд Ази, Номхон далайн орнууд

Улсын нэр	АЖ-ын өрсөлдөх чадварын индекс		Хүрээлэн буй орчны хүчин зүйлс				
	Бүс нутгийн индекс	Ерөнхий индекс	Бизнесийн орчин	Аюулгүй байдал	Эрүүл ахуй	Хүний нөөц, хөдөлмөрийн зах зээл	Мэдээллийн технологи, харилцаа холбоо
Австрали	1	7	5.04	6.24	6.14	4.72	5.73
Япон	2	9	5.12	6.05	6.13	5.2	6
Хонг Конг	4	13	6.08	6.31	6.41	5.3	6.22
Шинэ Зеланд	5	16	5.69	6.41	5.72	5.34	5.57
БНХАУ	6	17	4.25	5.47	5.29	5.2	4.15
БНСУ	8	29	4.44	5.45	6.36	4.81	5.97
Тайвань	9	32	5.27	6.03	6.13	5.1	5.41
Монгол	18	99	4.39	5.4	6.02	4.63	3.42
Дундаж			5.03	5.92	6.06	5.04	5.31
Стандарт хазайлт			0.65	0.42	0.39	0.28	0.99

маш хүчтэй чадавхитай
 хүчтэй чадавхитай
 дундаж чадавхитай
 сул чадавхитай
 маш сул чадавхитай

Манай орны хүрээлэн буй орчны хүчин зүйлсийн индексүүд нь нийтдээ дундаж чадавхитай байгаа бөгөөд үүнээс мэдээллийн технологи, харилцаа холбооны индекс нь 3.42 буюу сул чадавхитай гэсэн үзүүлэлттэй байна.

Хүснэгт 8. Аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индекс, бүтцээр, зүүн өмнөд Ази, Номхон далайн орнууд

Улсын нэр	Аялал жуулчлалын бодлого, нөөц боломж			Дэд бүтэц			Байгаль, соёлын хүчин зүйл	
	АЖ-ын зохион байгуулалт	ОУ-д ил тод байх	Үнийн өрсөлдөх чадвар	Агаарын тээвэр	Газрын тээвэр	Аялалын үйлчилгээ	Байгаль	Соёл, бизнес аялал
Австрали	4.81	4.04	3.06	5.8	3.69	5.44	5.31	5.13
Япон	5.44	4.16	3.75	4.54	5.29	4.11	3.94	5.92
Хонг Конг	5.63	3.78	3.59	5.42	6.45	4.05	3.63	2.58
Шинэ Зеланд	5.62	4.55	3.77	4.72	4.06	5.87	4.14	2.27
БНХАУ	4.73	2.52	5.1	4.27	3.91	3.04	5.05	6.44
БНСУ	4.52	3.6	4.06	4.05	5.06	4.33	2.34	4.85
Тайвань	4.41	4.07	5.04	3.4	5.4	4.05	3.01	3.25
Монгол	4.01	2.69	5.25	2.33	2.09	3.21	2.51	1.78
Дундаж	4.89	3.68	4.2	4.32	4.49	4.26	3.74	4.03
Стандарт хазайлт	0.6	0.72	0.82	1.1	1.34	0.98	1.1	1.78

маш хүчтэй чадавхитай
 хүчтэй чадавхитай
 дундаж чадавхитай
 сул чадавхитай
 маш сул чадавхитай

Харин манай улс дээрх үзүүлэлтүүдийн хувьд дундаж болон түүнээс доогуур чадавхитай гарчээ. Тэр дундаа дэд бүтцийн үзүүлэлтүүд буюу аялалын үйлчилгээ, тээврийн үйлчилгээ, байгаль, соёлын үзүүлэлтүүд нь хамгийн доогуур байгаа нь ажиглагдаж байна.

БҮЛЭГ 2. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН
НИЙСЛЭЛИЙН НИЙГЭМ, СОЁЛД
ҮЗҮҮЛЭХ НӨЛӨӨЛЛИЙН
СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

БҮЛЭГ 2. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН НИЙСЛЭЛИЙН НИЙГЭМ, СОЁЛД ҮЗҮҮЛЭХ НӨЛӨӨЛЛИЙН СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

2.1. СУДАЛГААНЫ ЗОРИЛГО

Улаанбаатар хотын хэмжээнд аялал жуулчлалын салбарын нийгэм болон соёлын салбарт үзүүлж буй нөлөөллийг судлахад судалгааны гол зорилго оршино.

2.2. СУДАЛГААНЫ ТҮҮВЭРЛЭЛТ, ХАМРАХ ХҮРЭЭ

Түүврийн хэмжээ

Түүврийн хэмжээ нь судалгаа болгоны онцлогоос шалтгаалан харилцан адилгүй байдаг. Гэвч тавигддаг гол шаардлага нь эх олонлогоо төлөөлөх чадвартай байх явдал бөгөөд дараах хүчин зүйлсийг анхаарч үзэх хэрэгтэй болдог. Үүнд:

- Цаг хугацаа, хөрөнгө санхүүгийн боломж,
- Судалгааны үр дүн нарийвчлалтай буюу бодитой байх шаардлага,
- Байж болох алдааны түвшин.

Ямар ч түүвэр судалгааны түүврийн хэмжээг тодорхойлоход ашиглах үндсэн томъёо өгөгдсөн байдаг (1). Түүврийн хэмжээг хүлээн зөвшөөрөх алдааны хязгаар буюу үр дүнгийн нарийвчлал болон үзэгдлийн тархалтын тохирох ач холбогдлын түвшинд нийцүүлэн тодорхойлно.

Судалгаанд шаардлагатай түүврийн хэмжээг дараах томъёогоор тооцно. Үүнд:

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{e^2} Deff \quad (1)$$

Хэрвээ эх олонлогийн хэмжээ мэдэгдэж байгаа тохиолдолд дээрх томъёоны дагуу тооцсон түүврийн хэмжээг дараах томъёоны дагуу шинэчлэн тооцно.

$$n^* = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}} \quad (2)$$

n –түүврийн хэмжээ,

Z –тодорхой хувийн ач холбогдолын түвшин дэх t статистикийн тархалтын утга,

p –түүврийн хэмжээг тодорхойлоход ашиглах түлхүүр үзүүлэлтийн хувийн жин,

e – судалгаанд дэвшүүлж байгаа хүлээн зөвшөөрөх алдааны хязгаар,
N – өгөгдсөн түүврийн хүрэн дэх эх олонлогийн хэмжээ.

Дээрх томъёоллын дагуу түүврийнхээ хэмжээг тодорхойлохын тулд эхлээд дээрх өгөгдсөн хувьсагчдын утгыг тодорхойлж өгөх шаардлагатай.

Z – 95 хувийн ач холбогдолын түвшин дэх *t* статистикийн тархалтын утга 1.96
p – хэрвээ судалгааны түлхүүр үзүүлэлтийн мэдээлэл өгөгдөөгүй үед тус үзүүлэлтийн хувийн жинг 50 хувиар авдаг. Бидний хувьд дараах байдалтай байна.

e – таамаглаж байгаа алдааны алдааны хязгаар буюу үр дүнгийн нарийвчлалын түвшинг практикт 5.0 хувийн харьцангуй болон абсолют алдаатай байхыг зөвшөөрөгдөхүйц хангалттай гэж үздэг.

Deff – кластерийн нөлөө байгаа үед энэ утгыг өмнө үеийн утгаар эсвэл өмнө нь ямар нэгэн ижил төстэй судалгаа явагдаж байгаагүй тохиолдолд 2-той тэнцүү байна гэж таамагладаг. Бидний тохиолдолд 1-тэй тэнцүү байна.

Хүснэгт 9. Түүврийн хэмжээ

№	Судалгааны нэр	Түүврийн нэгж	Хамрах хүрээ	Түүврийн хэмжээ
1	Иргэдийн болон жуулчдын түүвэр судалгаа	Монгол улсын иргэн	Улаанбаатар хотын иргэдээс насны хязгаарлалт хийж санамсаргүй түүврийн аргаар сонгосон иргэд	n=984 хүн
2	Аялал жуулчлалтай холбоотой үйл ажиллагаа явуулдаг үйлчилгээний газруудын нарийвчилсан судалгаа	Хувийн хэвшлийн аж ахуйн нэгж, байгууллагын удирдах албан тушаалтан	<ul style="list-style-type: none"> - Зочид буудал, - Жуулчны бааз, - Тур оператор, - Зоогийн газар, - Соёл урлаг, үзвэрийн газрууд 	n=50 нэгж

2.3. СУРГАЛТ, ТУРШИЛТ СУДАЛГАА, АСУУЛГЫН БҮТЭЦ

Бодитой мэдээлэл цуглуулах нэг үндсэн нөхцөл нь чанартай сургалт байдаг. Иймд судалгаа эхлэхийн өмнө судалгааны арга зүй, гарын авлага, түүвэрлэлт болон асуулгын хуудас, судалгааны ажлыг хэрхэн эхлүүлэх, хяналт хийх тухай судлаачдын сургалтыг зохион байгуулж ажилласан. Сургалтаар судалгааны мэдээлэл цуглуулах, түүвэр судалгаанд хамрагдах респондентуудаас асуух асуулгын хуудасны үндсэн агуулгыг ойлгуулах, судалгааны мэдээлэл цуглуулах үеийн арга зүй, техник, чанарын судалгааны удирдамж, чиглүүлэх асуудлуудын

мөн чанар, ойлголтуудын талаар нэгдмэл ойлголтод хүргэх зэрэг өргөн хүрээний асуудлуудыг багтаав.

Сургалт 2 өдөр үргэлжилсэн бөгөөд 2 дахь өдөр туршилт судалгааг Улаанбаатар хотын Хан-Уул, Сүхбаатар дүүрэгт зохион байгууллаа. Туршилт судалгаанд нийт 10 судлаач оролцож, нийтдээ 50 иргэн, 3 ААНБ–аас мэдээлэл цуглуулалт хийв.

Судалгааны асуулга нь дараах 2 үндсэн хэсэгт хуваагдана. Үүнд:

- Иргэдийн мэдээлэл
- Жуулчдад чиглэсэн үйл ажиллагаа явуулж буй ААНБ–ын мэдээлэл

Асуулгын хуудас үндсэн 3 бүлгийн 45 асуултаас бүрдэнэ. Үүнд:

1. Ерөнхий мэдээлэл–11 асуулт,
2. Аялал жуулчлалын салбарын нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлөл–28 асуулт,
3. Бусад–6 асуулт (Иргэдийн жуулчдад хандах хандлагын талаар).

2.4. СУДАЛГААНЫ ЗОХИОН БАЙГУУЛАЛТ

Тус судалгааг өрхөд суурилсан тоон судалгаа болон жуулчны чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулж буй ААНБ–ыг хамруулсан чанарын судалгаа /ганцаарчилсан ярилцлага/ -ы аргаар тус тус явууллаа.

Чанарын судалгааны мэдээлэл цуглуулалт

Чанарын судалгаа нь тоон судалгааны үр дүнг тайлбарлах, хоёр судалгааны үр дүнг харьцуулан дүгнэх боломжийг олгодог давуу талтай. Тус судалгааны ажлын нэг онцлог нь аялал жуулчлалын салбар нь нийслэл хотын нийгэм, соёлын байдалд хэрхэн нөлөөлж байгаа байдлыг тодорхойлоход оршиж байгаа юм. Иймд чанарын судалгааны мэдээллийг ганцаарчилсан ярилцлагын аргаар цуглуулах нь илүү үр дүнтэй гэж үзсэн. Ганцаарчилсан ярилцлагын хувьд аялагч, жуулчдын түлхүү үйлчлүүлдэг салбарыг хамруулан хийсэн бөгөөд тус салбарын удирдах албан тушаалтныг хамруулсан 50 хүнийг оролцуулсан.

Ганцаарчилсан ярилцлагад хамрагдах хүмүүсийг тодорхой чиглэлээр ангилан аж ахуйн нэгж, байгууллагуудын эрх бүхий албан тушаалтан (салбарынхаа талаар мэдлэг, мэдээлэлтэй, өөрийн компанийн үйл ажиллагааг

нарийн тодорхой мэддэг хүн)–уудаас сонгосон бөгөөд энэ нь чанарын судалгааны хамрах хүрээ болно. (ISIC) Үүнд:

- Зочид буудал,
- Зоогийн газар,
- Тур оператор,
- Жуулчны бааз,
- Соёл урлаг, үзвэрийн газар.

Тоон судалгааны мэдээлэл цуглуулалт

Бид судалгааны мэдээлэл цуглуулах үйл ажиллагаанд дараах зарчмыг баримтлан ажиллаа. Үүнд:

- Шинжлэх ухааны үндэслэлтэй, нэгдсэн арга зүйг ашиглах,
- Судалгаанд оролцогчдын мэдээллийн нууцлалыг хадгалах,
- Бүх ойлголт, тодорхойлолтууд нь оролцогч талуудад /тухайлбал, асуулга боловсруулагчид, мэдээлэл цуглуулагчид болон мэдээлэлд дүн шинжилгээ хийх ажилтнууд/ ойлгомжтой, тодорхой байх,
- Судалгаагаар цуглуулсан мэдээлэл нь зорилгодоо нийцсэн, үнэн зөв байх,
- Судалгааны үр дүн, тайлан нь тодорхой, ойлгомжтой, бодлого боловсруулахад хэрэглэгдэхүйц байх зэрэг болно.

Судалгааны мэдээлэл цуглуулах үйл ажиллагаа 2015 оны 07 дугаар сарын 03-нд эхэлж 7 хоног үргэлжилэн дуусав. Мэдээлэл цуглуулах үйл ажиллагаанд нийтдээ 15 судлаач ажилласан ба мэдээлэл цуглуулалтыг төлөвлөсөн хугацаанд хийж гүйцэтгэлээ.

Судалгааны мэдээлэл боловсруулалт

Мэдээлэл шивэлтийг статистик судалгааны CS Pro 5.0 программ ашиглан хийсэн. Мэдээлэл оруулах программыг АНУ-ын Тооллогын товчооны боловсруулсан тооллого түүвэр судалгааны CSPro багц программын сүүлийн хувилбарын мэдээлэл оруулах хэрэгсэл¹ болон мэдээллийг шалгах засварлах

¹ Мэдээлэл оруулах хэрэгсэл - (Data entry tools)

багцын тусламжтайгаар боловсруулав. Мэдээлэл оруулах үеийн шалгалтуудыг дараах байдлаар гүйцэтгэхээр программчилсан. Үүнд:

1. Мэдээлэл оруулах явцад хариулт орхигдохоос сэргийлэх үүднээс заавал хариулах асуулт бүр дээр хариултыг заавал оруулахыг сануулах (хэрэв тухайн асуултад үнэхээр хариулаагүй байх тохиолдолд алгасахаар),
2. Хариултад байхгүй код оруулах болон оруулсан утга нь тодорхой хязгаарт багтахгүй байх тохиолдолд анхааруулах,
3. Асуулт хоорондын энгийн уялдаа холбоо, үсрэлтийг автоматчилах.

Программын дагуу мэдээллийг оруулж дууссаны дараа CPro 5.0 программын алдааг илрүүлэх² хэрэгслийг ашиглан дараах шалгалтуудыг хийв. Үүнд:

1. Ердийн шалгалт: бүх асуулт бүрэн хариулагдсан эсэх болон үсрэлт зөв байгаа эсэхийг шалгах,
2. Үнэмшилтэй утгын шалгалт: Байж болох утгаас давсан онцгой утга байгаа эсэхийг шалгах,
3. Статистик анализад тулгуурлагдсан хамаарлын болон логик шалгалт: Утгуудын хоорондын уялдаа, логик холбоо, утгуудын нийлбэр нийт дүнтэй тэнцүү эсэхийг шалгах,
4. Мэдээлэл оруулах программын шалгалт: Үүнд ердийн шалгалт, үнэмшилтэй утга болон хамаарлын шалгалтууд хамаарна,
5. Мэдээлэл шалгах программын шалгалт: Мэдээлэл оруулах программын шалгалт ба бусад нэмэлт шалгалтууд болно.

Мэдээллийг оруулж дууссаны дараа CPro 5.0 программын өгөгдлийг хөрвүүлэх хэрэгслийг ашиглан SPSS³ 21.0 болон Microsoft excel программд хоёртын тооллын системд хөрвүүлэн мэдээллийн баазыг бэлтгэсэн ба уг баазаас энгийн давтамжуудын хүснэгтийг гаргаж, мэдээллийг дахин шалгаж холбогдох засвар, өөрчлөлтийг хийсэн.

² Алдааг илрүүлэх зорилго бүхий Batch edit хэрэгсэл ашигласан.

³ SPSS - Statistical Package for the Social Sciences

БҮЛЭГ 3. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН
НИЙСЛЭЛИЙН НИЙГЭМ, СОЁЛД
ҮЗҮҮЛЭХ НӨЛӨӨЛЛИЙН
СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

БҮЛЭГ 3. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН НИЙСЛЭЛИЙН НИЙГЭМ, СОЁЛД ҮЗҮҮЛЭХ НӨЛӨӨЛЛИЙН СУДАЛГААНЫ ДҮН

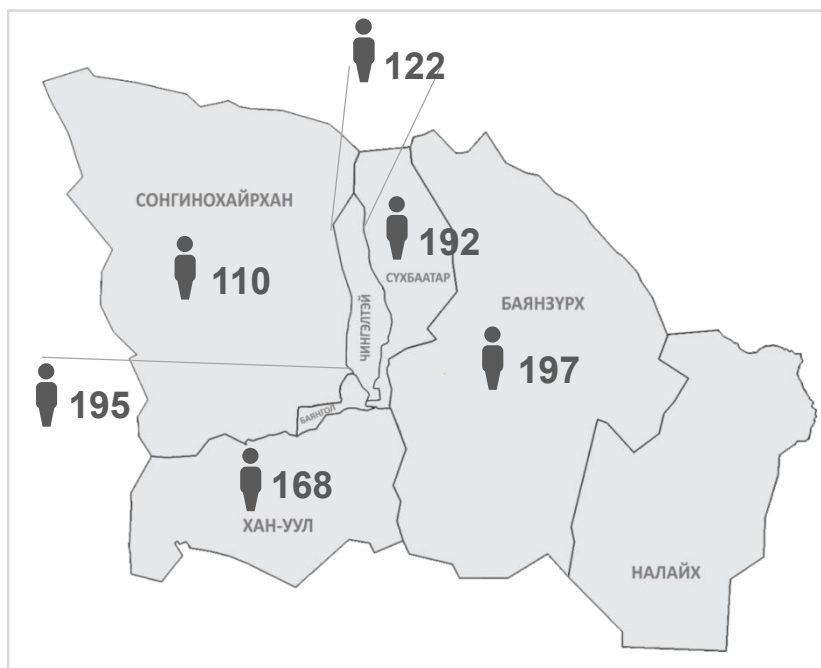
Жуулчид нь тухайн бүс нутагт аялж соёлын өв, түүх дурсгалт газрыг үзэж сонирхохын хамт тухайн газарт мэдлэг мэдээллийг түгээж, харилцан мэдээлэл солилцох суваг болж байдаг. Аливаа жуулчид тухайн бүс нутгийн соёлын байдалд төдийгүй, нийгмийн амьдралд гол нөлөөг үзүүлсээр ирсэн юм. Монгол улсын аялал жуулчлалын гол бүс нутаг нь нийслэл Улаанбаатар хот билээ. Дэд бүтцийн хөгжил, тээврийн хэрэгслийн сүлжээ зэрэгтэй холбоотой манай улсад аялж буй гадаад дотоодын иргэдийн дийлэнх хувь Улаанбаатар хотоор дамжин аялдаг. Монголд ирэх жуулчдын 98.0 хувь нь зөвхөн Улаанбаатар хотоор дамжин өнгөрдөг тул Улаанбаатар хотын орчимд Монгол улсын нийт жуулчны баазын ¼ нь байрлаж байна. Иймээс аялал жуулчлал нь нийслэл хотын өнгө төрх, иргэдийн амьдралын хэв маяг, соёлын байдалд тодорхой хэмжээгээр нөлөөлж байгаа нь дамжиггүй. Бид энэхүү судалгаагаар аялал жуулчлал нь нийслэл Улаанбаатар хотын нийгэм, соёлын байдалд хэрхэн нөлөөлж буй нөлөөллийг тодорхойлохыг зорьсон болно.

3.1. СУДАЛГААНД ОРОЛЦОГЧДЫН ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ

3.1.1 Судалгаанд оролцсон иргэдийн шинж байдал

Судалгааны мэдээлэл цуглуулалтыг Улаанбаатар хотын төвийн 6 дүүргийн нутаг дэвсгэрийн хэмжээнд зохион байгуулан явууллаа.

Зураг 4. Судалгаанд оролцсон иргэд, дүүргээр



Судалгаанд Улаанбаатар хотын төвийн 6 дүүргийн 984 иргэд хамрагдсан. Нийт хамрагдсан иргэдийг дүүргээр нь авч үзвэл Баянгол дүүрэгт 19.8 хувь, Баянзүрх дүүрэгт 20.0 хувь, Сонгинохайрхан дүүрэгт 11.2 хувь, Сүхбаатар дүүрэгт 19.5 хувь, Хан-Уул дүүрэгт 17.1 хувь, Чингэлтэй дүүрэгт 12.4 хувь нь тус тус оршин сууж байв.

Хүснэгт 10. Судалгаанд оролцсон иргэдийн мэдээлэл

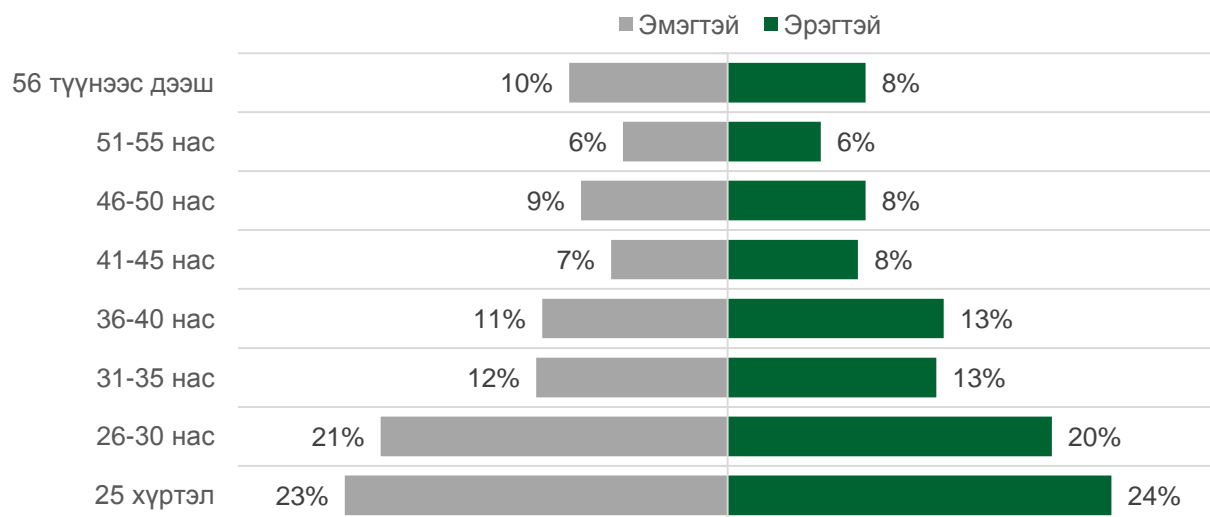
Дүүрэг	Ам бүлийн дундаж тоо	Эрэгтэй	Эмэгтэй	Эмэгтэйчүүдийн эзлэх хувь
Баянгол	3.8	88	107	54.9%
Баянзүрх	3.6	84	113	57.4%
Сонгинохайрхан	3.5	48	62	56.4%
Сүхбаатар	3.8	81	111	57.8%
Хан-Уул	3.8	76	92	54.8%
Чингэлтэй	3.7	61	61	50.0%
Дүн	3.7	438	546	55.5%

Судалгаанд оролцсон иргэдэд дараах шаардлагыг тавьсан. Үүнд:

- 18 болон түүнээс дээш насны байх,
- Улаанбаатар хотод 6 сараас дээш хугацаанд оршин сууж байгаа,
- Гэр бүлийн гишүүдээс зөвхөн нэг гишүүнийг хамруулах.

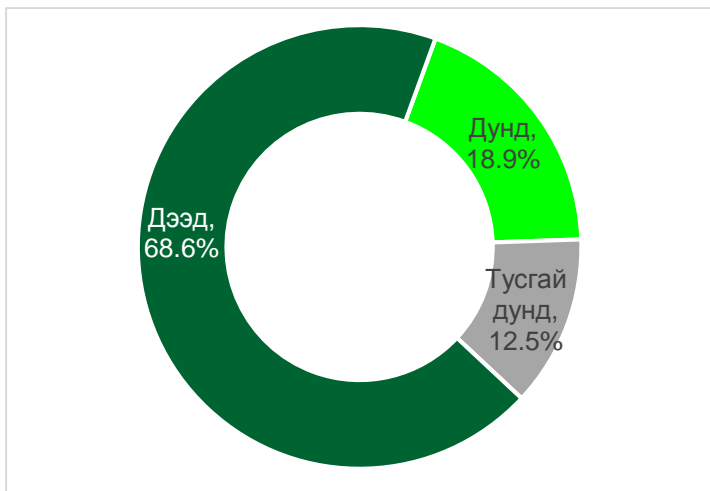
Судалгаанд оролцсон иргэдийн хувьд өрхийн дундаж ам бүлийн тоо 3.7 байгаа бөгөөд энэ нь манай улсын өрхийн ам бүлийн дундаж тоотой ойролцоо байгаа юм. Харин хүйсээр нь авч үзвэл 44.5 хувь буюу 438 нь эрэгтэйчүүд, 55.5 хувь буюу 546 нь эмэгтэйчүүд байна.

График 10. Судалгаанд оролцсон иргэдийн нас, хүйсийн бүтэц, хувиар



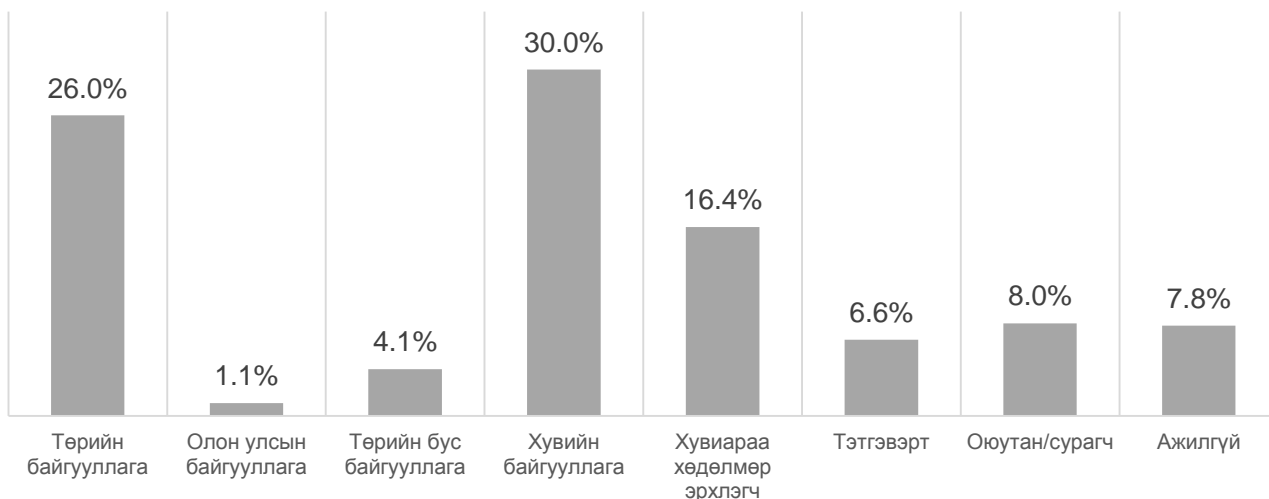
Насны бүлгээр авч үзвэл 18-25 хүртэлх насны хүн ам 23.5 хувь, 26-30 насны хүн ам 20.6 хувь, 31-40 насны хүн ам 24.2 хувь, 40 түүнээс дээш насны хүн ам 31.5 хувийг эзэлжээ. Хүйсийн хувьд эмэгтэйчүүдийн төлөөлөл арай өндөр хувьтай хамрагдав.

График 11. Судалгаанд оролцсон иргэдийн боловсролын түвшин, хувиар



Судалгаанд оролцсон иргэдийг боловсролын түвшингээр нь авч үзвэл 68.6% нь дээд, 12.5% нь тусгай дунд, 18.6% нь дунд боловсролтой иргэд байлаа.

График 12. Судалгаанд оролцсон иргэдийн ажил эрхлэлт, хувиар



Мөн иргэдийн хөдөлмөр эрхлэлтийн байдлыг авч үзье. Судалгаанд оролцсон иргэдийн 77.5% нь ажил хөдөлмөр эрхэлж байсан бол, 22.5% нь ажил хөдөлмөр эрхлээгүй иргэд байсан.

Нийт иргэдийн 31.2% нь төрийн байгууллага, олон улсын болон төрийн бус байгууллагад ажилладаг иргэд, 30.0% нь хувийн аж ахуйн нэгж, байгууллагад, 16.4% нь хувиараа хөдөлмөр эрхлэгч, 6.6% нь тэтгэвэрт, 8% нь оюутан/сурагч, 7.8% нь ажилгүй иргэд байна.

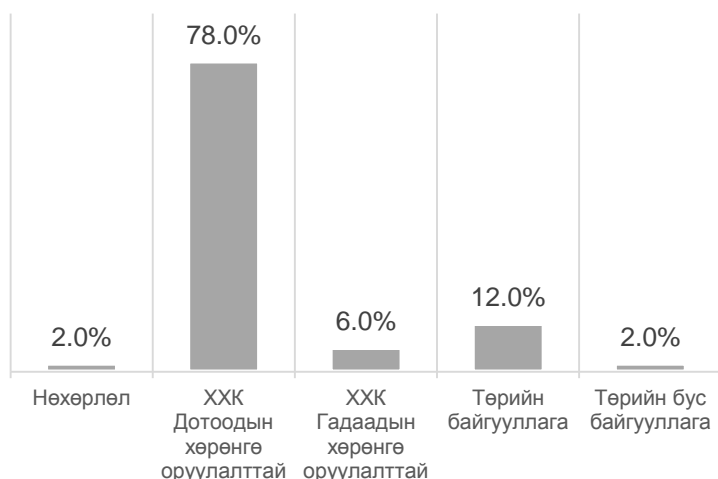
3.1.2 Судалгаанд оролцсон ААНБ–ын шинж байдал

Аялал жуулчлалтай холбоотой үйл ажиллагаа явуулдаг үйлчилгээний газруудын нарийвчилсан судалгаанд зочид буудал, жуулчны бааз, тур оператор, зоогийн газар, соёл урлаг, үзвэрийн газруудын төлөөллийг хамруулан нийт 50 ААНБ–аас ганцаарчилсан ярилцлагын судалгааг хийлээ.

Судалгаанд оролцсон аж ахуйн нэгж, байгууллагаас судалгааг авахад дараах зүйлсийг харгалзан үзсэн болно.

- Түүвэрт сонгогдсон ААНБ–ыг заавал хамруулах,
- Улаанбаатар хотод идэвхитэй үйл ажиллагаа явуулдаг байх,
- ААНБ–ын удирдах албан тушаалтныг судалгаанд хамруулах.

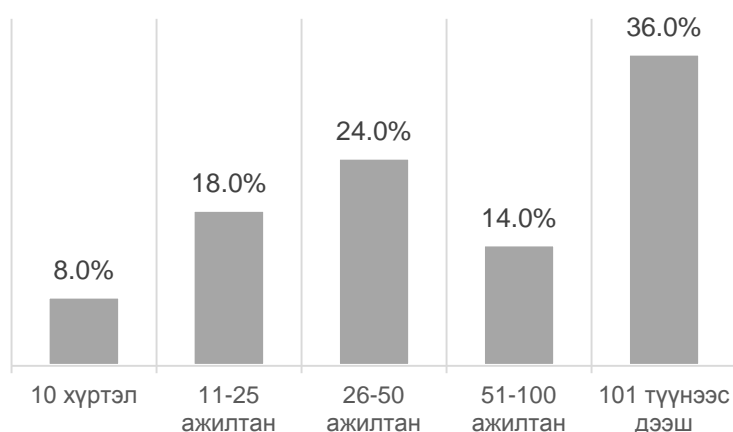
График 13. Судалгаанд оролцсон ААНБ–ын хариуцлагын хэлбэр



ААНБ–ын 84.0 хувь нь ХХК, 12.0 хувь нь төрийн байгууллага байв. Судалгаанд оролцсон ААНБ–ын 70.0 хувь нь зохион байгуулагч, дотоод ажил хариуцсан удирдах түвшний менежер нь хамрагдсан бол, 20.0 хувь нь захирал, 11.0 хувь нь санхүүгийн менежер,

11.0 хувь нь мэргэжилтний түвшний ажилтнууд байлаа.

График 14. Судалгаанд оролцсон ААНБ–ын ажилтны тоо



ААНБ–ын байгууллагын 36.0 хувь нь 101 болон түүнээс дээш тооны ажилтантай, 24.0 хувь нь 26-50 ажилтантай, 18.0 хувь нь 11-25 ажилтантай, 14.0 хувь нь 51-100 ажилтантай байв.

3.2. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН НИЙСЛЭЛИЙН НИЙГЭМ, СОЁЛД ҮЗҮҮЛЭХ НӨЛӨӨЛӨЛ

Аялал жуулчлалын салбарын нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөллийг тооцохын тулд судалгаанд оролцогчдоос нийгэм, соёлын үзүүлэлт бүхий нөлөөллийн жагсаалтыг шалгаж асуулаа. Иргэдийн судалгаанд нийтдээ нийгмийн нөлөөллийн 15 асуулт, соёлын нөлөөлийн 13 асуулт, нийт 28 асуулт, ААНБ–ын судалгаанд байгууллагын үйл ажиллагаа болон нийгэм, соёлын нөлөөллийг багтаасан 15 асуулт бүхий үзүүлэлтүүдийг нэг бүрчлэн асуусан. Нийслэлийн нийгэм, соёлын салбарт нөлөөлж буй нөлөөллийг тооцоолохын тулд оролцогчдоос эхний ээлжинд нөлөөлдөг эсэхийг тодруулаад, дараа нь хэрхэн нөлөөлдөг талаар нэмж асуусан болно. Аялал жуулчлал нь тухайн хүчин зүйлд нөлөөлдөг гэж хариулсан оролцогчдоос нөлөөллийн үнэлгээг дараах байдлаар хийлээ. Үүнд:

- Маш сайнаар /маш эерэг/ нөлөөлдөг +2
- Сайнаар /эерэг/ +1
- Дундаж түвшинд нөлөөлдөг 0
- Муугаар /сөрөг/ нөлөөлдөг -1
- Маш муугаар нөлөөлдөг -2

3.2.1 Иргэдийн судалгааны үр дүн

Нийгэм, соёлын байдалд нөлөөлөх нөлөөллийн хувьд судалгаанд оролцсон нийт иргэдийн 75.0 хувь нь нөлөөлдөг, 16.4 хувь нөлөөлдөггүй, 8.6 хувь нь мэдэхгүй хэмээжээ. Нийгмийн 15 асуултын хувьд 69.9 хувь нь нөлөөлдөг гэж хариулсан бол, соёлын үзүүлэлтийн хувьд 13 асуултад 80.8 хувь нь нөлөөлдөг гэж хариулсан байна.

График 15. Нөлөөллийн ерөнхий үнэлгээ

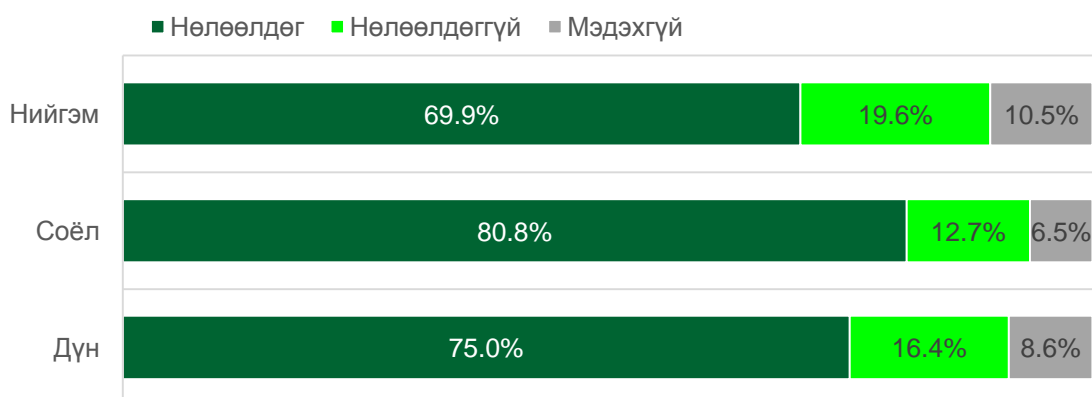
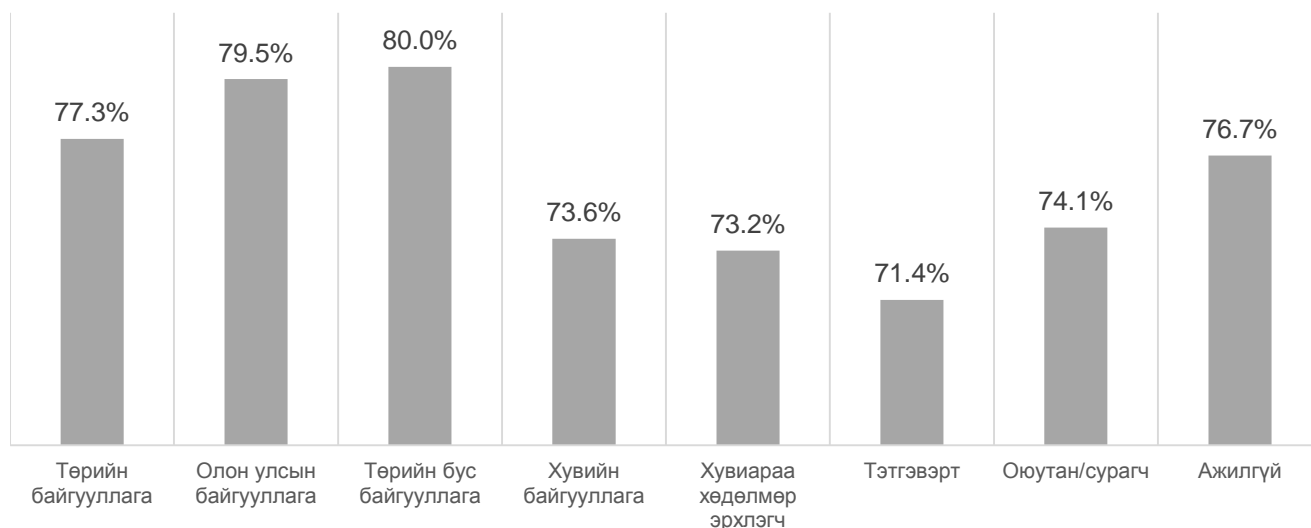


График 15–аас харахад аялал жуулчлалын салбар нь соёлын салбарт түлхүү нөлөөлдөг гэж иргэд үзэж байна. Хүйсээр авч үзвэл төдийлэн ялгаа харагдахгүй байгаа бөгөөд судалгаанд хамрагдсан эрэгтэйчүүдийн 75.5 хувь, эмэгтэйчүүдийн 74.5 хувь нь нөлөөлж байна хэмээжээ.

График 16. Аялал жуулчлалын нийгэм, соёлын байдалд нөлөөлөх нөлөөллийн хувь, хөдөлмөр эрхлэлтээр



Хөдөлмөр эрхлэлтийн байдлаар авч үзэхэд төрийн болон төрийн бус байгууллага, олон улсын байгууллагын ажилтнууд аялал жуулчлалын салбар нь нийслэлийн нийгэм, соёлын байдалд нөлөө ихтэй гэж үзсэн бол, тэтгэвэрт байдаг иргэд бусадтай харьцуулахад бага нөлөөтэй гэж хариулсан байна. Насны бүлгээр харахад төдийлэн ялгаа ажиглагдахгүй байсан ба 20 хүртэлх болон 60 түүнээс дээш насны иргэд бусад насны бүлгийн иргэдтэй харьцуулахад нөлөө багатай гэж үзсэн, харин бусад насны бүлгийнхэн жигд хандлагатай байв.

Судалгаанд оролцсон 984 иргэд тус бүрээс нийгэм, соёлын 28 дэд үзүүлэлт тус бүрээр нөлөөллийн талаар тодрууллаа.

Нийт 28 дэд үзүүлэлтүүдээс аялал жуулчлал нь хамгийн их нөлөөлдөг асуудал нь зочид буудал, зоогийн газар, худалдаа үйлчилгээний чанар, хүртээмж гэж иргэдийн 92.0 хувь нь үзжээ. Харин үйлчилгээний соёлд нөлөөлдөг гэж 88.3 хувь, гар урлал, бэлэг дурсгалын зүйлсийн чанар, хүртээмжид нөлөөлдөг гэж 88.2 хувь нь үзсэн байна. Нийт 28 дэд үзүүлэлтүүдээс 11 үзүүлэлт 80.0 хувиас дээш үнэлгээ авсан юм.

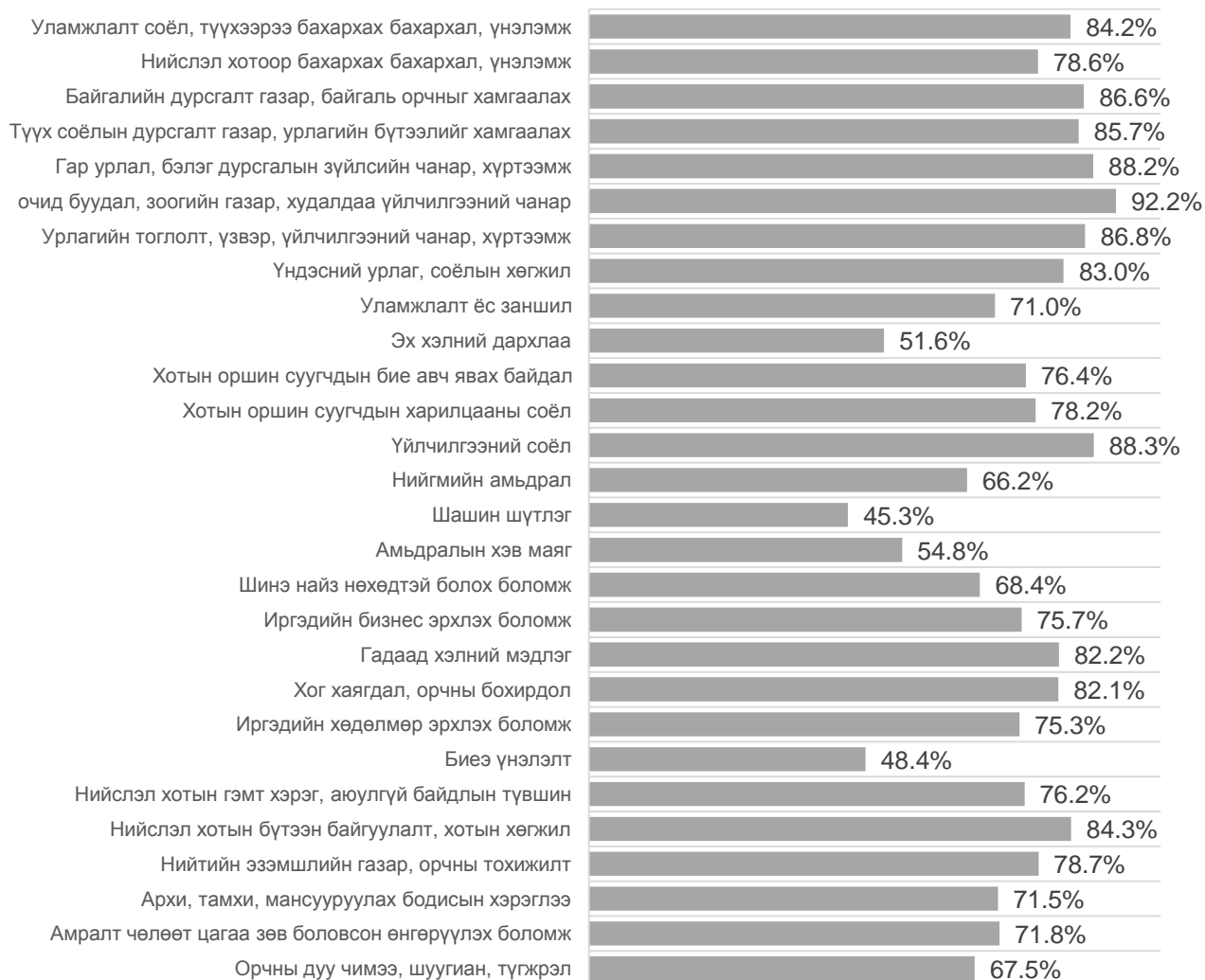
Хүснэгт 11. Нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлийн үзүүлэлт

Үзүүлэлт	Нөлөөлдөг		Нөлөөлдөггүй		Мэдэхгүй	
	тоо	хувь	тоо	хувь	тоо	хувь
Нийгмийн үзүүлэлт						
Орчны дуу чимээ, шуугиан, түгжрэл	664	67.5	268	27.2	52	5.3
Амралт чөлөөт цагаа зөв боловсон өнгөрүүлэх боломж	707	71.8	230	23.4	47	4.8
Архи, тамхи, мансууруулах бодисын хэрэглээ	704	71.5	188	19.1	92	9.3
Нийтийн эзэмшлийн газар, орчны тохижилт	774	78.7	152	15.4	58	5.9
Нийслэл хотын бүтээн байгуулалт, хотын хөгжил	830	84.3	99	10.1	55	5.6
Нийслэл хотын гэмт хэрэг, аюулгүй байдлын түвшин	750	76.2	147	14.9	87	8.8
Биеэ үнэлэлт	476	48.4	197	20.0	311	31.6
Иргэдийн хөдөлмөр эрхлэх боломж	741	75.3	141	14.3	102	10.4
Хог хаягдал, орчны бохирдол	808	82.1	154	15.7	22	2.2
Гадаад хэлний мэдлэг	809	82.2	100	10.2	75	7.6
Иргэдийн бизнес эрхлэх боломж	745	75.7	125	12.7	114	11.6
Шинэ найз нөхөдтэй болох боломж	673	68.4	182	18.5	129	13.1
Амьдралын хэв маяг	539	54.8	317	32.2	128	13.0
Шашин шүтлэг	446	45.3	367	37.3	171	17.4
Нийгмийн амьдрал	651	66.2	221	22.5	112	11.4
Соёлын үзүүлэлт						
Үйлчилгээний соёл	869	88.3	90	9.1	25	2.5
Хотын оршин суугчдын харилцааны соёл	769	78.2	157	16.0	58	5.9
Хотын оршин суугчдын бие авч явах байдал	752	76.4	178	18.1	54	5.5
Эх хэлний дархлаа	508	51.6	318	32.3	158	16.1
Уламжлалт ёс заншил	699	71.0	223	22.7	62	6.3
Үндэсний урлаг, соёлын хөгжил	817	83.0	127	12.9	40	4.1
Урлагийн тоглолт, үзвэр, үйлчилгээний чанар, хүртээмж	854	86.8	85	8.6	45	4.6
Зочид буудал, зоогийн газар, худалдаа үйлчилгээний чанар	907	92.2	35	3.6	42	4.3
Гар урлал, бэлэг дурсгалын зүйлсийн чанар, хүртээмж	868	88.2	79	8.0	37	3.8
Түүх соёлын дурсгалт газар, урлагийн бүтээлийг хамгаалах	843	85.7	70	7.1	71	7.2

Байгалийн дурсгалт газар, байгаль орчныг хамгаалах	852	86.6	69	7.0	63	6.4
Нийслэл хотоор бахархах бахархал, үнэлэмж	773	78.6	112	11.4	99	10.1
Уламжлалт соёл, түүхээрээ бахархах бахархал, үнэлэмж	829	84.2	83	8.4	72	7.3

Хүснэгт 11–ээс харахад нийгмийн салбарын үзүүлэлтүүдээс нийслэл хотын бүтээн байгуулалт, хотын хөгжил, иргэдийн гадаад хэлний мэдлэг, хог хаягдал, орчны бохирдол илүү нөлөө үзүүлдэг гэж үзсэн бол, биеэ үнэлэлт, шашин шүтлэг зэрэг үзүүлэлтүүдэд бусад үзүүлэлтээс бага нөлөө үзүүлдэг байна. Харин соёлын салбарын үзүүлэлтүүдийн хувьд зочид буудал, зоогийн газар, худалдаа үйлчилгээний чанар, үйлчилгээний соёл, гар урлал, бэлэг дурсгалын зүйлсийн чанар, хүртээмж зэрэг ихэнх үзүүлэлтүүдэд нөлөөтэй гэж үзсэн бол, эх хэлний дархлаа, уламжлалт ёс заншил зэрэгт нөлөө бага гэжээ.

График 17. Нийгэм, соёлын үзүүлэлтэд үзүүлэх нөлөөлийн хувь



Нөлөөллийн үнэлгээ

Нийгэм, соёлын сонгож авсан 28 дэд үзүүлэлтүүдээс иргэдийн ажил, амьдралд нөлөөлдөг гэсэн үзүүлэлт бүрээр нөлөөллийн үнэлгээг хийлгэсэн тухай дээр дурьдсан билээ. Иргэдийн бодлоор аялал жуулчлалын салбар нь өөрсдийнх нь амьдралд хэрхэн нөлөө үзүүлж байгаа талаарх үнэлгээний оноог /-2, +2/ арифметик жигнэсэн дунджаар тооцоолон үнэлгээний коэффициентийг тооцооллоо.

$$K_{SC} = \frac{\sum_{i=1}^n s_i n_i + \sum_{i=1}^m c_m n_m}{\sum_{i=1}^{n+m} n_{n+m}}$$

K_{SC} – Нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөллийн коэффициент

s_i – Нийгмийн үзүүлэлтэд үзүүлэх нөлөөлөл

c_i – Соёлын үзүүлэлтэд үзүүлэх нөлөөлөл

n_i – Үзүүлэлтүүдийн давтамж

Нийгэм болон соёлын байдал нь тухайн орон нутгийн иргэдийн амьдралын өдөр тутмын үйл ажиллагааны салшгүй хэсэг ба тиймээс иргэд өөрсдийн байр сууринаас дүгнэлтээ хийж харилцан адилгүй үнэлгээг өгч байлаа.

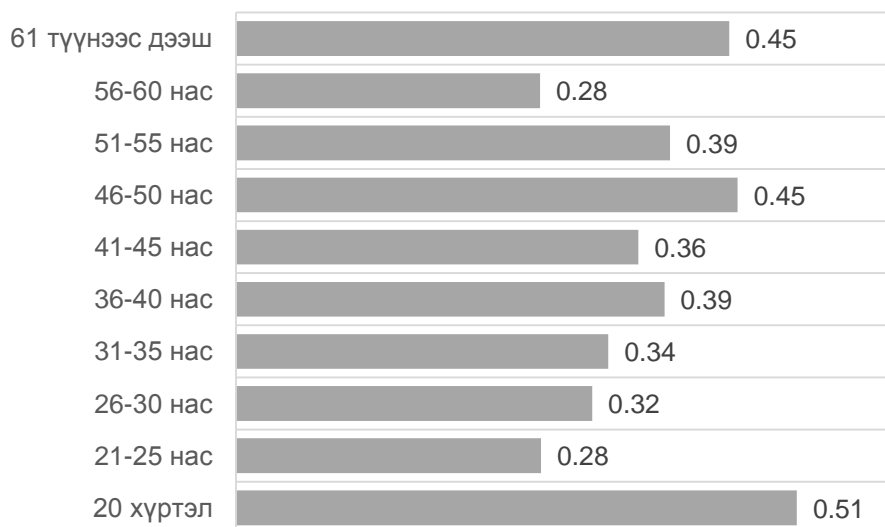
График 18. Нөлөөллийн ерөнхий үнэлгээ



Судалгаанд оролцсон иргэд аялал жуулчлалын салбар нь нийслэлийн нийгэм, соёлын салбарт эерэгээр нөлөөлж байна гэж үзэж байна.

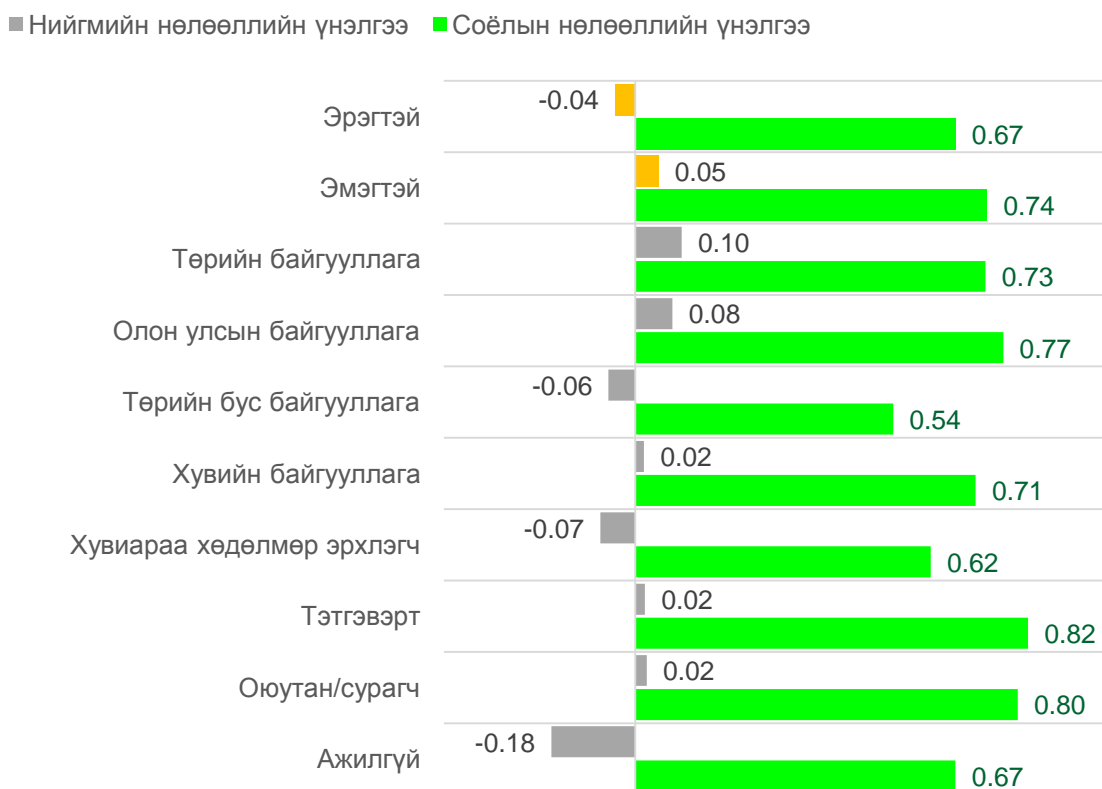
Нийгмийн болон соёлын үзүүлэлтүүдийг салган авч үзвэл соёлын байдалд нөлөөлөх нөлөөлөл 1 рүү дөхсөн буюу сайн үр дүн гарсан бол, харин нийгмийн байдалд 0 рүү дөхсөн үнэлгээг өгчээ. Энэ нь нийгмийн салбарт эерэг, сөрөг нөлөөллийг аль алиныг нь үзүүлж байгаа ба ерөнхий дундаж түвшинд хадгалагдаж байна гэж ойлгож болно. Харин соёлын түвшинд сөрөг нөлөө байхгүй эерэг нөлөө үзүүлдэг гэж иргэд үзлээ.

График 19. Нөлөөлийн ерөнхий үнэлгээ, насны бүлгээр



Нийгэм соёлд үзүүлэх аялал жуулчлалын салбарын нөлөөллийг насны бүлгээр харъя. Бүх насны бүлгийнхэн эерэгээр буюу сайнаар нөлөөлж байна гэж үзсэн. 20 хүртэлх нас, 45-50 нас, 61 болон түүнээс дээш насны бүлгийн иргэд бусдаас өндрөөр үнэлж байв. Харин 21-25 нас болон 56-60 насны иргэд бусдаас арай доогуур түвшинд үнэлжээ.

График 20. Нийгэм болон соёлын нөлөөллийн үнэлгээ, хүйс, хөдөлмөр эрхлэлтээр



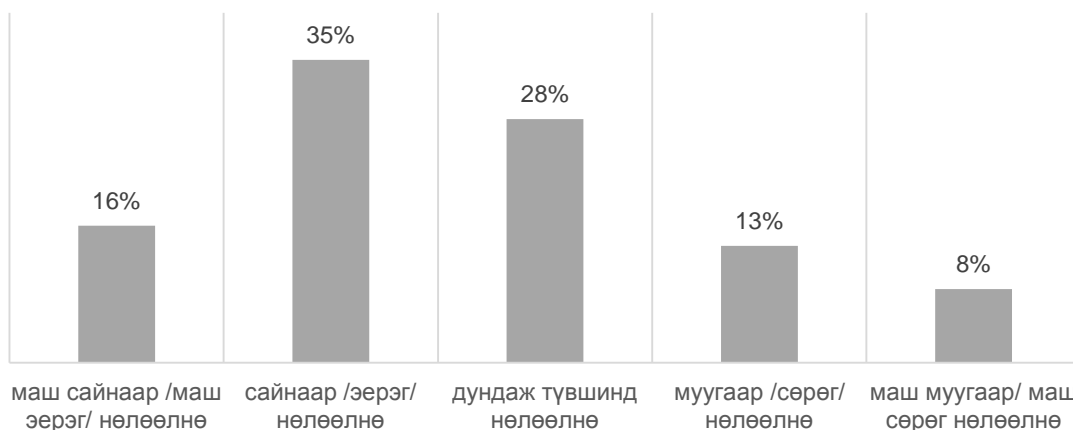
Нийгэм, соёлын үзүүлэлтэд өгсөн иргэдийн үнэлгээг хүйс болон хөдөлмөр эрхлэлтийн байдлаар мөн авч үзье. Соёлын үзүүлэлтүүдэд бүгд эерэг хандлагатай байсан бол нийгмийн зарим үзүүлэлтүүдэд сөрөг үнэлгээг өгсөн байна. Эрэгтэйчүүд болон төрийн бус байгууллагад ажиллагчид, хувиараа хөдөлмөр эрхлэгчид, ажилгүй иргэд аялал жуулчлал нь нийгэмд сөрөг нөлөөг үзүүлдэг хэмээжээ.

График 21. Нийгэм болон соёлын нөлөөллийн үнэлгээ, насны бүлгээр



Насны бүлгийн хувьд 21-35 нас, 41-45 нас, 56-60 насны иргэд аялал жуулчлал нь нийгмийн амьдралд сөрөг нөлөөг үзүүлдэг гэсэн бол, бусад насны бүлгийн иргэд нийгэм болон соёлын нөлөөллийг эерэг, сайн нөлөөтэй хэмээв.

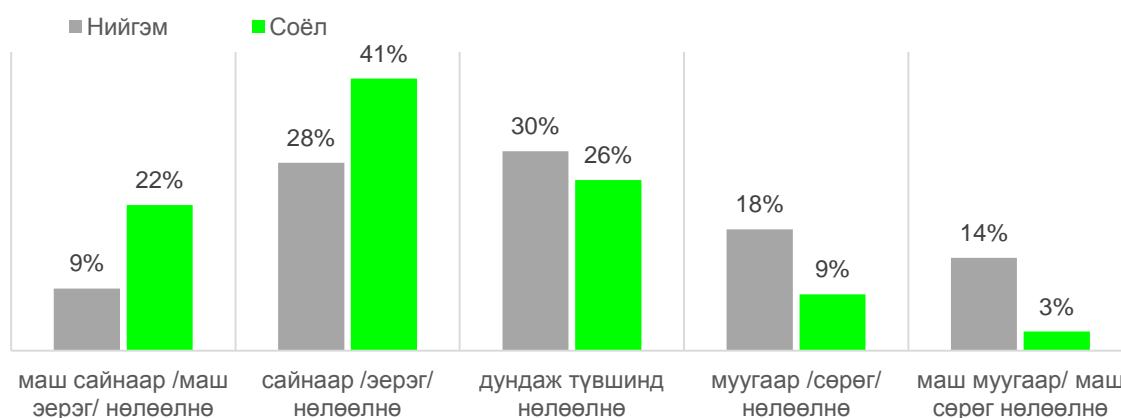
График 22. Аялал жуулчлалын салбарын ийгэм, соёлд үзүүлж буй нөлөөлөл



Иргэд нийгэм, соёлын 28 үзүүлэлтийн тухайд 21.0 хувь нь муугаар нөлөөлдөг, 28.0 хувь нь дундаж түвшинд 51.0 хувь нь сайнаар нөлөөлж байна хэмээсэн байна.

Иргэдийн амьдарч буй хүрээлэн буй орчин, нийгмийн нөхцөл байдалд аялал жуулчлал нь маш сөрөг нөлөө үзүүлдэг гэж судалгаанд оролцогчдын 14.0 хувь нь үзсэн бол, эсрэгээр соёлын салбарт маш сайн нөлөө үзүүлж байна гэж 22.0 хувь нь хариулав.

График 23. Нийгэм, соёлд үзүүлж буй нөлөөлөл, харьцуулсан байдлаар



Нийгмийн салбараас илүү соёлын салбарт аялал жуулчлал нь маш сайн нөлөөг үзүүлж байгаа нь иргэдийн үзэл бодлоос харагдаж байлаа. Манай улсад ирж буй гадаадын жуулчдын үзэж сонирхдог гол зүйл нь үндэсний соёл, урлаг, музей, түүх соёлын дурсгалт газрууд байдаг ба үүнтэй холбоотой эдгээр салбарын хөгжил иргэдэд мэдрэгдэж ирсэнтэй холбоотой. Нөгөө талаар бидний амьдарч буй нийгэм, хүрээлэн буй орчинд элдэв сөрөг үзэгдэл байсаар байгаа нь иргэдийн үнэлгээнд нөлөөлсөн байх талтай юм.

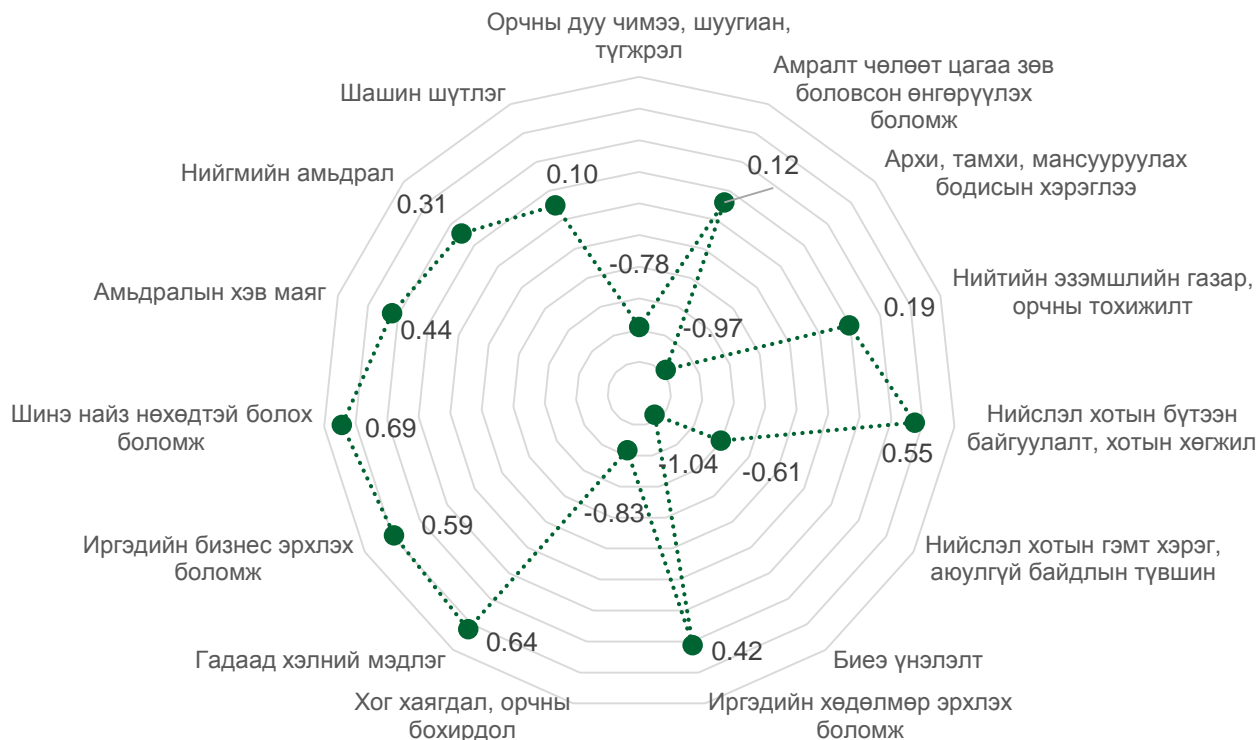
Аялал жуулчлал нь нийслэл хотын нийгэм, соёлын байдалд үзүүлж буй нөлөөг үзүүлэл тус бүрээр авч үзье.

Иргэдийн бодлоор уламжлалт соёл, түүхээрээ бахархах бахархал, үнэлэмж, үндэсний урлаг, соёлын хөгжил, гар урлал, бэлэг дурсгалын зүйлсийн чанар хүртээмж зэрэг үзүүлэлтүүд аялал жуулчлалын салбарын нөлөөгөөр маш сайн хөгжиж байна гэж үзсэн байна.

Хүснэгт 12. Нийгэм, соёлд нөлөөлж буй нөлөөллийн үнэлгээний коэффициент, үзүүлэлт тус бүрээр

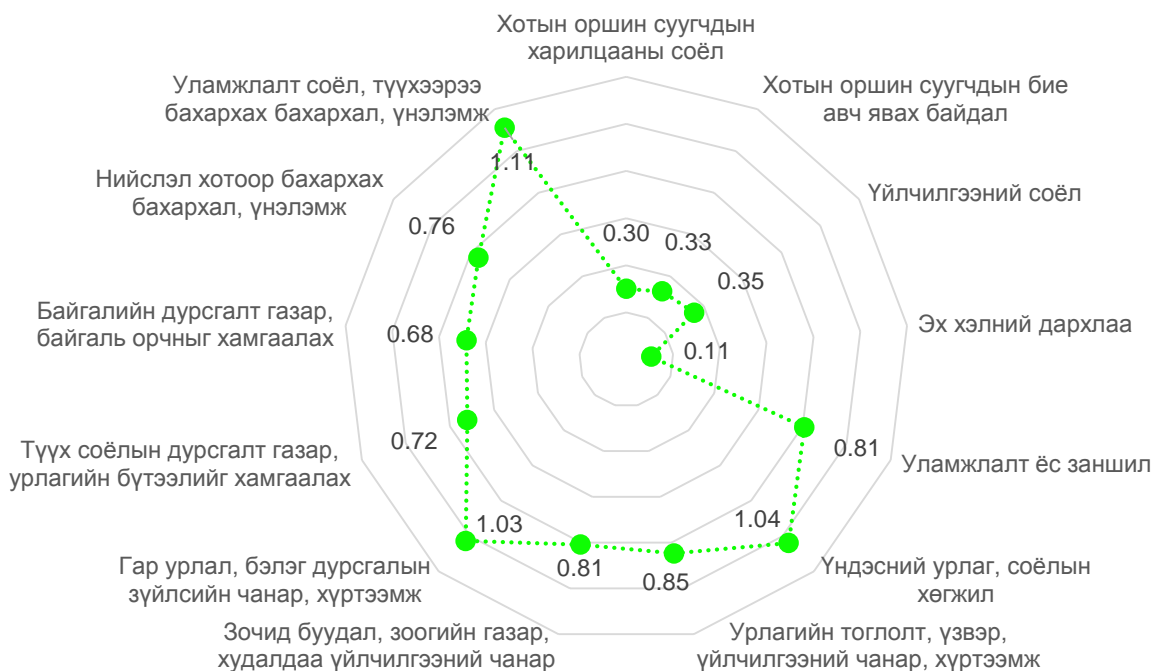
Үзүүлэлт	Дундаж үнэлгээ	Нөлөөллийн хувь
Уламжлалт соёл, түүхээрээ бахархах бахархал, үнэлэмж	1.11	84.2
Үндэсний урлаг, соёлын хөгжил	1.04	83.0
Гар урлал, бэлэг дурсгалын зүйлсийн чанар, хүртээмж	1.03	88.2
Урлагийн тоглолт, үзвэр, үйлчилгээний чанар, хүртээмж	0.85	86.8
Уламжлалт ёс заншил	0.81	71.0
Зочид буудал, зоогийн газар, худалдаа үйлчилгээний чанар	0.81	92.2
Нийслэл хотоор бахархах бахархал, үнэлэмж	0.76	78.6
Түүх соёлын дурсгалт газар, урлагийн бүтээлийг хамгаалах	0.72	85.7
Шинэ найз нөхөдтэй болох боломж	0.69	68.4
Байгалийн дурсгалт газар, байгаль орчныг хамгаалах	0.68	86.6
Гадаад хэлний мэдлэг	0.64	82.2
Иргэдийн бизнес эрхлэх боломж	0.59	75.7
Нийслэл хотын бүтээн байгуулалт, хотын хөгжил	0.55	84.3
Амьдралын хэв маяг	0.44	54.8
Иргэдийн хөдөлмөр эрхлэх боломж	0.42	75.3
Үйлчилгээний соёл	0.35	88.3
Хотын оршин суугчдын бие авч явах байдал	0.33	76.4
Нийгмийн амьдрал	0.31	66.2
Хотын оршин суугчдын харилцааны соёл	0.30	78.2
Нийтийн эзэмшлийн газар, орчны тохижилт	0.19	78.7
Амралт чөлөөт цагаа зөв боловсон өнгөрүүлэх боломж	0.12	71.8
Эх хэлний дархлаа	0.11	51.6
Шашин шүтлэг	0.10	45.3
Нийслэл хотын гэмт хэрэг, аюулгүй байдлын түвшин	-0.61	76.2
Орчны дуу чимээ, шуугиан, түгжрэл	-0.78	67.5
Хог хаягдал, орчны бохирдол	-0.83	82.1
Архи, тамхи, мансууруулах бодисын хэрэглээ	-0.97	71.5
Биеэ үнэлэлт	-1.04	48.4

График 24. Нийгмийн нөлөөллийн үнэлгээ, үзүүлэлтээр



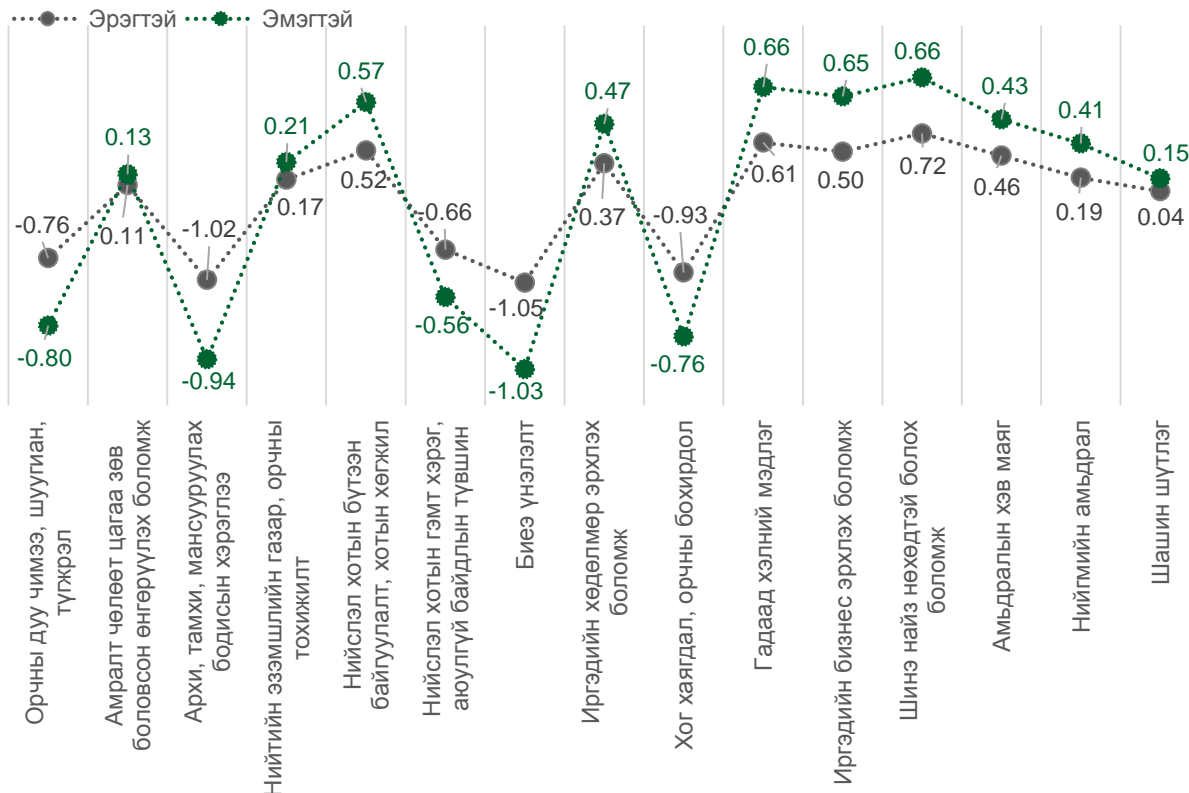
Нийгмийн салбарт нөлөөлж буй нөлөөллийг харахад шинэ найз нөхөдтэй болох, гадаад хэлний мэдлэг, иргэдийн бизнес эрхлэх боломж болон нийслэл хотын бүтээн байгуулалт, хотын хөгжилд сайн үр нөлөөтэй гэжээ.

График 25. Соёлын нөлөөллийн үнэлгээ, үзүүлэлтээр



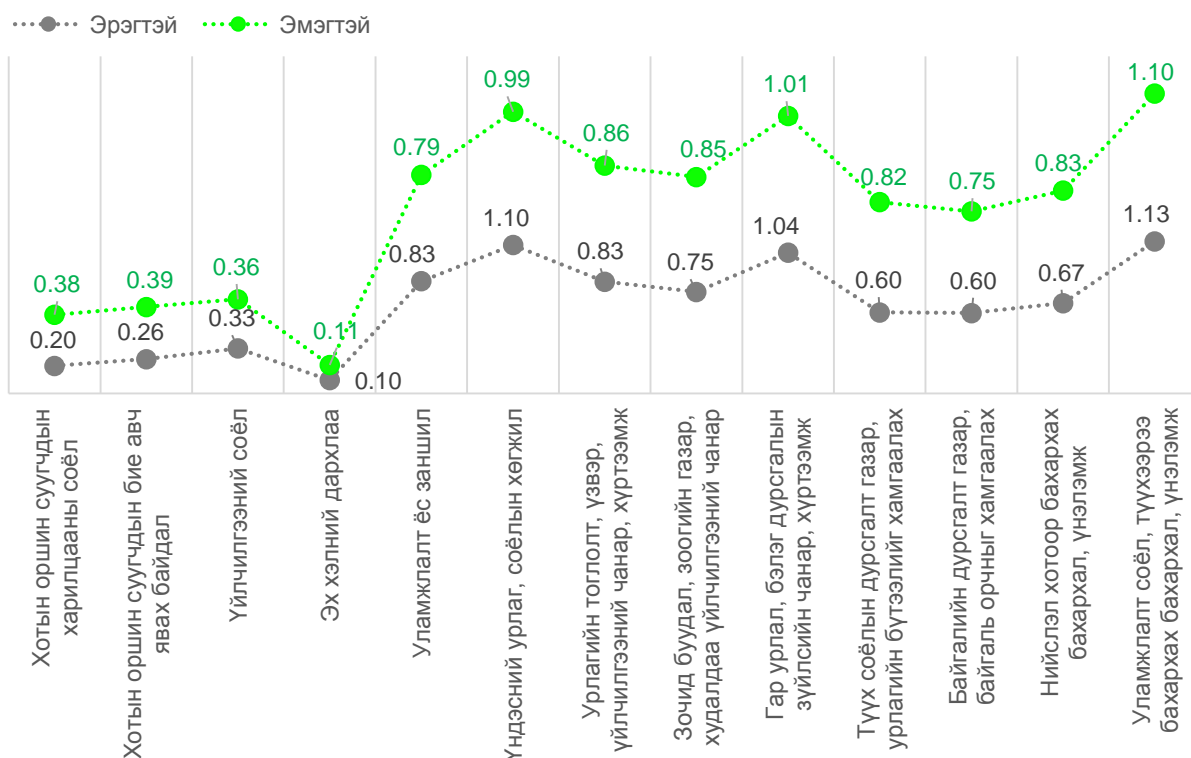
Соёлын үзүүлэлтүүд бүгд эерэг гарсан ба тэр дундаа гар урлал, бэлэг дурсгалын зүйлсийн чанар, хүртээмж, үндэсний урлаг соёлын хөгжил, уламжлалт соёл түүхээрээ бахархах бахархал үнэлэмж гэсэн үзүүлэлтүүдэд илүү сайн нөлөөтэй гэсэн байна.

График 26. Нийгмийн нөлөөллийн үнэлгээ, хүйсээр, үзүүлэлтээр



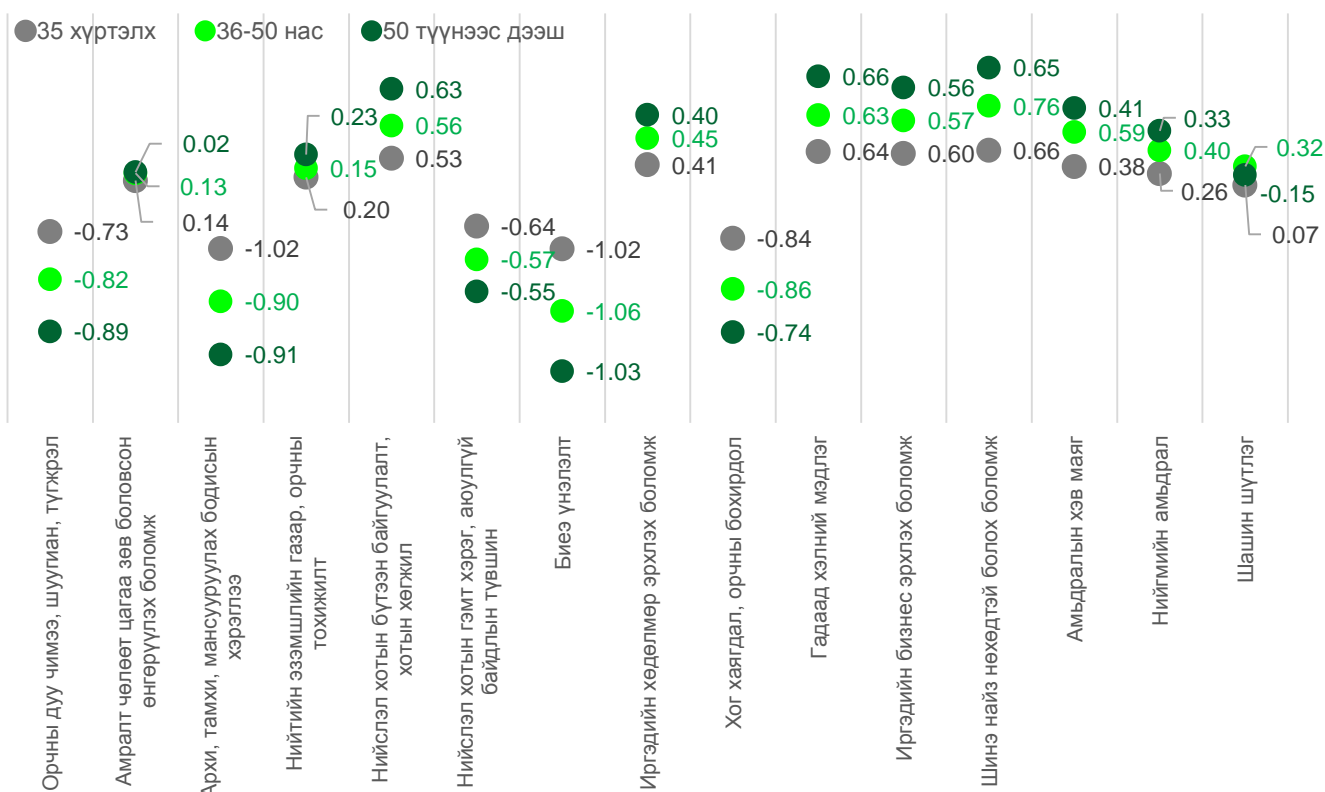
Нийгмийн байдалд нөлөөлөх нөлөөллийг хүйсээр харахад эрэгтэйчүүд болон эмэгтэйчүүд ялгаагүй 5 үзүүлэлтэд сөрөг нөлөөтэй гэж үзсэн байна. Үнэлгээний дүнг аваад үзвэл эрэгтэйчүүд илүү шүүмжлэлтэй хандах буюу нөлөөллийн үнэлгээний түвшин эмэгтэйчүүдээс бага байгааг харж болно.

График 27. Соёлын нөлөөллийн үнэлгээ, хүйсээр, үзүүлэлтээр



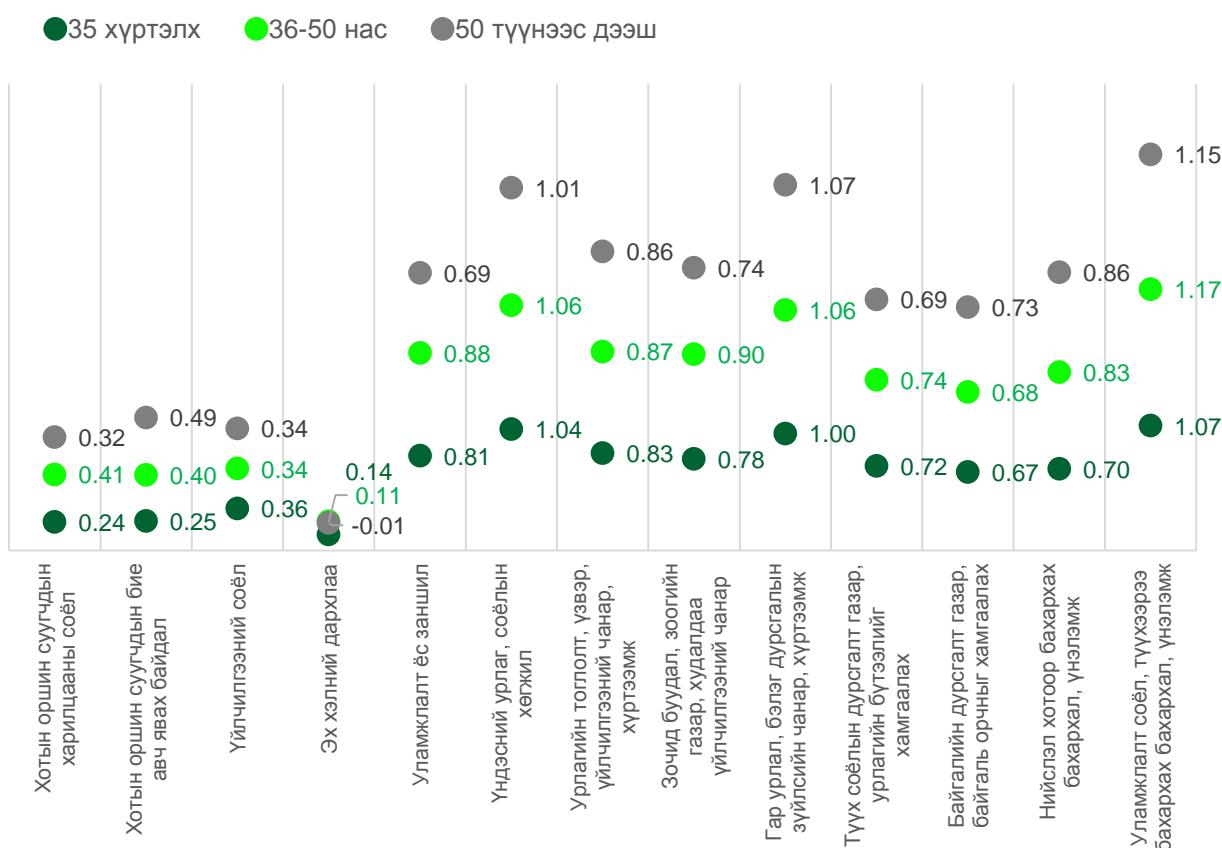
Соёлын байдалд нөлөөлж буй нөлөөллийг авч үзвэл сөрөг үнэлгээ байхгүй байгаа бөгөөд үнэлгээний түвшин эмэгтэйчүүд илүү эерэг хандлагатай байгааг харж болно.

График 28. Нийгмийн нөлөөллийн үнэлгээ, насны бүлгээр, үзүүлэлтээр



Нийгмийн байдалд нөлөөлөх нөлөөлийг насны бүлгээр харахад 50 болон түүнээс дээш насныхан эерэг нөлөөтэй гэж үзсэн үзүүлэлтүүдэд илүү сайн хандлагатай байгаа бол, нийгмийн сөрөг гэж үзсэн үзүүлэлтүүдэд бусад насны бүлэгтэй харьцуулахад муу үнэлгээ өгсөн байна. Харин соёлын үзүүлэлтүүдэд 35 хүртэлх насны залуучууд бусад насны бүлгийн иргэдээс муу үнэлгээ буюу хэдий эерэг хандлагатай ч бага үнэлгээг өгчээ.

График 29. Соёлын нөлөөллийн үнэлгээ, насны бүлгээр, үзүүлэлтээр



Их Монгол Улсын түүх, Эзэн Чингис хааны байгуулсан төрт улс, байгалийн үзэсгэлэнт газар, онгон зэрлэг байгаль гэх мэт жуулчдын сонирхлыг голлон татдаг хүчин зүйлсүүд манай улсын иргэдийн эх орноороо бахархдаг гол хүчин зүйл нь билээ. Мөн сүүлийн жилүүдэд үндэсний язгуур урлагт суурилсан хамтлаг дуучдын ур чадвар илт нэмэгдэж гадаадын нэртэй фестиваль, тэмцээнд өндөр амжилт үзүүлж байгаа нь аялал жуулчлалын салбартай ихээхэн холбоотой гэж иргэд үзэж байна. Гадаад аялагчдын голлон сонирхон үздэг урлагийн төрөл зүйлийн нэг нь яах аргагүй манай үндэсний язгуур урлаг юм. Сүүлийн жилүүдэд нийслэл хотын өнгө төрх сайжирч, дэлхийн өндөр хөгжилтэй орны хэмжээний барилга байшин сүндэрлэн олон улсад нэр хүндтэй үйлчилгээний газрууд салбараа нээж,

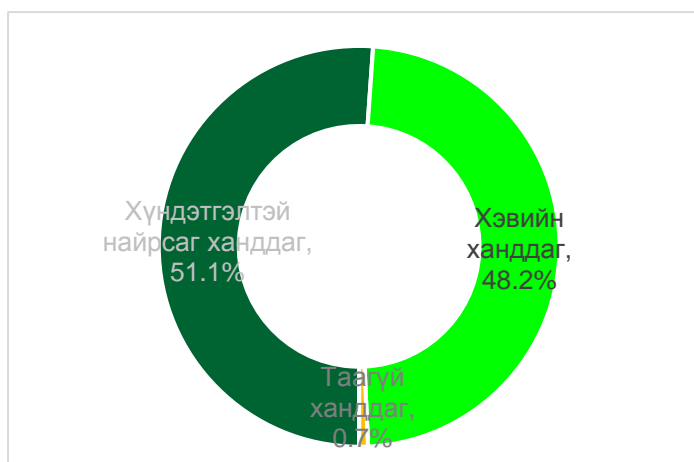
үйлчилгээний газруудын чанар хүртээмж сайжирч байгааг мөн аялал жуулчлалтай холбож иргэд үнэлж байгаа нь тодорхой харагдаж байв.

Нөгөө талаар аялал жуулчлалын салбар нь дараах сөрөг үр дагаварыг дагуулж байгаа талаар иргэдийн үнэлгээнээс харж болно. Тухайлбал, биеэ үнэлэх байдал, архи тамхи мансууруулах бодисын хэрэглээ, хог хаягдал, орчны дуу чимээ, гэмт хэрэг аюулгүй байдлын түвшинд сөргөөр нөлөөг үзүүлж байна гэж иргэд үзсэн байна.

Аялал жуулчлалын талаарх иргэдийн санал бодол

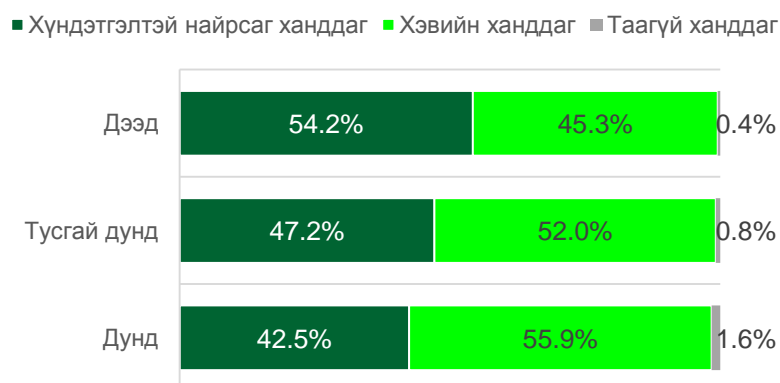
Аялал жуулчлал нь нийслэлийн иргэдийн амьдрах орчин, нийгэм, соёлд хэрхэн нөлөө үзүүлж байгаа талаар судлахын хамт тэдгээр иргэдийн аялал жуулчлалд хэрхэн ханддаг талаар судалж үзлээ.

График 30. Манай улсын иргэд гадаадын жуулчдад ханддаг хандлага



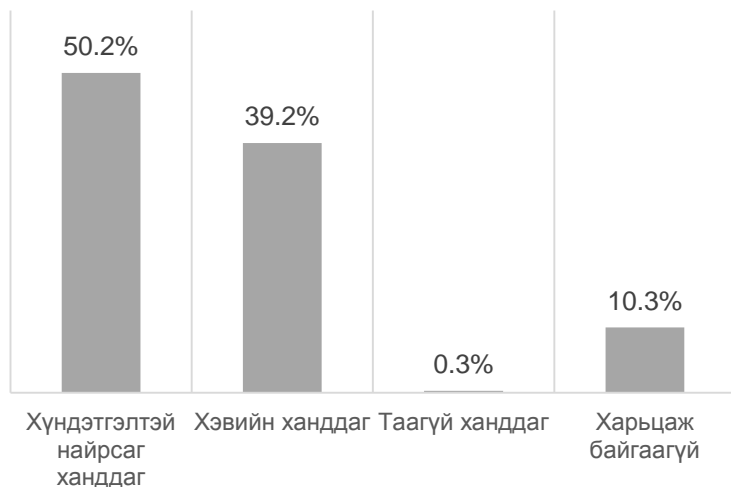
Судалгаанд оролцсон иргэдийн 51.1 хувь нь гадаадын иргэд, жуулчдад хүндэтгэлтэй ханддаг, 48.2 хувь нь хэвийн ханддаг, харин 0.7 хувь нь таагүй ханддаг гэжээ.

График 31. Манай улсын иргэд гадаадын жуулчдад ханддаг хандлага, боловсролын түвшингээр



Боловсролын түвшин дээшлэх тусам буюу дээд боловсролтой иргэдийн гадаадын иргэд, жуулчдад хандах хандлага дээшилж байна.

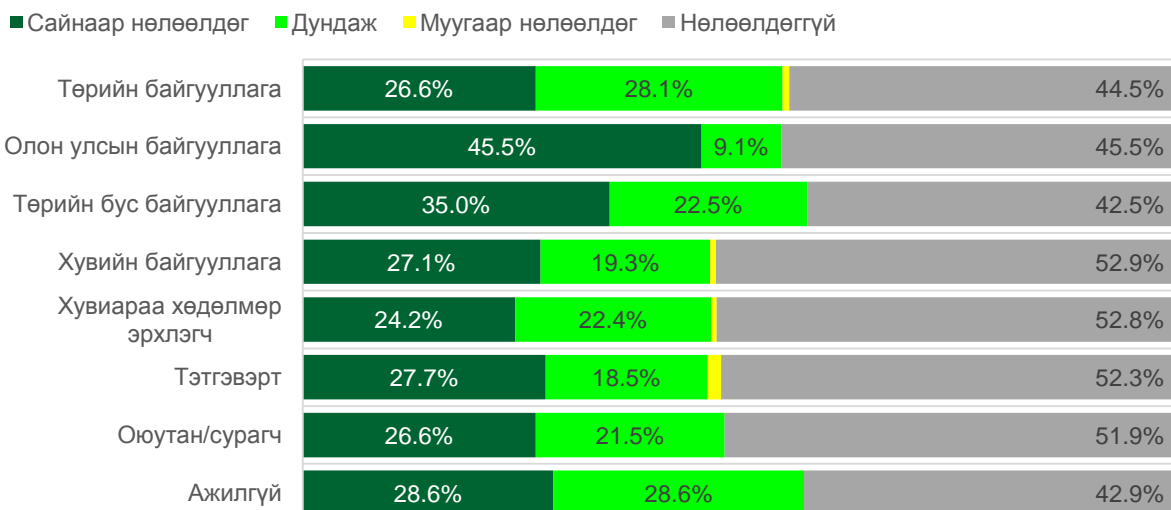
График 32. Гадаадын жуулчид манай улсын иргэдтэй ханддаг хандлага



Иргэдээс гадаадын иргэн, жуулчидтай харилцаж байсан эсэх болон таньтай хэрхэн харьцаж байсан талаар тодруулахад 50.2 хувь нь хүндэтгэлтэй найрсаг, 39.2 хувь нь хэвийн ханддаг, 0.3 хувь нь таагүй, 10.3 хувь нь харьцаж байгаагүй хэмээжээ.

Гадаадын иргэд, жуулчдын иргэдийн амьдралд үзүүлж буй нөлөөг тодруулахад иргэдийн 50.7 хувь нь тодорхой хэмжээний нөлөө үзүүлдэг гэсэн бол, 49.3 хувь нь ямар нэгэн нөлөө үзүүлдэггүй гэж хариуллаа. Амьдралд нь нөлөө үзүүлдэг иргэдийн 53.5 хувь нь сайнаар нөлөөлдөг гэж хариулсан бол, 45.5 хувь нь хэвийн, 1.0 хувь нь муугаар нөлөөлдөг гэсэн юм.

График 33. Гадаадын жуулчид манай улсын иргэдийн амьдралд үзүүлж буй нөлөө, ажил эрхлэлтээр



Гадаадын иргэд, жуулчдын иргэдийн амьдралд үзүүлж буй нөлөөг ажил эрхлэлтийн байдлаар авч үзвэл олон улсын байгууллага, төрийн бус байгууллагын ажилтнуудад илүү сайнаар нөлөөлдөг, харин тэтгэвэрт амьдардаг иргэдэд бусдаас арай илүү сөргөөр нөлөөлж байна.

Судалгааны төгсгөлд иргэдээс аялал жуулчлалын талаарх санал бодлыг нээлттэй байдлаар авсныг Хүснэгт 13–д нэгтгэн харууллаа. Судалгаанд оролцсон иргэдийн 59.5 хувь буюу 586 иргэн санал хүсэлт өгсөн юм.

Хүснэгт 13. Аялал жуулчлалын салбартай холбоотой иргэдийн санал хүсэлт

дд	Санал хүсэлт	Давтамж
1	Аялагчдыг татах, сонирхолтой сурталчилгааг жуулчдад хүргэх, мэдээлэл түгээх, соёлтой харьцах	103
2	Улс орон, хотоо хөгжүүлэх, аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх, үйлчилгээний чанарт анхаарах	102
3	Монгол хэл соёлоо дээдлэх, уламжлалт ёс заншил, түүх соёлоо сурталчилах	50
4	Байгал орчноо хамгаалах, ногоон байгууламжтай болох, орчны тохижилт	39
5	Авто зам сайжруулах, зам талбай, түгжрэлийн асуудал	36
6	Аялал жуулчлалын байгууллагуудад төрөөс дэмжлэг үзүүлэх, тур операторууд нэмэгдүүлэх	32
7	Аялах зугаалах газрын хүртээмж, гадаадын аялагчдад зориулсан үзвэрийг нэмэгдүүлэх	32
8	Хог хаягдал бохирдолоо багасгах, хогийн цэгүүдийг байгуулах	24
9	Дэд бүтцээ сайжруулах	21
10	Амралтын газар, жуулчны баазуудын үнэ тариф өндөр, хөнгөлөлт эдлүүлэх, үйлчилгээг сайжруулах	18
11	Аялагчдын аюулгүй байдлыг хангах	17
12	Орон нутгийн аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх	17
13	Хөтөч нарын боловсрол хэлний мэдлэгийг дээшлүүлэх, сайн бэлтгэх, жолооч нарыг сайн шалгах, харилцааг сайжруулах	16
14	Байгалийн дурсгалт цогцолбор байгуулах, нэмэгдүүлэх	15
15	Хөгжиж байна, сайн болж байна, улам сайжруулах, төрөлжүүлэх	13
16	Гадаадын орноос туршлага судлах, стандартыг дагаж мөрдөх	8
17	Нийтийн бие засах газрыг сайжруулах, цэвэрхэн байлгах	7
18	Сөрөг үр дагавартай, ая тух алдагдуулдаг, аялал жуулчлалтай холбоотой зардлыг бууруулах	5
19	Аялал жуулчлалын байгууллагууд бүгд ижил биш, хоорондоо ялгаран хөгжих, тусгай зөвшөөрөл олгоход өндөр шалгуур тавих	5
20	Гадаадын аялагчдыг хулгайч нараас хамгаалахад анхаарах	4

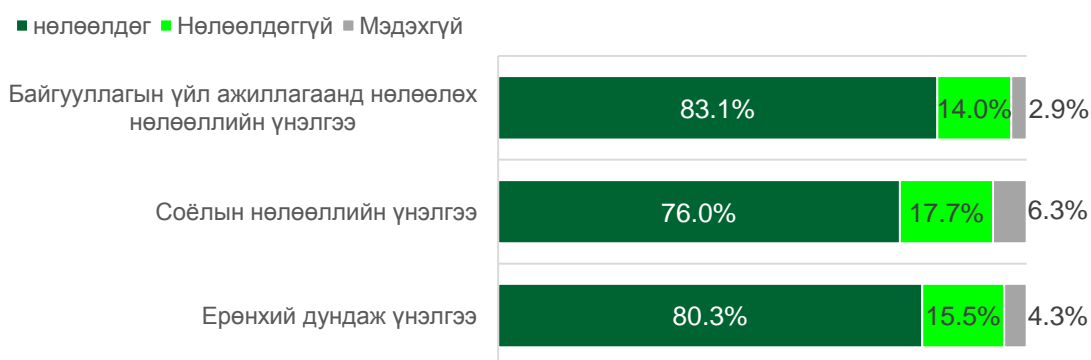
Санал өгсөн иргэд аялагчдыг татах чиглэлд анхаарлаа хандуулах, эх орноо сурталчилах, уламжлалт ёс заншил, түүх, соёлоо сурталчилах, мэдээлэл түгээх, үйлчилгээний чанарт анхаарах, байгаль орчинг хамгаалах, дэд бүтэц, зам харилцааг хөгжүүлэх талд голлон анхаарч ажиллах шаардлагатай талаарх саналыг илэрхийлж байв.

3.2.2 Аж ахуйн нэгж, байгууллагын судалгааны дүн

Нийслэлийн нийгэм, соёлын салбарт аялал жуулчлал хэрхэн нөлөөлж буй нөлөөллийг хотын оршин суугчдаас төдийгүй, нийслэл хотод үйл ажиллагаа явуулж буй ААНБ–уудаас тодруулах нь судалгааны зорилгод чухал ач холбогдолтой юм. Бид энэхүү судалгааны хүрээнд нийслэл хотод үйлчилгээний чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулж буй 50 ААНБ–ыг түүвэрлэн хамруулж нөлөөллийг тооцсон болно.

ААНБ–уудаас үйл ажиллагаа болон бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний чанар, ажиллагчдын соёл, ур чадвар, хүрээлэн буй орчин, нийслэл хотын нийгэм, соёлын байдалд хэрхэн нөлөө үзүүлдэг эсэх талаар иргэдийн судалгаатай адил хэлбэрээр үнэлсэн юм.

График 34. Аялал жуулчлалын салбарын ААНБ–ын үйл ажиллагаа, нийгэм, соёлд нөлөөлөх нөлөөлийн хувь



Судалгаанд оролцсон ААНБ–уудын хувьд аялал жуулчлалын салбар нь байгууллагын үйл ажиллагаа, нийслэл хотын нийгэм, соёлын байдалд нөлөөлдөг гэж 80.3 хувь нь үзсэн бол, 15.15 хувь нь нөлөөлдөггүй, 4.3 хувь нь мэдэхгүй хэмээжээ.

ААНБ–ууд нь аялал жуулчлалын салбар нь соёлын нөлөөллөөс байгууллагын үйл ажиллагаанд илүү нөлөөтэй гэж үзсэн нь иргэдийн судалгааны дүнгээс ялгаатай байдал ажиглагдаж байна.

График 35. Аялал жуулчлалын салбарын ААНБ –ын үйл ажиллагаа, нийгэм, соёлд нөлөөлөх нөлөөллийн хувь, үйл ажиллагааны чиглэлээр



Үйл ажиллагааны чиглэлийн хувьд үйл ажиллагаа, нийгэм, соёлын байдалд нөлөөлөл нөлөөллийг авч үзэхэд жуулчны бааз болон тур операторын үйл ажиллагаа эрхлэгчид хамгийн их нөлөөтэй гэсэн бол, соёл урлаг, үзвэрийн газрын бизнес эрхлэгчид бусадтай харьцуулахад бага нөлөөтэй гэж үзэж байна.

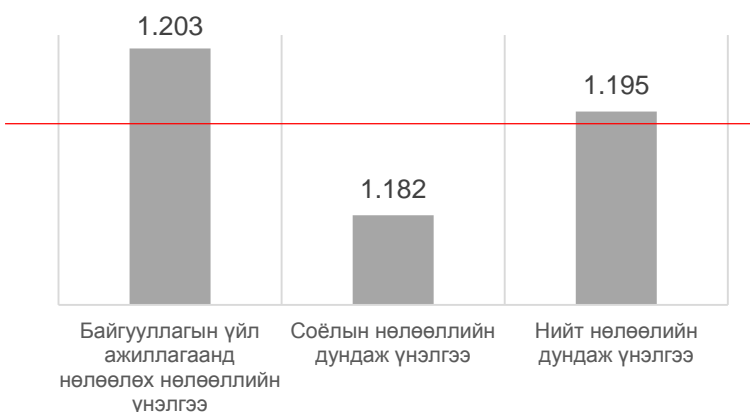
График 36. Аялал жуулчлал нь ААНБ–ын үйл ажиллагаанд нөлөөлдөг эсэх, хувиар



ААНБ–уудын хувьд гадаад болон дотоодын аялагч, жуулчид нар нь үйлчилгээний соёлд хамгийн их нөлөөлдөг гэж үзсэн бол, уламжлалт соёл,

түүхээрээ бахархах бахархал, байгууллагын гадаад харилцаа, бүтээгдэхүүн үйлчилгээний чанар, ажилчдын ур чадвар, бүтээгдэхүүн үйлчилгээний нэр төрөл, гадаад хэлний мэдлэг зэрэгт өндөр нөлөөтэй гэсэн юм. Харин уламжлалт ёс заншил, байгалийн дурсгалт газар, байгаль орчныг хамгаалах, байгууллагын бүтэц зохион байгуулалт зэрэгт нөлөөлөл бусдаас бага гэжээ.

График 37. Аялал жуулчлалын салбарын нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлөлд өгсөн ААН, байгууллагын үнэлгээ



ААНБ-уудын хувьд аялал жуулчлал нь байгууллагын үйл ажиллагаа, соёлын байдалд маш сайнаар нөлөөлдөг гэв. Байгууллагын үйл ажиллагаа нийгэм, соёлын үзүүлэлтэд өгсөн дундаж үнэлгээ 1.195, байгууллагын үйл ажиллагаанд

1.203, соёлын байдалд 1.182 гэсэн үнэлгээг өгөв.

Хүснэгт 14. Аялал жуулчлалын салбарын нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлөлд өгсөн ААНБ-ын үнэлгээ, үйл ажиллагааны чиглэлээр

Үзүүлэлт	Үндсэн үйл ажиллагааны чиглэл				
	Зочид буудал	Зоогийн газар	Жуулчны бааз	Тур оператор	Соёл урлаг, үзвэрийн газар
Байгууллагын гадаад харилцаа	1.33	1.17	1.60	1.13	1.40
Байгууллагын бүтэц зохион байгуулалт	0.75	0.89	1.30	0.83	0.75
Үйлчилгээний соёл	1.33	1.45	1.50	1.38	1.25
Бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний чанар	0.89	1.00	1.10	1.38	1.43
Бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний нэр төрөл	0.75	0.90	1.30	1.00	1.50
Бүтээгдэхүүний савлагаа, өнгө үзэмж	0.43	1.11	1.20	0.88	1.17
Ажилчдын ажиллах идэвхи бүтээмж	0.80	1.30	1.50	1.14	1.00
Ажилчдын ур чадвар	0.90	1.40	1.60	1.25	1.00
Гадаад хэлний мэдлэг	1.40	1.44	1.80	1.38	1.40
Уламжлалт ёс заншил	1.00	1.60	1.50	0.71	1.00
Үндэсний урлаг, соёлын хөгжил	0.88	1.63	1.40	0.57	1.00
Түүх соёлын дурсгалт газар, урлагын бүтээлийг хамгаалах	0.63	1.17	1.60	0.57	1.14
Байгалийн дурсгалт газар, байгаль орчныг хамгаалах	0.75	1.17	1.70	0.71	1.00
Нийслэл хотоор бахархах бахархал, үнэлэмж	1.00	1.44	1.70	1.13	1.14
Уламжлалт соёл, түүхээрээ бахархах бахархал, үнэлэмж	1.13	1.30	1.80	0.88	1.33

Хүснэгт 15. Аялал жуулчлалын салбарын нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлөлд өгсөн ААН, байгууллагын үнэлгээ, үзүүлэлт тус бүрээр

Үзүүлэлт	Дундаж үнэлгээ	Нөлөөллийн хувь
Байгууллагын гадаад харилцаа	1.32	88.0%
Байгууллагын бүтэц зохион байгуулалт	0.95	72.0%
Үйлчилгээний соёл	1.39	92.0%
Бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний чанар	1.14	86.0%
Бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний нэр төрөл	1.07	84.0%
Бүтээгдэхүүний савлагаа, өнгө үзэмж	0.98	78.0%
Ажилчдын ажиллах идэвхи бүтээмж	1.17	80.0%
Ажилчдын ур чадвар	1.25	86.0%
Гадаад хэлний мэдлэг	1.50	82.0%
Уламжлалт ёс заншил	1.13	60.0%
Үндэсний урлаг, соёлын хөгжил	1.12	80.0%
Түүх соёлын дурсгалт газар, урлагын бүтээлийг хамгаалах	1.05	74.0%
Байгалийн дурсгалт газар, байгаль орчныг хамгаалах	1.11	70.0%
Нийслэл хотоор бахархах бахархал, үнэлэмж	1.31	82.0%
Уламжлалт соёл, түүхээрээ бахархах бахархал, үнэлэмж	1.31	90.0%

Аялал жуулчлалын салбарын үзүүлж буй нөлөөллийн хувьд ААНБ–уудын удирдах ажилтнууд бүх үзүүлэлтүүдэд эерэг хандлагатай байв. Үүнээс гадаад хэлний мэдлэг, үйлчилгээний соёл, байгууллагын гадаад харилцаа, нийслэл хотоор бахархах бахархал, уламжлалт түүх соёлоор бахархах бахархал, ажилчдын ур чадвар гэсэн үзүүлэлтүүд бусдаас өндөр үнэлгээ авсан юм. Харин бүтээгдэхүүний савлагаа, өнгө үзэмж, байгууллагын бүтэц, зохион байгуулалт зэрэг үзүүлэлтүүд бусдаас үнэлгээ бага авсан хэдий ч эерэг хандлага үзүүлж байна. ААНБ–ууд санал нэгтэй аялал жуулчлал өөрсдийнх нь үйл ажиллагаанд маш сайнаар нөлөөлдөг ба улирал харгалзахгүй жуулчдыг татах бодлогыг явуулах нь маш их үр өгөөжтэй талаар дурьдаж байлаа.

Нийслэл хотод үйлчилгээний чиглэлээр тэр дундаа жуулчдад зориулсан үйл ажиллагаа явуулж буй ААНБ–уудын үйлчлүүлэгчдийн хувьд дотоод, гадаад ялгаагүй үйлчлүүлэх байдал түгээмэл байна. Зөвхөн гадаад жуулчдад зориулсан үйл ажиллагаа явуулдаг тур операторуудыг эс тооцвол жуулчны бааз, зочид буудал, зоогийн газар, үзвэр үйлчилгээний газарт ихэвчлэн дотоодын иргэд маань үйлчлүүлэх хандлага их байдаг талаар дурьдаж байсан. Үйлчилгээний соёлын хувьд гадаадын жуулчид илүү соёлтой үйлчлүүлдэг, гэхдээ сүүлийн жилүүдэд дотоодын иргэдийн ч соёл сайжирч байгаад талархалтай байгаагаа илэрхийлж байсан.

Судалгаанд оролцсон ААНБ–уудын хувьд дийлэнх нь буюу 60.0 орчим хувь нь жуулчдад зориулсан тусгайлсан үйлчилгээг үзүүлж байгаа, цаашид ч үзвэр үйлчилгээ, бүтээгдэхүүний нэр төрөл, тусгайлсан үйлчилгээг явуулахаар төлөвлөж байв.

Хүснэгт 16. Аялал жуулчлалын талаар ААНБ–уудын тавьсан санал хүсэлт

- Аялал жуулчлалыг хөгжүүлсэнээр нийслэлд маш их мөнгөний урсгал орж ирж, бүтээн байгуулалтын өнгө үзэмжид ч сайнаар нөлөөлж байна. Гэхдээ энэ нь хангалттай биш байна. Иймд илүү бодлого, үйл ажиллагааг сайжруулах, бид ч үйлчилгээний чанартаа улам анхаарах.
- Зун гадаадын жуулчид их, харин өвөл жуулчдыг татах үзвэр, үйлчилгээ байхгүйгээс болж жуулчид бага ирж байна. Манайх өвлийн жуулчлалыг хөгжүүлэх талд анхаарах.
- Хуулийн зөрүүтэй асуудлуудыг шийдвэрлэх, зочид буудлын буруу стандартчилалыг засах хэрэгтэй. Зочид буудлын талаар нийгэмд эзлэх сөрөг мэдээллүүд их байдаг, үүний эсрэг эерэг мэдээлэл, сайн сурталчилгааг хийж байхад анхаарах.
- Урлагын үзвэрийн байгууллагуудтай нягт холбоотой ажиллаж, сонгодог урлагын салбарын мэдээллийг жуулчдад идэвхтэй хүргэдэг байх.
- Жуулчдад зориулсан үзвэр, үйлчилгээг нэмэгдүүлэх, тэдгээрт зориулсан арга хэмжээнүүдийг төрөөс дэмжих.
- Гадныханд үйлчилж байгаа ажилчдын боловсролд зориулж сургалт явуулдаг байх.
- Хөдөө орон нутгийн ариун цэврийн өрөө, орчны асуудалд маш сайн анхаарах.
- Монголын бурхан шашны болон бүтцийн талаар нэгдсэн бодлого боловсруулах, аялал жуулчлалыг хөгжүүлж, нэгдсэн томоохон суурь судалгааг хийх.

ДҮГНЭЛТ

Нийслэл хотын иргэдийн бодлоор нийгэм, соёлын байдалд аялал жуулчлал хэрхэн нөлөө үзүүлж байгааг үнэлэх зорилгоор “Аялал жуулчлалын салбарын нийслэлийн нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөллийн судалгаа” –ны ажлыг хийж гүйцэтгэлээ. Тус судалгаагаар 2 гол асуултад хариулт өгөх зорилтыг тавьсан. Үүнд:

- Нэгдүгээрт: Аялал жуулчлалын салбарын өнөөгийн байдал, чиг хандлага
- Хоёрдугаарт: Нийслэлийн аялал жуулчлалын нийгэм, соёлын салбарт үзүүлэх нөлөөллийг тодорхойлох явдал юм.

1. Аялал жуулчлалын салбарын өнөөгийн байдал, чиг хандлага

- Манай улсад зочлон ирж буй жуулчдын тоо нь сүүлийн 10 жил харьцангуй тогтвортой өсөлттэй байсан бол, 2012 оноос хойш буюу сүүлийн 3 жил бага зэрэг буурсан үзүүлэлттэй байна. Сүүлийн 10 жилд манай улсад жилд дунджаар 425.9 мянган жуулчин ирж байгаа нь нийт хүн амын 15.0 хувьтай тэнцэж байна.
- Манай улсын аялал жуулчлалын салбарын суурь бүтээгдэхүүн нь онгон тагшин байгаль, Монголын уламжлалт соёл, ёс заншил бөгөөд нүүдлийн соёл, үзэсгэлэнт байгаль, Монгол улсын болон Чингис хааны түүх зэрэгт нь жуулчид хамгийн ихээр татагддаг.
- Манай улсад ирж буй жуулчдын 70.0 орчим хувь нь үзэсгэлэнт байгалийг үзэх сонирхолтой, хөдөө хээрээр ихэвчлэн явдаг хэдий ч нийт жуулчдын 98.0 хувь нь Улаанбаатар хотоор дамжин аялалдаа гардаг.

2. Аялал жуулчлалын салбарын нийслэлийн нийгэм, соёлын салбарт үзүүлэх нөлөөлөл

- Аялал жуулчлалын салбарын нийслэлийн нийгэм, соёлын байдалд нөлөөлөх нөлөөллийн хувьд судалгаанд оролцсон иргэдийн 75.0 хувь нь нөлөөлж байна хэмээн үзжээ. Үүнд: нийгмийн 15 асуултын хувьд 69.9 хувь нь нөлөөлдөг гэсэн бол, соёлын үзүүлэлтийн 13 асуултад 80.8 хувь нь нөлөөлдөг гэв. Соёлын салбарт аялал жуулчлал илүү өндөр нөлөөг үзүүлдэг байна.
- Иргэд аялал жуулчлалын салбарт эерэг хандлагатай байна. Судалгаанд оролцсон иргэдийн 51.0 хувь нь нийгэм, соёлын байдалд

аялал жуулчлал нь сайнаар нөлөөлж байна гэсэн бол, 21.0 хувь нь муугаар нөлөөлдөг, 28.0 хувь нь дундаж түвшинд нөлөөлж байна гэж үнэллээ.

- Нийгмийн болон соёлын үзүүлэлтүүдийг салган авч үзвэл соёлын байдалд нөлөөлөх нөлөөлөл 1 рүү дөхсөн буюу сайн үр дүн гарсан бол харин нийгмийн байдалд 0 рүү дөхсөн үнэлгээг өгсөн байна. Энэ нь нийгмийн салбарт эерэг сөрөг нөлөөллийг аль алиныг нь үзүүлж байгаа бол, харин соёлын түвшинд сөрөг нөлөө байхгүй, эерэг нөлөө үзүүлдэг хэмээн иргэд үзэж байгаагийн илрэл юм.
- Эрэгтэйчүүд болон төрийн бус байгууллагад ажиллагчид, хувиараа хөдөлмөр эрхлэгчид, ажилгүй иргэд аялал жуулчлал нь нийгэмд сөрөг нөлөөг үзүүлдэг гэж дүгнэсэн.
- Насны бүлгээр авч үзвэл 21-35 нас, 41-45 нас, 56-60 насны иргэд аялал жуулчлал нь нийгмийн амьдралд сөрөг, соёлын байдалд эерэг нөлөөг үзүүлдэг гэж үзсэн, бусад насны бүлгийн иргэд нийгэм болон соёлын нөлөөллийг эерэг буюу сайн нөлөөг үзүүлдэг гэв.
- Иргэд, жуулчдад чиглэсэн үйлчилгээ эрхэлдэг ААНБ–уудын хувьд аялал жуулчлал нь нийслэлийн нийгэм, соёлд үзүүлж буй үйлчилгээний чанар хүртээмжид эерэг хандлагатай, сайн нөлөөг үзүүлж байна. Байгууллагын үйл ажиллагаа нийгэм, соёлын үзүүлэлтэд өгсөн дундаж үнэлгээ 1.195 байгаа бол, байгууллагын үйл ажиллагаанд 1.203, соёлын байдалд 1.182 гэсэн үнэлгээг өгчээ.
- ААНБ–ын үнэлгээгээр сөрөг үнэлгээ буюу муугаар нөлөөлж байгаа хүчин зүйл байхгүй. Судалгаанд оролцсон ААНБ–уудын хувьд аялал жуулчлал нь байгууллагын үйл ажиллагаа, соёлын байдалд маш сайнаар нөлөөлдөг хэмээн үзэж байна.

Нийгэм соёлын үзүүлэлтэд өгч буй иргэд, ААНБ–уудын хандлагыг эерэг болон сөрөг байдлаар авч үзэхэд дараах байдалтай байна.

Эерэг хандлага

- Уламжлалт соёл, түүхээрээ бахархах бахархал, үнэлэмж,
- Үндэсний урлаг, соёлын хөгжил,
- Гар урлал, бэлэг дурсгалын зүйлсийн чанар, хүртээмж,
- Урлагийн тоглолт, үзвэр, үйлчилгээний чанар хүртээмж,

- Уламжлалт ёс заншил,
- Зочид буудал, зоогийн газар, худалдаа үйлчилгээний газрын чанар,
- Нийслэл хотоор бахархах бахархал, үнэлэмж,
- Түүх, соёлын дурсгалт газар, урлагийн бүтээлийг хамгаалах,
- Байгууллагын гадаад харилцаа,
- Ажилчдын ур чадвар,
- Ажилчдын ажиллах идэвхи, бүтээмж.

Сөрөг хандлага

- Биеэ үнэлэлт,
- Архи тамхи, мансууруулах бодисын хэрэглээ,
- Хог хаягдал, орчны бохирдол,
- Орчны дуу чимээн, шуугиан, түгжрэл.

Нийслэл хотод амьдарч буй иргэд, үйлчилгээний чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулж буй ААНБ–ууд аялал жуулчлалын салбарын нийгэм, соёлд үзүүлж буй нөлөөг сайнаар тодорхойлж жуулчдад эерэгээр хандаж байгаа нь энэ чиглэлээр явуулж буй бодлого үйл ажиллагааг дэмжиж байгаагийн илрэл гэж дүгнэж байна.

АШИГЛАСАН МАТЕРИАЛ

1. Үндэсний статистикийн хорооны эмхэтгэл, 2014, 2013, 2012 он
2. Монголын урлагийн зөвлөл, “Соёлын аялал жуулчлал” судалгааны тайлан, 2004 он
3. “Юнеско”–ийн 2009 оны соёлын статистикийн хүрээ, 2010 он
4. Нидерландын гадаад хэргийн яам, Импортыг дэмжих төв, “Аялал жуулалын зах зээлийн нөөц бололцоо” 2013 он
5. “UNDERSTANDING URBAN TOURISM IMPACTS: AN AUSTRALIAN STUDY”, National Library of Australia Cataloguing-in-Publication Entry, 2010
6. UNWTO, Tourism Highlight, 2015
7. World Economic Forum, Travel and tourism competitiveness report 2015, <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/economy-rankings/>
8. www.nso.mn
9. www.ulaanbaatar.mn
10. www.maps.com
11. www.ubstat.mn

ХАВСРАЛТ

Хавсралт 1. “Аялал жуулчлалын салбарын нийслэлийн нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлөл” судалгааны иргэдийн асуулгын хуудсын маягт

Хавсралт 2. “Аялал жуулчлалын салбарын нийслэлийн нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлөл” судалгааны ААНБ–ын чанарын судалгааны чиглүүлэх асуулт

ХАВСРАЛТ

Хавсралт 1. “Аялал жуулчлалын салбарын нийслэлийн нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлөл” судалгааны иргэдийн асуулгын хуудсын маягт

Хавсралт 2. “Аялал жуулчлалын салбарын нийслэлийн нийгэм, соёлд үзүүлэх нөлөөлөл” судалгааны ААНБ–ын чанарын судалгааны чиглүүлэх асуулт



АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН НИЙГЭМ, СОЁЛЫН САЛБАРТ ҮЗҮҮЛЭХ НӨЛӨӨЛЛИЙН СУДАЛГАА

Сайн байна уу? Танд энэ өдрийн мэнд хүргэе. Нийслэлийн аялал жуулчлалын газраас аялал жуулчлалын салбарын нийгэм, соёлын салбарт үзүүлэх нөлөөллийг нарийвчлан тодорхойлох зорилгоор энэхүү судалгааг явуулж байна. Энэхүү асуулгаар авсан мэдээллийн нууцыг Монгол Улсын "Статистикийн тухай" хуулийн дагуу чандлан хадгалж, зөвхөн судалгаа, шинжилгээний зорилгоор ашиглах болно.

I БҮЛЭГ. ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ

ХАЯГИЙН ХЭСЭГ

- | | | | |
|---------------------------------|----------------------|---------------------------------|----------------------|
| 1.1. Ярилцлага авагчийн дугаар: | <input type="text"/> | 1.4. Хорооны нэр, код | <input type="text"/> |
| 1.2. Асуулгын дугаар: | <input type="text"/> | 1.5. Он, сар, өдөр: | <input type="text"/> |
| 1.3. Дүүргийн нэр, код: | <input type="text"/> | 1.6. Мэдээлэл шивэгчийн дугаар: | <input type="text"/> |

СУДАЛГААНД ОРОЛЦОГЧИЙН ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ

- | | | | |
|------------------------------|----------------------|-----------------------------------|----------------------|
| 1.7. Таны нас | <input type="text"/> | 1.10. Танай ам бүлийн тоо | <input type="text"/> |
| 1.8. Таны хүйс | | 1.11. Таны ажил эрхлэлтийн байдал | |
| Эрэгтэй | 1 | Төрийн байгууллага | 1 |
| Эмэгтэй | 2 | Олон улсын байгууллага | 2 |
| 1.9. Таны боловсролын түвшин | | Төрийн бус байгууллага | 3 |
| Боловсролгүй | 1 | Хувийн байгууллага | 4 |
| Дунд | 2 | Хувиараа хөдөлмөр эрхлэгч | 5 |
| Тусгай дунд | 3 | Тэтгэвэрт | 6 |
| Дээд | 4 | Оюутан/сурагч | 7 |
| | | Ажилгүй | 9 |
| | | Бусад | 10 |

II БҮЛЭГ. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН НИЙГЭМ, СОЁЛД ҮЗҮҮЛЭХ НӨЛӨӨЛЛИЙН ҮНЭЛГЭЭ

Таны бодлоор аялал жуулчлалын салбар дараах нийгэм, соёлын үзүүлэлтэд хэрхэн нөлөөлж байна вэ?

Нөлөөллийн үнэлгээ: маш сайнаар /маш эерэг/ нөлөөлнө +2 муугаар /сөрөг/ нөлөөлнө -1
 сайнаар /эерэг/ нөлөөлнө +1 маш муугаар/ маш сөрөг нөлөөлнө -2
 дундаж түвшинд нөлөөлнө 0

- | | | |
|---|---|------------------------|
| 2.1. Орчны дуу чимээ, шуугиан, түгжрэл | | нөлөөллийн үнэлгээ |
| Нөлөөлж байгаа | 1 | → <input type="text"/> |
| Нөлөөлөөгүй | 2 | |
| Мэдэхгүй | 3 | |
| 2.2. Амралт чөлөөт цагаа зөв боловсон өнгөрүүлэх боломж | | нөлөөллийн үнэлгээ |
| Нөлөөлж байгаа | 1 | → <input type="text"/> |
| Нөлөөлөөгүй | 2 | |
| Мэдэхгүй | 3 | |
| 2.3. Архи, тамхи, мансууруулах бодисын хэрэглээ | | нөлөөллийн үнэлгээ |
| Нөлөөлж байгаа | 1 | → <input type="text"/> |
| Нөлөөлөөгүй | 2 | |
| Мэдэхгүй | 3 | |
| 2.4. Нийтийн эзэмшлийн газар, орчны тохижилт | | нөлөөллийн үнэлгээ |
| Нөлөөлж байгаа | 1 | → <input type="text"/> |
| Нөлөөлөөгүй | 2 | |
| Мэдэхгүй | 3 | |
| 2.5. Нийслэл хотын бүтээн байгуулалт, хотын хөгжил | | нөлөөллийн үнэлгээ |
| Нөлөөлж байгаа | 1 | → <input type="text"/> |
| Нөлөөлөөгүй | 2 | |
| Мэдэхгүй | 3 | |
| 2.6. Нийслэл хотын гэмт хэрэг, аюулгүй байдлын түвшин | | нөлөөллийн үнэлгээ |
| Нөлөөлж байгаа | 1 | → <input type="text"/> |
| Нөлөөлөөгүй | 2 | |
| Мэдэхгүй | 3 | |



2.7	Биеэ үнэлэлт			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.8	Үйлчилгээний соёл			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.9	Иргэдийн хөдөлмөр эрхлэх боломж			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.10	Хог хаягдал, орчны бохирдол			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.11	Гадаад хэлний мэдлэг			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.12	Иргэдийн бизнес эрхлэх боломж			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.13	Шинэ найз нөхөдтэй болох боломж			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.14	Амьдралын хэв маяг			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.15	Нийгмийн амьдрал			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.16	Хотын оршин суугчдын харилцааны соёл			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.17	Хотын оршин суугчдын бие авч явах байдал			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.18	Шашин шүтлэг			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.19	Эх хэлний дархлаа			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						



2.20	Уламжлалт ёс заншил			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.21	Үндэсний урлаг, соёлын хөгжил			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.22	Урлагийн тоглолт, үзвэр, үйлчилгээний чанар, хүртээмж			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.23	Зочид буудал, зоогийн газар, худалдаа үйлчилгээний чанар			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.24	Гар урлал, бэлэг дурсгалын зүйлсийн чанар, хүртээмж			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.25	Түүх соёлын дурсгалт газар, урлагийн бүтээлийг хамгаалах			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.26	Байгалийн дурсгалт газар, байгаль орчныг хамгаалах			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.27	Нийслэл хотоор бахархах бахархал, үнэлэмж			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						
2.28	Уламжлалт соёл, түүхээрээ бахархах бахархал, үнэлэмж			<i>нөлөөллийн үнэлгээ</i>				
	Нөлөөлж байгаа	1	→	-2	-1	0	1	2
	Нөлөөлөөгүй	2						
	Мэдэхгүй	3						

III БҮЛЭГ. БУСАД

3.1	Та гадаадын иргэд, жуулчдад хэрхэн ханддаг вэ?			3.4	Танд аялал жуулчлалын салбартай холбоотой санал хүсэлт байна уу?	
	Хүндэтгэлтэй найрсаг ханддаг	1			_____	
	Хэвийн ханддаг	2			_____	
	Таагүй ханддаг	3			_____	
3.2	Гадаадын иргэд, жуулчидтай таньтай хэрхэн харьцдаг вэ?				_____	
	Хүндэтгэлтэй найрсаг ханддаг	1			_____	
	Хэвийн ханддаг	2			_____	
	Таагүй ханддаг	3			_____	
	Харьцаж байгаагүй	4			_____	
3.3	Гадаадын иргэн, жуулчид таны амьдралд хэрхэн нөлөөлдөг вэ?				_____	
	Маш сайнаар нөлөөлдөг	1			_____	
	Сайнаар нөлөөлдөг	2			_____	
	Дундаж	3		3.5	Таны нэр	_____
	Муугаар нөлөөлдөг	4			_____	
	Маш муугаар нөлөөлдөг	5		3.6	Холбоо барих утасны дугаар	
	Нөлөөлдөггүй	6			_____	



АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН НИЙГЭМ, СОЁЛЫН САЛБАРТ ҮЗҮҮЛЭХ НӨЛӨӨЛЛИЙН СУДАЛГАА

Сайн байна уу? Танд энэ өдрийн мэнд хүргэе. Нийслэлийн аялал жуулчлалын газраас аялал жуулчлалын салбарын нийгэм, соёлын салбарт үзүүлэх нөлөөллийг нарийвчлан тодорхойлох зорилгоор энэхүү судалгааг явуулж байна. Энэхүү асуулгаар авсан мэдээллийн нууцыг Монгол Улсын "Байгууллагын нууцын тухай хууль" болон "Статистикийн тухай хууль"-ийн дагуу чандлан хадгалж, зөвхөн судалгаа, шинжилгээний зорилгоор ашиглах болно.

I БҮЛЭГ. ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ

ХАЯГИЙН ХЭСЭГ

- | | |
|--|--|
| 1.1. Ярилцлага авагчийн дугаар: <input type="text"/> | 1.4. Хорооны нэр, код <input type="text"/> |
| 1.2. Асуулгын дугаар: <input type="text"/> | 1.5. Он, сар, өдөр: <input type="text"/> |
| 1.3. Дүүргийн нэр, код: <input type="text"/> | 1.6. Мэдээлэл шивэгчийн дугаар: <input type="text"/> |

СУДАЛГААНД ОРОЛЦОГЧИЙН ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ

- | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|------------------------|---------------|-------------------------|--------------|-----------------------------------|--------------|-----------------------------------|----------------------------|-------------|---|-----------|---|-----------------|---|
| 1.7. Танай байгууллагын нэр:
<input type="text"/> | 1.11. Танай байгууллагын хариуцлагын хэлбэр: | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.8. Үндсэн үйл ажиллагаа: | <table border="0"> <tr><td>Нөхөрлөл</td><td>1</td></tr> <tr><td>Хоршоо</td><td>2</td></tr> <tr><td>ХХК, дотоодын хөрөнгө оруулалттай</td><td>3</td></tr> <tr><td>ХХК, гадаадын хөрөнгө оруулалттай</td><td>4</td></tr> </table> | Нөхөрлөл | 1 | Хоршоо | 2 | ХХК, дотоодын хөрөнгө оруулалттай | 3 | ХХК, гадаадын хөрөнгө оруулалттай | 4 | | | | | | |
| Нөхөрлөл | 1 | | | | | | | | | | | | | | |
| Хоршоо | 2 | | | | | | | | | | | | | | |
| ХХК, дотоодын хөрөнгө оруулалттай | 3 | | | | | | | | | | | | | | |
| ХХК, гадаадын хөрөнгө оруулалттай | 4 | | | | | | | | | | | | | | |
| <table border="0"> <tr><td>Зочид буудал</td><td>1</td></tr> <tr><td>Зоогийн газар</td><td>2</td></tr> <tr><td>Жуулчны бааз</td><td>3</td></tr> <tr><td>Тур оператор</td><td>4</td></tr> <tr><td>Соёл урлаг, үзвэрийн газар</td><td>5</td></tr> </table> | Зочид буудал | 1 | Зоогийн газар | 2 | Жуулчны бааз | 3 | Тур оператор | 4 | Соёл урлаг, үзвэрийн газар | 5 | 1.12. Судалгаанд оролцогчийн албан тушаал | | | | |
| Зочид буудал | 1 | | | | | | | | | | | | | | |
| Зоогийн газар | 2 | | | | | | | | | | | | | | |
| Жуулчны бааз | 3 | | | | | | | | | | | | | | |
| Тур оператор | 4 | | | | | | | | | | | | | | |
| Соёл урлаг, үзвэрийн газар | 5 | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.9. Байгуулагдсан он: <input type="text"/> | <table border="0"> <tr><td>Захирал, ТУЗ-ын гишүүн</td><td>1</td></tr> <tr><td>Санхүүч, нягтлан бодогч</td><td>2</td></tr> <tr><td>Зохион байгуулагч/Менежер</td><td>3</td></tr> <tr><td>Мэргэжилтэн</td><td>4</td></tr> <tr><td>Тайлбарлагч</td><td>5</td></tr> <tr><td>Худалдагч</td><td>6</td></tr> <tr><td>Бусад/бичнэ үү/</td><td>7</td></tr> </table> | Захирал, ТУЗ-ын гишүүн | 1 | Санхүүч, нягтлан бодогч | 2 | Зохион байгуулагч/Менежер | 3 | Мэргэжилтэн | 4 | Тайлбарлагч | 5 | Худалдагч | 6 | Бусад/бичнэ үү/ | 7 |
| Захирал, ТУЗ-ын гишүүн | 1 | | | | | | | | | | | | | | |
| Санхүүч, нягтлан бодогч | 2 | | | | | | | | | | | | | | |
| Зохион байгуулагч/Менежер | 3 | | | | | | | | | | | | | | |
| Мэргэжилтэн | 4 | | | | | | | | | | | | | | |
| Тайлбарлагч | 5 | | | | | | | | | | | | | | |
| Худалдагч | 6 | | | | | | | | | | | | | | |
| Бусад/бичнэ үү/ | 7 | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.10. Ажилчдын тоо: <input type="text"/> | | | | | | | | | | | | | | | |

II БҮЛЭГ. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН НИЙГЭМ, СОЁЛД ҮЗҮҮЛЭХ НӨЛӨӨЛЛИЙН ҮНЭЛГЭЭ

Таны бодлоор аялал жуулчлалын салбар танай байгууллагад нийгэм, соёлын ямар нөлөө үзүүлдэг гэж байна вэ?

Нөлөөллийн үнэлгээ: маш сайнаар /маш эерэг/ нөлөөлнө +2 муугаар /сөрөг/ нөлөөлнө -1
сайнаар /эерэг/ нөлөөлнө +1 маш муугаар/ маш сөрөг нөлөөлнө -2
дундаж түвшинд нөлөөлнө 0

- | | | |
|--|-----|----------------------|
| 2.1. Байгууллагын гадаад харилцаа | | нөлөөллийн үнэлгээ |
| Нөлөөлж байгаа | 1 → | <input type="text"/> |
| Нөлөөлөөгүй | 2 | <input type="text"/> |
| Мэдэхгүй | 3 | <input type="text"/> |
| 2.2. Байгууллагын бүтэц зохион байгуулалт | | нөлөөллийн үнэлгээ |
| Нөлөөлж байгаа | 1 → | <input type="text"/> |
| Нөлөөлөөгүй | 2 | <input type="text"/> |
| Мэдэхгүй | 3 | <input type="text"/> |
| 2.3. Үйлчилгээний соёл | | нөлөөллийн үнэлгээ |
| Нөлөөлж байгаа | 1 → | <input type="text"/> |
| Нөлөөлөөгүй | 2 | <input type="text"/> |
| Мэдэхгүй | 3 | <input type="text"/> |
| 2.4. Бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний чанар | | нөлөөллийн үнэлгээ |
| Нөлөөлж байгаа | 1 → | <input type="text"/> |
| Нөлөөлөөгүй | 2 | <input type="text"/> |
| Мэдэхгүй | 3 | <input type="text"/> |
| 2.5. Бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний нэр төрөл /үзвэрийн тоо г.м/ | | нөлөөллийн үнэлгээ |
| Нөлөөлж байгаа | 1 → | <input type="text"/> |
| Нөлөөлөөгүй | 2 | <input type="text"/> |
| Мэдэхгүй | 3 | <input type="text"/> |
| 2.6. Бүтээгдэхүүний савалгаа, өнгө үзэмж | | нөлөөллийн үнэлгээ |
| Нөлөөлж байгаа | 1 → | <input type="text"/> |
| Нөлөөлөөгүй | 2 | <input type="text"/> |
| Мэдэхгүй | 3 | <input type="text"/> |



2.7 Ажилчдын ажиллах идэвхи, бүтээмж

Нөлөөлж байгаа	1	→
Нөлөөлөөгүй	2	
Мэдэхгүй	3	

нөлөөллийн үнэлгээ

-2	-1	0	1	2
----	----	---	---	---

2.8 Ажилчдын ур чадвар

Нөлөөлж байгаа	1	→
Нөлөөлөөгүй	2	
Мэдэхгүй	3	

нөлөөллийн үнэлгээ

-2	-1	0	1	2
----	----	---	---	---

2.9 Гадаад хэлний мэдлэг

Нөлөөлж байгаа	1	→
Нөлөөлөөгүй	2	
Мэдэхгүй	3	

нөлөөллийн үнэлгээ

-2	-1	0	1	2
----	----	---	---	---

2.10 Уламжлалт ёс заншил

Нөлөөлж байгаа	1	→
Нөлөөлөөгүй	2	
Мэдэхгүй	3	

нөлөөллийн үнэлгээ

-2	-1	0	1	2
----	----	---	---	---

2.11 Үндэсний урлаг, соёлын хөгжил

Нөлөөлж байгаа	1	→
Нөлөөлөөгүй	2	
Мэдэхгүй	3	

нөлөөллийн үнэлгээ

-2	-1	0	1	2
----	----	---	---	---

2.12 Түүх соёлын дурсгалт газар, урлагийн бүтээлийг хамгаалах

Нөлөөлж байгаа	1	→
Нөлөөлөөгүй	2	
Мэдэхгүй	3	

нөлөөллийн үнэлгээ

-2	-1	0	1	2
----	----	---	---	---

2.13 Байгалийн дурсгалт газар, байгаль орчныг хамгаалах

Нөлөөлж байгаа	1	→
Нөлөөлөөгүй	2	
Мэдэхгүй	3	

нөлөөллийн үнэлгээ

-2	-1	0	1	2
----	----	---	---	---

2.14 Нийслэл хотоор бахархах бахархал, үнэлэмж

Нөлөөлж байгаа	1	→
Нөлөөлөөгүй	2	
Мэдэхгүй	3	

нөлөөллийн үнэлгээ

-2	-1	0	1	2
----	----	---	---	---

2.15 Уламжлалт соёл, түүхээрээ бахархах бахархал, үнэлэмж

Нөлөөлж байгаа	1	→
Нөлөөлөөгүй	2	
Мэдэхгүй	3	

нөлөөллийн үнэлгээ

-2	-1	0	1	2
----	----	---	---	---

2.16 Гадаадын иргэн, жуулчид танай байгууллагын үйл ажиллагаанд хэрхэн нөлөөлдөг вэ?

Маш сайнаар нөлөөлдөг	1	Муугаар нөлөөлдөг	4
Сайнаар нөлөөлдөг	2	Маш муугаар нөлөөлдөг	5
Дундаж	3	Нөлөөлдөггүй	6

3.4 Танай байгууллагын зүгээс аялал жуулчлалын салбартай холбоотой санал хүсэлт байна уу?

Таны нэр

Холбоо барих утасны дугаар

--	--	--	--	--	--	--	--



III БҮЛЭГ. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН НӨЛӨӨЛӨЛ

3.1 Танай байгууллагаар гадаадын болон дотоодын иргэдийн аль илүү үйлчлүүлдэг вэ?, Тэдний ялгаа ямар үед ажиглагддаг вэ?

3.2 Танай байгууллагын үйл ажиллагаанд аялал жуулчлал хэрхэн нөлөөлдөг вэ?

3.3 Танай байгууллага цаашид жуулчдад зориулсан тусгайлсан үйлчилгээ үзүүлдэг үү, ямар арга хэмжээ авахаар төлөвлөж байна вэ? */Тоглолт зохион байгуулах, шинэ бүтээгдэхүүн гаргах, аялалын шинэ маршрут г.м/*

3.4 Аялал жуулчлал нь нийслэл хотын нийгэм, соёлд хэрхэн нөлөө үзүүлж байна гэж боддог вэ? Эерэг болон сөрөг нөлөө

3.5 Та аялал жуулчлалын салбартай холбоотой санал хүсэлт байна уу?



Statistical Institute for
Consulting & Analysis

АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН НИЙСЛЭЛИЙН НИЙГЭМ, СОЁЛД ҮЗҮҮЛЭХ НӨЛӨӨЛЛИЙН СУДАЛГАА

Энэхүү судалгааг Нийслэлийн аялал жуулчлалын газрын захиалгаар "Эс Ай Си Эй" ХХК хийж гүйцэтгэв.