



НИЙСЛЭЛИЙН ЗАСАГ ДАРГЫН ХЭРЭГЖҮҮЛЭГЧ АГЕНТЛАГ
АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН ГАЗАР



АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН
ТОГТВОРТОЙ ХӨГЖЛИЙН ТӨВ

Улаанбаатар хотод аялсан гадаадын жуулчдын сэтгэл ханамжийн судалгаа- 2015



Улаанбаатар хот
2015 он

Хүснэгтүүд

1. 2004 оны АЖГ -ын болон 2012 оны БОАЖЯ -ны хийсэн судалгаанууд болон 2015 оны судалгаа	4
2. Нислэг тус бүрээс авбал зохих болон авсан ярилцлага, судалгааны хувь хэмжээ.	4
Жуулчдын ерөнхий төлөв байдал	
3. Судалгаанд хамрагдсан жуулчдыг аялалын зорилго, хамрах зах зээлээр нь бүлэглэн хувааж харуулсан байдал (%)	6
4. Аялалын зорилгыг харьцуулсан байдал 2004, 2012, 2015 он	7
5. Амралтаараа аялагчид Монголыг сонгох болсон үндсэн шалтгааныг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)	7
6. Амралтаараа аялагчид Монголыг сонгох болсон үндсэн шалтгаан. 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт	8
7. Жуулчдын нас, хүйсийг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)	9
8. Жуулчдыг насны ангиллаар нь харьцуулсан байдал. 2004, 2012, 2015 оны (%)	9
9. Жуулчдын нас, хүйсийг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)	10
10. Чөлөөт цаг өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах, аялахаар эргэж ирэх магадлалыг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)	10
11. Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлахаар эргэж ирэх магадлалыг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)	11
12. Мэдээллийн эх үүсвэрийг зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)	11
13. Мэдээллийн эх үүсвэрийг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)	12
14. Мэдээллийн эх үүсвэрийг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал. 2004, 2012, 2015 он	13
Аялалын хэлбэр	
15. Аялалын зохион байгуулалтыг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)	13
16. Аялалын зохион байгуулалтыг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)	14
17. Нэг буюу олон чиглэлийн аялалыг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал График. Монголоос гадна аялаж буй орнууд	14 15
18. Аялал үргэлжлэх хугацааг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал	16
19. Аялал үргэлжлэх хугацаа. 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт	16
20. Аялал үргэлжлэх хугацааг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)	17
21. Аялал үргэлжлэх хугацааг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал. 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт	17
22. Аялсан газруудыг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)	18

23. Аялсан газруудыг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)	18
24. Аялсан газруудыг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%). 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт	19
25. Аялалын нөхцөл, үйлчилгээнд өгсөн үнэлгээг аялалд бүхэлд нь өгсөн үнэлгээтэй харьцуулсан байдал (%)	20
26. Аялалын нөхцөл, үйлчилгээнд өгсөн үнэлгээг аялалд бүхэлд нь өгсөн үнэлгээтэй харьцуулсан байдал. 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт	21
27. Аялалын нөхцөл, үйлчилгээнд өгсөн үнэлгээг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)	22

Жуулчдын өгсөн үнэлгээ

28. Аялалын нөхцөл, үйлчилгээнд өгсөн үнэлгээг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)	23
29. Аялалын нөхцөл, үйлчилгээнд өгсөн үнэлгээг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал	24
30. Аялалын нөхцөл, үйлчилгээнд өгсөн үнэлгээг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт	25
31. Аялал хүсэн хүлээж байсан түвшинд хүрсэн эсэхийг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)	26
32. Аялал хүсэн хүлээж байсан түвшинд хүрсэн эсэхийг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)	26
33. Аялал хүсэн хүлээж байсан түвшинд хүрсэн эсэхийг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%). 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт	27
34. Монгол дахин ирж, амралтаараа аялах магадлалыг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)	27
35. Монголд дахин ирж, амралтаараа аялах магадлалыг аяллын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)	28
36. Монголд амралтаараа буцаж ирэх магадлалыг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%). 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт.	28
37. Монголд аялахыг зөвлөх эсэхийг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)	29
38. Монголд аялахыг зөвлөх эсэхийг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)	29
39. Монголд аялахыг зөвлөх эсэхийг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%). 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт	30

Жуулчдын зарцуулсан зардал

40. Монгол оронд багц аялалаар аялагчдын аялалын багц үнэ, дундаж хугацаа нэг өдрийн дундаж зардлыг харьцуулсан байдал 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт (%)	31
41. Багц аялалаар аялагчдын аялалын багц үнэ, дундаж хугацаа, нэг өдрийн дундаж зардлыг зах зээлээр харьцуулсан байдал	31
42. Аялалын багц үнэ, дундаж хугацаа нэг өдрийн дундаж зардлыг зах зээлээр харьцуулсан байдал 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт	32
43. Монгол оронд бие даан аялагчдын аялалын багц үнэ, дундаж хугацаа, нэг өдрийн дундаж зардлыг харьцуулсан байдал 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт (%)	32
44. Үүргэвчтэй аялагч ба хямд зардлаар аялагчдын аялалын үнэ,	33

дундаж хугацаа, нэг өдрийн дундаж зардлыг харьцуулсан байдал	
45. Бие даан аялагчдын аялалын үнэ, дундаж хугацаа, нэг өдрийн дундаж зардлыг зах зээлээр харьцуулсан байдал	33
46. Бие даан аялагчдын аялалын үнэ, дундаж хугацаа нэг өдрийн дундаж зардлыг зах зээлээр харьцуулсан байдал 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт	34
47. Бие даан аялагчдын аялалын үнэ, дундаж хугацаа, нэг өдрийн дундаж зардлыг аялалын зорилгоор харьцуулсан байдал	34
48. Бие даан аялагчдын аялалын үнэ, дундаж хугацаа, нэг өдрийн дундаж зардлыг аялалын зорилгоор харьцуулсан байдал 2004, 2012, 2015 он	35
49. Төрөлжүүлсэн дундаж зардлыг аялалын хэлбэрээр нь харуулсан байдал	36
50. Бүх аялагчдын төрөлжүүлсэн дундаж зардлыг харьцуулсан байдал 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт	37

I. ОРШИЛ

1.1. Талархал

2015 онд Нийслэлийн Засаг Даргын хэрэгжүүлэгч агентлаг Аялал Жуулчлалын Газрын захиалгаар Улаанбаатар хотын “Чингис Хаан” олон улсын нисэх онгоцны буудалд Монгол улсад аялж буй аялагчдын сэтгэл ханамжийн санал асуулгыг амжилттай явуулахад гүн туслалцаа үзүүлсэн “Чингис Хаан” олон улсын нисэх онгоцны буудлын удирдлагад талархлаа илэрхийлж байна.

Энэхүү тайлангийн судалгаа ба боловсруулалтыг Аялал Жуулчлалын Тогтвортой Хөгжлийн Төвд профессор, доктор Д.Гансүхийн удирдсан баг хийж гүйцэтгэв.

1.2. Ерөнхий үндэслэл

Монгол улсад аялан ирж байгаа гадаадын жуулчдын тухай, тэдний ерөнхий төлөв байдал, аялалын хэлбэр, зарцуулсан зардал, санал сэтгэгдлийг судлах зорилгоор анх 1998 онд ТАСИС, 2002 онд МАЖХ/ӨЧС, 2004 онд АЖГ, 2012 онд БОАЖЯ-наас тус тус судалгааг хийсэн билээ.

Монгол орныг зорьсон жуулчдын тоо 2013 онд 417 мянга байсан бол 2014 онд 392 мянган жуулчид болон буурсан үзүүлэлттэй байна. 2014 онд дэлхийн эдийн засаг тогтворгүй байсан хэдий ч дэлхий даяар аялал жуулчлалын хөгжил улам эрчимтэй хөгжиж нийт 1.1 тэрбум жуулчид тус онд аялсан байна. Тиймээс Монголын аялал жуулчлалын салбарын өнөөгийн бодит тоо баримт, аялагчдын талаарх дэлгэрэнгүй судлалгааг явуулж цаашид мөн тогтмол судалгаа явуулж байх нь эрэлт, нийлүүлэлтийн ялгааг ойлгоход хэрэгтэй мэдээллээр хангах боломжтой юм. 2012 оны судалгаанаас хойш олон улсын жуулчдын төлөв байдлын өөрчлөлт, чиг хандлагыг тогтоох, жуулчлалын шинэ статистик мэдээллийг цуглуулах зорилгоор 2015 оны 7 дугаар сараас 8 дугаар сарын хооронд “Чингис Хаан” олон улсын нисэх онгоцны буудалд олон улсын аялал жуулчлалын шинэ судалгааг гүйцэтгэсэн болно.

1.3. Судалгааны аргачлал

Монголын аялал жуулчлалын зах зээлд чухал орнуудыг түлхүү хамруулах зорилгоор судалгааг Англи, Хятад, Япон, Солонгос, Орос гэсэн 5 хэл дээр авсан болно.

Хүснэгт 1. 2004 оны АЖГ -ын болон 2012 оны БОАЖЯ -ны хийсэн судалгаанууд болон 2015 оны судалгаа

	АЖГ/ 2004	БОАЖЯ 2012	НАЖГ/ 2015
Хугацаа	2004 оны 7 сарын 1-ээс 9 сарын 20-ныг дуустал. Нийт 80 өдөр	2012 оны 6 сарын 17-ноос 8 сарын 25-ныг дуустал. Нийт 70 өдөр	2015 оны 7 сарын 9-нөөс 8 сарын 3-ныг дуустал. Нийт 27 өдөр
Ашиглаж болох хэмжээнд бөглөсөн асуулгын хуудас	3017	3542	2041
Үр дүнг гаргасан байдал (Голлох зах зээлийг улс орноор нь хуваасан байдал)	<ul style="list-style-type: none"> - Япон - Солонгос - Хойт Америк - Австрали - Их Британи - Герман - Франц - Баруун Европын бусад орнууд - Бусад орнууд 	<ul style="list-style-type: none"> - АНУ - Солонгос - Япон - Герман - Франц - Австрали - Хятад - Нэгдсэн Вант Улс - Хонг Конг - Итали - ЕХ-ны бусад орнууд - Бусад орнууд 	<ul style="list-style-type: none"> - АНУ - Австрали - Хятад - Франц - Герман - Солонгос - Япон - Нэгдсэн Вант Улс - ЕХ-ны бусад орнууд - Бусад орнууд
Асуулгын хуудас	Англи, Герман, Япон, Солонгос, Хятад, Орос хэл дээр	Англи, Япон, Солонгос, Хятад, Орос, Герман	Англи, Япон, Хятад, Солонгос, Орос

Хүснэгт 2. Нислэг тус бүрээс авбал зохих болон авсан ярилцлага, судалгааны хувь хэмжээ.

Сонгогдсон нислэгээс түүвэрлэх жуулчны тоо

Агаарын замын 3 үндсэн чиглэл						Бусад чиглэл			
Beijing		Seoul		Moscow		Berlin	Tokyo	Frankfurt	Hong Kong
Beijing CA 902, CCA 956	Beijing OM223	Seoul OM301	Seoul KE8868	Moscow AFL-331	Moscow OM135	Bishkek TK-343	Tokyo OM501	OM 137	Hong Kong OM297, 2971
450	210	260	180	180	170	160	190	120	121
1450						591			
2041									

Нэр томъёог тайлбарлах нь

Уг судалгаанд нийт 2041 жуулчид оролцсоноос 2000 санал асуулга, судалгааны шаардлагад нийцсэн юм. Энэ судалгааны ажлын үндсэн зорилгуудын нэг бол 2004 он болон 2012 онд хийгдсэн судалгааны үр дүнтэй харьцуулалт хийх явдал бөгөөд судалгаанд хамрагдсан үндэстнүүдийг харьцуулах шаардлагатай болсон.

2004 оны судалгаанд Франц, АНУ, Нэгдсэн Вант Улс, Япон, Герман, Итали, Солонгос, Австрали, Хятад, Европын Холбооны бусад орнууд болон бусад орнууд гэсэн 11 зах зээлийн орнуудыг хамруулжээ. Энэ Европын Холбооны бусад орнууд гэдэгт Герман, Франц, Нэгдсэн Вант Улс, Италиас бусад улс орнуудыг оруулж дэлхийн бусад орнууд ангилалд дээр дурьдагдаагүй бусад орнуудыг багтаажээ.

2012 оны судалгаанд хамрагдсан тоо хэмжээг нь харгалзан үзэж зах зээлийг дараах байдлаар буюу АНУ, Солонгос, Япон, Герман, Франц, Австрали, Хятад, Нэгдсэн Вант Улс, Хонг Конг, Итали болон Европын Холбооны бусад орон болон дэлхийн бусад орнууд хэмээн 12 ангилал хийсэн. Европын Холбооны бусад орнууд гэдэгт Герман, Франц, Нэгдсэн Вант Улс ороогүй бөгөөд бусад Европын Холбооны орнууд болох Австри, Бельги, Болгар, Кипр, Швейцарь, Чех, Дани, Эстони, Финлянд, Грек, Унгар, Ирланд, Латви, Литва, Люксембург, Мальта, Нидерланд, Польш, Португал, Румын, Словак, Словени, Испани болон Швед зэрэг орнуудыг оруулжээ.

2015 оны энэхүү судалгаа, тайланд зарим нэр томъёог дараах байдлаар хэрэглэсэн болно. Үүнд:

- Солонгос гэдэгт БНСУ (Өмнөд Солонгос)
- АНУ гэдэгт Америкийн Нэгдсэн Улс
- НВУ гэдэгт Нэгдсэн Вант Улс буюу Их Британийн 4 улсыг багтаасан болно.
 - ✓ Англи
 - ✓ Шотланд
 - ✓ Хойд Ирланд
 - ✓ Уэйлз
- “ЕХ (Европын холбоо)-ны бусад орнууд” гэдэгт Испани, Португали, Нидерланд, Бельги, Андор, Люксембург, Швед, Норвеги, Финлянд Австри, Дани, Швейцарь, Итали, Мальта, Кипр, Грек, Литва, Латви зэрэг багтсан.
- Бусад бүх орнууд гэдэгт дээрх ангилалд ороогүй бусад бүх орнуудыг багтаасан
- Чөлөөт цаг өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах гэдэгт Монголд амралтаа өнгөрүүлэх, алжаалаа тайлах буюу чөлөөт цагаа өнгөрүүлэхээр ирж буй хүмүүс (Holiday / recreation / leisure)
- Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох гэдэгт хурал зөвлөгөөнд оролцох бизнесийн болон өөр бусад ажил албаны шугамаар яваа хүмүүс (Business/ Conference/ Exhibition)
- Найз нөхөд- хамаатан садандаа зочлогсад гэдэгт Монголд байгаа найз нөхөд, төрөл садандаа/ гадаадын буюу Монгол иргэд байхаас үл хамааран/ зочлон ирж байгаа хүмүүс (Visiting friends & relatives-VFR)

2. Жуулчдын ерөнхий төлөв байдал

2.1. Аялалын зорилго

Асуулт: Улаанбаатарт аялах болсон гол шалтгаан тань юу байсан бэ?

Хүснэгт 3. Судалгаанд хамрагдсан жуулчдыг аялалын зорилго, хамрах зах зээлээр нь бүлэглэн хувааж харуулсан байдал (%)

Аялалын зорилго	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ-ны бусад орнууд	Бусад бүх орнууд	Нийт
Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах	77.2	83.3	64.3	97,5	86,2	92,4	82,9	89,4	90,3	81,8	85,3
Найз нөхөд хамаатан-садандаа зочлох	11.6	13.5	11	3,5	20,8	3,2	10,7	9,6	10,8	6	9,4
Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох	8.9	1.8	30.1	3	3,8	4,4	10,7	6,4	4,2	13,5	8,1
Ажил эрхлэх	5.6	2.7	4,1	1	0,8	0	0	0	0	1,9	1,8
Сурах	0.7	0	0	0,5	0	2,5	3,6	0	0,4	0,3	0,8
Бусад	3	0	0	0,5	0,8	1,9	5	0	1,5	4,7	2,2
Нийт дүн	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Судалгаанд хамрагдсан жуулчдын 85,3% нь амралтаараа аялагчид, 8,1% нь бизнесийн зорилгоор ирэгсэд, 9,4 % найз нөхөд- хамаатан садандаа айлчлах зорилгоор Монголд иржээ. Үлдсэн 4,8%-ийг Монголд ажил эрхлэхээр ирэгсэд (1,8%), суралцахаар ирсэн оюутнууд (0,8%) болон өөр бусад зорилгоор (2.2%) ирэгсэд эзлэж байна.

АНУ (77,2%), Австрали (83,3%), Франц (97,5%), Герман (86,2%), Солонгос (92,4%), Япон (82,9 %), НВУ (89,4%) ,Европын Холбооны бусад орнууд (90,3), Бусад бүх орнууд (81,8 %) -аас ирэгсэдийн дийлэнх олонхи нь амралтаараа аялагчид байлаа. Бизнесийн зорилгоор ирэгсэдийн олонхи нь (30,1 %) Хятадаас ирсэн байна.

Хүснэгт 4. Аялалын зорилгыг харьцуулсан байдал 2004, 2012, 2015 он

Аялалын зорилго	2004	2012	2015
Судалгаанд нийт оролцсон оролцогчидын тоо	n=4148	n=3542	n=2041
Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах	68	69.6	80.8
Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох	17	15.1	7.4
Найз нөхөд, хамаатандаа зочлох	7	8.1	9.6
Сурах	2	2.8	0.5
Ажил эрхлэх	2	3.9	1.7
Бусад	4	5.3	5.2

2015 оны аялалын зорилгын үр дүнг өмнөх онуудтай харьцуулахад 2015 онд аялагчдын дийлэнх буюу 80.8% нь чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаалаа тайлах зорилгоор ирсэн байгаа нь өмнөх онуудын дүнгээс 16% -аар илүү гарсан байна. Мөн бууралттай гарсан үзүүлэлтүүдэд бизнес уулзалт, хурал, үзэсгэлэнд оролцох зорилго 7.4 буюу өмнөх онтой харьцуулахад 50% буурсан үзүүлэлттэй гарсан байна

2.2.Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаалаа тайлах аялагчид Монголыг сонгосон шалтгаан

Асуулт: Монголыг сонгох болсон гол шалтгаан тань юу байв ?

Хүснэгт 5. Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаалаа тайлах шалтгаанаар Монголыг сонгох болсон үндсэн шалтгааныг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)

Монголыг сонгох болсон шалтгаан	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ-ны бусад орнууд	Бусад орнууд	Нийт
Байгалийн гоо үзэсгэлэн сонирхох	60.2	68.2	63.8	76.2	79.2	75.3	68.6	67.4	79.5	66.5	70.3
Зэрлэг ан амьтан сонирхох	16.4	17.3	13	33.7	28.5	7.6	17.5	13	20.9	25.7	20.5
Нүүдлийн соёл, иргэншил сонирхох	50.5	47.3	21.7	58.9	56.9	25.3	41.6	54.3	54.6	44.2	47.2
Монголын түүх танилцах	39.8	35.5	20.3	25.7	32.3	19.6	38.7	33.7	23.3	37.6	31.5
Адал явдал, морь унах, явган аялал, дугуйн аялал хийх	28.1	30.9	24.6	30.7	26.9	15.8	15.3	34.8	22.5	38.9	27.7
Баяр наадам, үйл явдал сонирхох	41.1	46.4	27.5	32.7	35.4	12	39.4	47.8	38.6	32.6	35.2
Ан хийх,	2.7	1.8	5.8	0	1.5	0.3	1.5	0	1.2	1.3	1.5

загасчлах											
Бусад	0.7	9.9	7.1	6	10.1	8.2	9.5	15	10	13	21
ДҮН	299	257.3	183.8	263.9	270.8	164.1	232.1	266	250.6	259.8	254.9

Судалгааны санал асуулгын хуудсанд Монголын сонирхол татах 7 гол зүйлийг жагсааж, судалгаанд оролцогсдын хувьд Монгол орныг амралтаараа аялах газар гэдэг утгаар нь тэдгээрээс сонгох (нэгээс дээш шалтгааныг) боломжийг олгосон. Судалгаанд хамрагдсан жуулчид дунджаар 2- 3 шалтгаан дурьдсан байна. Монголыг сонгох болсон гол шалтгаануудад Байгалийн үзэсгэлэнт байдал (70,3%), Баяр наадам, үйл явдал сонирхох (35.2%) Нүүдлийн соёл, иргэншил (47,2%), Адал явдалт аялал (25,7%) Зэрлэг ан амьтан, амьд байгаль (20%), зэргийг нэрлэжээ.

Европын Холбооны орнууд (79.5%), Герман (79.2%), Франц (76.2%), (Солонгос 75.3%) зэрэг орнуудаас ирэгсэдийн сонирхол татсан гол зүйл нь Монголын байгалийн үзэсгэлэнт байдал байжээ.

Монгол орны зэрлэг ан амьтан, амьд байгаль, Монголын соёл, Монголын түүхийн хувьд бүх орноос ирэгсдийн анхаарлыг ижил хэмжээгээр татаж байсан байна. АНУ (28.1%), НВУ (34.8%), бусад орнууд (38.9%) болон Францаас (30.7%) амралтаараа ирсэн аялагчид Монголын адал явдалт аяллын хамгийн том зах зээл болсон байна.

2015 оны судалгааны үндсэн зорилгуудын нэг нь 2004, 2012 оны судалгаатай харьцуулалт хийж үзэх явдал билээ. 2005 оны судалгааны тайланд Монгол оронд чөлөөт цаг, амрах зорилготой ирсэн жуулчдын хариулт дээр голчлон дүгнэлт хийсний дагуу энэ судалгааны үр дүнг хийсэн.

Хүснэгт 6. Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаалаа тайлах шалтгаанаар Монголыг сонгох болсон үндсэн шалтгаан. 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт

Монголыг сонгох болсон шалтгаан	2004	2012	2015
Байгалийн гоо үзэсгэлэн сонирхох	53	60.7	70.3
Зэрлэг ан амьтан сонирхох	20	9.4	20.5
Нүүдлийн соёл, иргэншил сонирхох	35	42.8	47.2
Монголын түүх танилцах	16	11.3	31.5
Адал явдал, морь унах, явган аялал, дугуйн аялал хийх	19	12.1	27.7
Баяр наадам, үйл явдал сонирхох	5	М/Б	35.2
Ан хийх, загасчлах	1	1.9	1.5
Бусад шалтгаан	4	12.4	21

Амралтаараа аялагчид Монголыг сонгох болсон шалтгааныг өмнөх онуудын судалгаатай харьцуулахад Байгалийн гоо үзэсгэлэнг сонирхох аялагчид дийлэнх буюу 70% -ийг эзэлж байна. Мөн нүүдлийн соёл, иргэншлийг нийт амралтаараа аялагчдын 47% буюу хагас орчим нь сонгосон бол баяр наадам 35.2%, түүх 31.5%, адал явдал, морь унах, явган аялал, дугуйн аялал 27.7% болон зэрлэг ан амьтан сонирхохоор 20.5% аялагчид Монголыг зорьсон байна.

2.3. Нас, хүйс

Асуулт: Та аль насны бүлэгт хамаарч байна вэ ? (Тухайн хүний хүйсийг ярилцлага авагч тэмдэглэж авна)

Хүснэгт 7. Жуулчдын нас, хүйсийг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)

Нас хүйс	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ-ны бусад орнууд	Бусад орнууд	Нийт
Эр	49	54,5	44,4	39,6	32,6	37,1	51,1	48,9	61,2	59,2	51,8
Эм	51	45,5	55,6	60,4	37,4	62,9	48,9	51,1	38,8	40,8	48,2
Дүн	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
15-19 насны	4,7	0,9	4,2	6	2,3	5,1	0,7	6,4	3,9	5	3,7
20-29 насны	18,7	18,9	12,5	23,9	21,5	29,3	8,6	25,5	14,8	22,9	19,5
30-39 насны	11,4	21,6	31,9	29,4	21,5	12,7	8,6	25,5	14,8	22,9	20
40-49 насны	17,7	12,6	25	10,9	16,2	18,5	12,7	25,5	15,6	20,1	17,4
50-59 насны	17,7	12,6	19,4	10,9	14,6	20,4	13,7	10,6	20,2	18,2	15,6
60-69 насны	18,1	26,1	6,9	13,4	25,4	12,7	38,1	12,8	19,5	10	18,1
70с дээш	11,7	7,2	0	5,5	4,5	2,5	18	1,1	4,3	3,8	5,7
Дүн	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Жуулчдын дунд хүйсийн харьцааг ерөнхийд нь авч үзвэл эрэгтэйчүүд 51,8%-ийг эзэлж давамгайлсан байдалтай байна. Эрэгтэй аялагчид Европын Холбооны бусад орнуудаас (61,2%) хамгийн их ирсэн бол Германаас (32,6%) хамгийн бага ирсэн байна.

Насны бүлгээр нь авч үзвэл Монголд аялагчдын дунд 30- 40 насныхан хамгийн их хувийг (20%) эзлэж байна. Гэсэн хэдий ч ерөнхийд нь авч үзвэл нийт аялагчдын 56,8 %-ийг 40-өөс дээш насныхан эзлэж байна. Солонгос улсаас ирэгсдийн дунд 30 хүртэлх насны залуучууд нэлээд хувийг буюу 35% -ийг эзлэж байсан бол АНУ, Австрали, Герман болон Японоос ирэгсдийн хувьд ахмад насныхан голлож байв.

Хүснэгт 8. Аялагчдыг насны ангиллаар нь харьцуулсан байдал. 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт (%)

Он	15-19 насны (%)	20-29 насны (%)	30-39 насны (%)	40-49 насны (%)	50-59 насны (%)	60-69 насны (%)	70с дээш	Дүн (%)
2004	5	21	24	21	16	13	М/Б	100
2012	3.5	20.6	20.1	15.9	19.1	15.4	5.4	100
2015	4,1	19,4	19,4	17	16,5	17,6	6,4	100

Аялагчдыг насны ангиллаар өмнөх онуудын судалгаатай харьцуулахад томоохон өөрчлөлт гараагүй бөгөөд ялангуяа 2012 оны тоотой ойролцоо байгаа нь энэхүү судалгааны бусад үр дүнг 2012 оны судалгаатай харьцуулан судлахад оновчтой байж болохоор байна.

Хүснэгт 9. Жуулчдын нас, хүйсийг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)

Нас, хүйс	Чөлөөт цаг өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах	Найз нөхөд- хамаатан садандаа зочлох	Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох	Ажил эрхлэх	Сурах	Бусад	Дүн
Эр	49	62	58	49	33	61	52
Эм	51	38	42	51	67	39	48
Дүн	100	100	100	100	100	100	100
15-19 насны	3.9	3	2.8	6.3	14.3	22.5	4.2
20-29 насны	18.8	14.4	16.9	37.5	50	30	19.3
30-39 насны	18.1	26.3	26.1	31.3	14.3	17.5	18.9
40-49 насны	16.9	19.2	23.2	12.5	0	12.5	17.1
50-59 насны	16.4	14.4	20.4	12.5	0	10	16.6
60-69 насны	19	13.8	8.5	0	14.3	7.5	17.6
70с дээш	7	9	2.1	0	7.1	0	6.4
Дүн	100	100	100	100	100	100	100

Монголд найз нөхөд, хамаатан садандаа зочлон ирэгсдийн дийлэнх нь (62%) эрэгтэйчүүд байсан бол Монголд сурахаар зорьж ирэгсдийн 67% нь эмэгтэй байсан байна. Чөлөөт цагаараа аялагчдийн хувьд хүйсийн харьцаа 49/ 51 байсан байна.

Насаар авч үзвэл чөлөөт цаг өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлахаар Монголыг зоригсод 20- 70 нас хүртэл жигд, насны ангилал бүрт дунджаар 17% орчим төлөөллүүд хамрагдсан байна.

2.4. Аялалын давтамж

Асуулт: Та урьд өмнө нь Монголд ирж байсан уу? Хэрэв тийм бол хэдэн удаа ирж байсан бэ ?

Хүснэгт 10. Чөлөөт цаг өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах, аялахаар эргэж ирэх магадлалыг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)

Урьд өмнө нь хэдэн удаа ирж байсан бэ ?	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ-ны бусад орнууд	Бусад орнууд	Нийт
Ирж байгаагүй	86.8	86.5	61.6	89.1	80.5	88.1	72.9	85.1	92.3	82.6	82.5
Ирж байсан	13.2	13.5	38.4	10.9	19.5	13.9	13.1	14.9	7.7	17.4	17.5
Дүн	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Судалгаанд хамрагдсан нийт жуулчдын 82.5% нь анх удаа ирсэн бөгөөд тэдгээрээс хамгийн өндөр хувьтай нь Европын Холбооны орнууд 92,3% -тай байсан байна, Харин Монголд дахин эргэж ирэгсдийн олонхи нь Хятад (38,4%) болон Герман (19,5%) -аас байсан байна.

Хүснэгт 11. Чөлөөт цаг өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлахаар эргэж ирэх магадлалыг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)

Урьд өмнө нь хэдэн удаа ирж байсан бэ ?	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах	Найз нөхөд-хамаатан садандаа зочлох	Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох	Ажил эрхлэх	Сурах	Бусад	Дүн
Ирж байгаагүй	88,8	62,5	55,5	56,3	92,9	60	84,4
Ирж байсан	11,2	37,5	44,5	43,7	7,1	40	15,6
Дүн	100	100	100	100	100	100	100

Анх удаа ирэгсдийн ихэнхийг амралтаараа аялагчид (88,8%) болон суралцахаар ирэгсэд (92,9%) эзлэж байв. Бизнесийн зорилгоор ирэгсдийн 44,5% нь дахин ирэгсэд байлаа. Мөн түүнчлэн анх удаа ирэгсдийн дунд найз нөхөд, хамаатан садандаа зочлох (62,5%), ажил эрхлэх зорилгоор (56,3%) ирж байгаа нь харагдаж байлаа.

2.5. Мэдээллийн эх үүсвэр

Асуулт: Монголын талаарх мэдээлэл олж авсан мэдээллийн гол эх үүсвэр тань юу байсан бэ ?

Хүснэгт 12. Мэдээллийн эх үүсвэрийг зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)

Мэдээллийн эх үүсвэр	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ-ны бусад орнууд	Бусад орнууд	Нийт
Аялалын хөтөч ном	49.5	51.8	22.2	60.7	60	19.5	30.9	60.2	57.5	39.2	46.4
Интернэт	71.9	70.9	36.1	65.7	58.5	39.6	22.3	72	63.7	64.9	59.5
Нийгмийн сүлжээ FB, YouTube, Blogs	18.8	15.5	12.5	8	6.9	18.2	6.5	22.6	15.4	18	14.8
Монголд аялсан хүмүүс	29.4	29.1	18.1	27.9	31.5	35.1	28.8	31.2	23.9	30.1	28.8
Монгол хүмүүс	25.1	25.5	44.4	19.4	40	13.6	26.6	19.4	17.8	19	23
TV баримтат кино мэдээлэл	15.8	20	6.9	16.9	23.1	1.9	2.2	20.4	13.5	11.1	13.1
Мэргэжлийн тусгай сэтгүүл	7.9	2.7	6.9	7	5.4	1.3	14.4	4.3	4.2	6	6.2
Аялалын оператор	27.1	27.3	18.1	24.9	18.5	6.5	20.1	20.4	22	25.3	22
Өмнөх аялал	5.9	9.1	5.6	5	4.6	1.9	5	8.6	4.2	5.4	5.3
Бизнес албаны хүмүүс	4	1.8	15.3	1	1.5	1.9	6.5	2.2	0.8	7.6	3.9
Аялалын үзэсгэлэн	1	0	4.2	0	1.5	0	0.7	2.2	0	1.3	0.8
НИЙТ	347	127	86	231	149	176	159	2	296	361	2041

Судалгааны санал асуулгын хуудсанд 11 мэдээллийн үндсэн эх үүсвэрийг жагсааж өгсөн бөгөөд судалгаанд хамрагдагсад нэгээс илүүг сонгох боломжийг олгосон. Судалгаанд хамрагдсан жуулчдын дунд мэдээллийн хамгийн түгээмэл 3 эх үүсвэрт: аялалын хөтөч ном (46.4%), интернэтийн мэдээлэл (59.5%), монголд аялсан хүмүүсээс авсан мэдээлэл (28,8%) тус тус оржээ.

Интернэтийг аялалын мэдээллийн эх үүсвэртээ хамгийн өргөнөөр ашигласан улсуудад АНУ (71.9%), Австрали (70.9%) мөн НВУ (72%) байсан нь судалгаанаас харагдаж байгаа бол дараагийн томоохон эх үүсвэр болох аялалын хөтөч номыг хамгийн өргөнөөр хэрэглэж буй улсуудад Франц (60.7%), Герман (60%) мөн НВУ (60.2%) орсон байна.

Хүснэгт 13. Мэдээллийн эх үүсвэрийг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)

Мэдээллийн эх үүсвэр	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах	Найз нөхөд- хамаатан садандаа зочлох	Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох	Ажил эрхлэх	Сурах	Бусад	Дүн
Аялалын хөтөч ном	50.5	31	23.9	30.8	34.4	30.8	46.3
Интернэт	61.4	45.8	54.2	38.5	53.1	66.7	59.5
Нийгмийн сүлжээ FB, YouTube, Blogs	15.5	13.7	14.8	7.7	18.8	12.8	14.8
Монголд аялсан хүмүүс	29.1	26.8	27.5	61.5	37.5	41	28.7
Монгол хүмүүс	20.3	63.7	25.4	30.8	40.6	33.3	22.9
TV баримтат кино мэдээлэл	13.8	10.1	3.5	23.1	25	12.8	13
Мэргэжлийн тусгай сэтгүүл	6.8	3,6	3.5	0	6.3	5.1	6.2
Аялалын оператор	24.7	10.1	7.7	7.7	3.1	12.8	22.1
Өмнөх аялал	3.9	12.5	8.5	7.7	15.6	23.1	5.3
Бизнес албаны хүмүүс	0.9	3	32.4	7.7	34.4	12.8	3.9
Аялалын үзэсгэлэн	0.8	1.2	1.4	0	3.1	2.6	0.8

Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах зорилготой аялагчдын хувьд мэдээллийн хамгийн чухал эх үүсвэр нь Интернэтийн мэдээлэл (61,4%), Аялалын хөтөч ном (50,5%) болж байсан байна.

Найз нөхөд- хамаатан садандаа зочлогсдын 63% нь Монгол хүмүүсээс, бизнесийн зорилгоор ирэгсдийн 54.2% нь бизнес буюу албаны сувгийг мэдээллийн гол эх үүсвэр хэмээн хариулсан байна.

Хүснэгт 14. Мэдээллийн эх үүсвэрийг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал. 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт

Мэдээллийн эх үүсвэр	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах			Найз нөхөд-хамаатан садандаа зочлох			Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох		
	2004	2012	2015	2004	2012	2015	2004	2012	2015
Аялалын хөтөч ном	42	37.3	50.5	18	17.9	31	20	35.6	23.9
Интернэт	39	63.7	61.4	21	51.9	45.8	33	45.3	54.2
Нийгмийн сүлжээ FB, YouTube, Blogs	М/Б	10.5	15.5	М/Б	6.7	13.7	М/Б	10.4	14.8
Монголд аялсан хүмүүс	М/Б	34.5	29.1	М/Б	30	26.8	М/Б	38.2	27.5
Монгол хүмүүс	М/Б	19.1	20.3	М/Б	31	63.7	М/Б	62.1	25.4
TV, баримтат кино, мэдээлэл	13	16.3	13.8	8	3.2	10.1	5	12.8	3.5
Мэргэжлийн тусгай сэтгүүл	8	9.1	6.8	2	1.9	3.6	2	3.4	3.5
Аялалын оператор	30	28.9	24.7	5	7.3	10.1	8	8.4	7.7
Өмнөх аялал	7	5.8	3.9	15	17.2	12.5	9	17.4	8.5
Бизнес албаны хүмүүс	1	1.1	0.9	1	36.2	3	35	2.7	32.4
Аялалын үзэсгэлэн	М/Б	1.1	0.8	М/Б	1.7	1.2	М/Б	0	1.4

Монголын талаар ямар мэдээллийн эх сурвалжаар дамжуулан аялалын мэдээллээ авсан талаар судлахад чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах зорилгоор ирсэн аялагчдын 61% нь интернэтээр мэдээллээ авсан байна. Энэхүү хэмжээ нь 2012 онтой харьцуулахад ижил хэмжээнд байгаа бөгөөд Монголыг зоригсдын гол мэдээллийн эх үүсвэр нь интернэт байсаар байгааг нотолж байна. Хоёр дахь гол мэдээллийн эх үүсвэр нь аяллын хөтөч ном (50.5%) байсан нь 2012 онтой харьцуулахад өссөн үзүүлэлт гарч байна.

Монголруу бизнес уулзалтаар аялаж буй аялагсдын 54% нь интернэтийг мэдээллийн эх үүсвэрээр ашиглаж байгаа нь 2012 онтой харьцуулахад өсөлттэй гарсан байна. Найз нөхөд хамаатан садандаа зочлох аялагчдын дийлэнх буюу 63.7% нь Монгол хүмүүсээр дамжуулж мэдээлэл авсан гэж мэдэгдсэн бол дараагийн гол мэдээллийн эх үүсвэр нь интернет- 45.8% -тай тус тус гарсан байна.

3. Аялалын хэлбэр

3.1. Аяллын бэлтгэл, зохион байгуулалт

Асуулт: Та багц аялалд хамрагдсан уу, эсвэл өөрөө аялалаа зохион байгуулсан уу ?

Хүснэгт 15. Аялалын зохион байгуулалтыг хамрах зэх зээлээр нь харуулсан байдал (%)

Аялалын бэлтгэл, зохион байгуулалт	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ-ны бусад орнууд	Бусад орнууд
Багц аялал	48,7	42,6	30,6	61,3	38,5	59,5	50,7	35,5	51,4	52
Хувиараа	51,3	57,4	69,4	38,7	61,5	40,5	49,3	64,5	48,6	48
Дүн	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Судалгаанд хамрагдсдын 48% нь аялалаа өөрсдөө төлөвлөн аялсан гэж мэдэгдсэн бол 52% нь багц аялалд хамрагдсан байна. Франц (61,3%), Солонгос (59,5%), ЕХ-ны бусад орнууд (51,4%) болон Япон (50,7%) жуулчид голдуу багц аялалд хамрагдан аялсан байна. Харин Хятад (69.4%), НВУ (64.5%), Герман (61.5%), Австрали (57.4%) ирэгсдийн хувьд илүү хувиараа аялалаа зохион байгуулдаг байна.

Хүснэгт 16. Аялалын зохион байгуулалтыг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)

Аяллын бэлтгэл зохион байгуулалт	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах	Найз нөхөд-хамаатан садандаа зочлох	Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох	Ажил эрхлэх	Сурах	Бусад	Дүн
Багц аялал	55.8	17.7	9.5	57.1	12.5	30.8	49.8
Хувиараа	44.2	82.3	90.5	42.9	87.5	69.2	50.2
Дүн	100	100	100	100	100	100	100

Монголд чөлөөт цаг өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах зорилгоор ирэгсдийн 55.8 % нь аяллаа тур оператороор дамжуулан зохион байгуулсан байна.

Оюутан болон бизнесийн зорилгоор ирэгсэд мөн найз нөхөд- хамаатан садандаа айлчлагдсын хувьд тэдний байр болон зохион байгуулалтыг сургалтын болон бизнесийн хамтрагч мөн найз нөхөд- хамаатан садан нь зохион байгуулсан болох нь тодорхой байна.

3.2. Нэг буюу олон чиглэлийн аялал

Асуулт: Энэ аялалынхаа хүрээнд та Монголоос гадна өөр оронд аялах уу ?

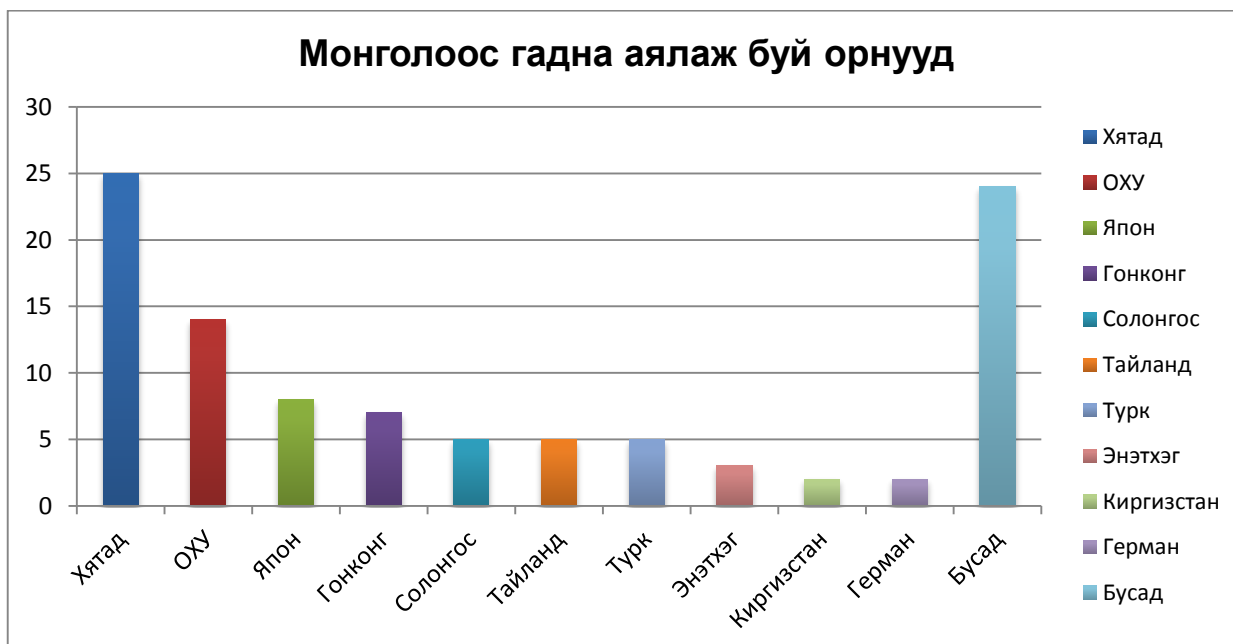
Хүснэгт 17. Нэг буюу олон чиглэлийн аялалыг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал

Аялалын төрөл ба олон чиглэлийн аялалд хамрагдсан улс орнууд	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ-ны бусад орнууд	Бусад орнууд	Нийт
Нэг чиглэлийн аялал (зөвхөн Монголд чиглэсэн аялал)	57	46	93	77	80	91	96	52	69	63	72
Олон чиглэлийн аялал (Монголоос гадна өөр улс орныг хамарсан аялал)	43	54	7	23	20	9	4	48	31	37	28
Дүн	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Жуулчдын олонх нь (72%) өөр улс оронд аялахгүйгээр зөвхөн Монголд (нэг чиглэлийн аялал) аялжээ. Үлдсэн 28% нь Монголоос гадна нэг буюу түүнээс дээш оронд (олон чиглэлийн аялал) аялжээ.

Нэг чиглэлээр аялагчдын хувьд Хятад (93%), Солонгос (91%), Япон (96%), Герман (80%) Франц (77%) жуулчид хамгийн олон байсан бол олон чиглэлээр аялагчдын дунд АНУ (43%), Австрали (54%) болон НВУ (48%) жуулчид голлон аялжээ.

График 1. Монголоос гадна аялаж буй орнууд



Бүх аялагчдын 28% нь Монгол оронд аялаж байгаа энэ аялалынхаа үеэр өөр улс орнуудаар аялаж байгаа гэж хариулжээ.

Монголоос гадна энэ аялалдаа өөр улс орнуудаар аялна гэж хариулсан аялагчдын голлох аялалын зах зээлээс дурьдахад Хятад (25%), Орос (14%), Япон (8 %) мөн Хонг Конг (7%) байсан байна.

3.3. Аялалын үргэлжлэх хугацаа

Асуулт: Та Монголд хэдийд ирсэн бэ ? (Ирсэн ба явсан сар, өдөрт үндэслэн аялал үргэлжлэх хугацааг тооцож гаргасан болно).

Хүснэгт 18. Аялал үргэлжлэх хугацааг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал

Аялал үргэлжлэх хугацаа	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ-ны бусад орнууд	Бусад орнууд	Нийт
1-3 хоног	1	5	13	3	3	10	17	1	6	6	6
4-7 хоног	16	10	19	10	6	38	58	17	9	23	20
8-14 хоног	43	42	42	50	30	34	18	39	43	31	38
15-21 хоног	22	34	20	25	39	14	4	36	34	26	25
22 ба түүнээс дээш хоног	18	9	6	13	22	3	2	7	8	14	11
Нийт дүн	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Жуулчдын аялсан хоног (дунджаар)	15.7	15.4	11	14	16.7	9	6.9	15	14.5	14	13.9

Судалгаанд хамрагдсан жуулчдын Монголд аялсан аялалын дундаж хугацаа 18.5 хоног байлаа. Нийт судалгаанд хамрагдсан жуулчдын дийлэнх нь (38%) 8- 14 хоног Монголд аялсан бол 1- 3 хоног аялсан жуулчид хамгийн бага буюу 6% -ийг эзэлж байв.

Зах зээлээр нь авч үзвэл Япон жуулчдын 58% нь Монгол руу 4- 7 хоног аялсан бол Франц жуулчдын 50% нь 8- 14 хоног Монголд тус тус аялсан байна. Харин Герман жуулчдын дийлэнх буюу 61% нь Монголд 14 хоногоос дээш хугацаагаар аялсан нь бусад зах зээлуудтэй харьцуулахад хамгийн өндөр байна.

Хүснэгт 19. Аялал үргэлжлэх хугацаа. 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт

Аялал үргэлжлэх хугацаа	2004 (%)	2012	2015
1-3 хоног	7	5	6
4-7 хоног	25	25	20
8-14 хоног	28	30	38
15-21 хоног	21	21	25
22 ба түүнээс дээш хоног	20	19	11
Нийт дүн	101	100	100
Жуулчдын аялсан хоног (дунджаар)	15.3	15.8	13.9

Аялалын үргэлжлэх хугацааг өмнөх оны судалгаануудтай харьцуулахад аялалын дундаж хугацаа 18 хоног болж өссөн байгаа ба гол өсөлтүүд 8- 21 хоногийн аялалд гарсан байна.

Хүснэгт 20. Аялал үргэлжлэх хугацааг тодорхой зах зээлээр нь харуулсан байдал 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт

Аялал үргэлжлэх хоног	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ-ны бусад орнууд	Бусад орнууд
2004	13.6	15.4	8.5	19	18.3	8.1	7.1	18.6	16	12
2012	18.5	17.5	13.6	19.6	18.7	9.0	6.4	19.4	16.9	19.9
2015	15.7	15.4	11	14	16.7	9.0	6.9	15	14.5	14

Аялал үргэлжлэх хугацааг зах зээлээр нь өмнөх оны судалгаануудтай харьцуулж үзэхэд дундаж хоногоор Японы зах зээл 8% өсөлттэй мөн Солонгосын зах зээл 2012 оны судалгаатай харьцуулахад ижил түвшинд гарсан бол бусад бүх зах зээлийн аялалын дундаж хоног 11- 30% хүртэл бууралттай гарсан байна.

Хүснэгт 21. Аялал үргэлжлэх хугацааг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)

Аялал үргэлжлэх хугацаа	Цөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах	Найз нөхөд-хамаатан садандаа зочлох	Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох	Ажил эрхлэх	Сурах	Бусад	Дүн
1-3 хоног	4	5	25	8	10	18	6
4-7 хоног	21	13	33	4	0	14	21
8-14 хоног	38	44	22	27	70	14	37
15-21 хоног	27	28	9	4	0	25	25
22 ба түүнээс дээш хоног	10	11	11	58	20	29	11
Нийт дүн	100	100	100	100	100	100	100
Жуулчдын аялсан хоног (дунджаар)	13.7	13.5	11	18.5	13.7	14	13.9

Судалгаагаар ажил эрхлэгчид Монголд хамгийн удаан хугацаагаар буюу дунджаар 18.5 хоног байсан бол бусад зорилгоор айлчлагсад дунджаар 14 хоног байсан ба түүний дараа амралтаараа ирэгсэд (дунджаар 13.7 хоног), сурахаар ирэгсэд (дунджаар 13.7 хоног) мөн найз нөхөд- хамаатан садандаа айлчлагсад (дунджаар 13.5 хоног) тус тус орсон байна.

Хүснэгт 22. Аялал үргэлжлэх хугацааг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал. 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт

Аялал үргэлжлэх хугацаа	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах			Найз нөхөд-хамаатан садандаа зочлох			Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох		
	2004	2012	2015	2004	2012	2015	2004	2012	2015
1-3 хоног	6	5.5	4	10	7.2	5	11	22.2	25
4-7 хоног	32	24.9	21	28	17.9	13	45	30.5	33
8-14 хоног	27	29.5	38	22	34.4	44	22	19.5	22
15-21 хоног	21	21.8	27	20	17.9	28	6	7.7	9
22 ба түүнээс дээш хоног	14	18.2	10	20	22.7	11	16	20.1	11
Нийт дүн	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Жуулчдын аялсан хоног (дунджаар)	13.0	14.4	13.7	15.6	16.1	13.5	12.4	14.2	11

Аялал үргэлжлэх хугацааг өмнөх оны судалгаатай харьцуулахад чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах зорилгоор ирэгсэд (8-21 хоног хүртэлх хоног) өссөн бол 1- 7 хоног болон 22 хоногоос дээш хугацаагаар аялагчдын тоо буурсан байна. Найз нөхөд, хамаатан садандаа зочлох болон бизнес уулзалт хийх, хурал үзэсгэлэнд оролцох аялагчдын дундаж аялалын хоног 16% болон 23% -аар тус тус буурсан байна.

3.4. Жуулчдын аялсан газрууд болон хоногуудын хуваарилалт

Асуулт: Монголд байх хугацаандаа дараах газрууд, үндэсний парк болон сонирхол татахуйц газруудын алинд нь очсон бэ ? Очсон газар бүхэндээ хэд хоносон бэ ? (Өдрийн аялалыг оруулалгүйгээр тооцсон болно)

Хүснэгт 23. Аялсан газруудыг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)

Аялсан газрууд	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ-ны бусад орнууд	Бусад орнууд
Улаанбаатар	94	98	90	92	97	89	90	96	93	98
Тэрэлж	39	41	22	13	66	13	35	29	26	35
Алтай Таван Богд	12	17	15	5	12	5	4	5	11	17
Тэрхийн цагаан нуур	7	17	7	10	11	18	2	15	16	10
Чингис Хааны өлгий нутаг	8	18	22	13	11	12	9	12	10	17
Хөвсгөл нуур	35	36	10	19	27	21	6	31	21	22
Хар хорин, Эрдэнэзуу	29	30	12	65	50	13	16	39	53	29
Говь	41	40	15	49	55	19	9	34	53	30
Хөгнөговь,	6	6	1	11	10	7	0	7	14	11

Баянговь										
Амарбаясгалант	7	9	0	6	11	1	0	9	7	6
Дорнын тал	7	7	0	7	8	0	0	4	9	5
Хустайн нуруу	21	15	7	26	13	2	13	19	19	15
Бусад	7	14	1	16	9	2	6	11	10	7
Дүн	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Ихэнхи жуулчид аяллын хөтөлбөрийн дагуу хэд хэдэн газруудаар аялсан байдаг учраас судалгаанд жуулчдын сонирхол татдаг 12 газрыг дурьдан өгч, тэдэнд хэд хэдэн сонголтыг хийх боломжийг олгосон.

Тодорхой зах зээлээр нь авч үзвэл Улаанбаатараас гадна жуулчдын хамгийн их очсон газар бол Герман жуулчдын хувьд Тэрэлж мөн Франц болон Герман жуулчдын хувьд Хар хорин, Эрдэнэзуу орсон байна. Говь руу зоригсдын хувьд АНУ, Австрали, Франц, Герман болон ЕХ-ны бусад орнуудын жуулчдын хоёр дахь гол чиглэл болдог байна.

Хүснэгт 24. Аялсан газруудыг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)

Аялсан газрууд	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах	Найз нөхөд-хамаатан сандандаа зочлох	Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох	Ажил эрхлэх	Сурах	Бусад	Дүн
Улаанбаатар	94	93	90	81	90	97	91
Тэрэлж	34	28	14	50	60	38	37
Алтай Таван Богд	12	4	2	4	0	10	5
Тэрхийн цагаан нуур	12	6	1	12	10	14	9
Чингис Хааны өлгий нутаг	12	21	12	15	10	10	13
Хөвсгөл нуур	25	19	5	42	10	24	21
Хар хорин, Эрдэнэзуу	40	15	5	0	0	24	14
Говь	42	17	17	35	20	17	25
Хөгнөговь, Баянговь	10	1	2	12	0	3	5
Амарбаясгалант	6	4	0	12	0	3	4
Дорнын тал	6	4	2	12	0	10	6
Хустайн нуруу	18	9	6	27	20	14	16
Бусад	9	7	3	4	0	14	6
НИЙТ	1726	100	135	32	12	36	2041

Бусад зорилгоор ирэгсдийн хувьд жуулчдыг бодвол Монголд хамгийн олон газруудаар аялсан байна. Тэдний хувьд хамгийн сонирхол татсан газруудад Тэрэлж (38%) Хөвсгөл (24%) болон Хар хорин, Эрдэнэзуу (24%) тус тус оржээ.

Чөлөөт цагаараа аялагсдын хувьд, тэд Тэрэлж (34%), Говь (42%), Хар хорин (40%) болон Хөвсгөл (25%) -ийг тус тус сонирхож аялсан байна.

Хүснэгт 25. Аялсан газруудыг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%). 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт

Аялсан газрууд	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах			Найз нөхөд- хамаатан садандаа зочлох			Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох		
	2004	2012	2015	2004	2012	2015	2004	2012	2015
Улаанбаатар	92	94.8	94	90	94.3	93	93	83.6	90
Тэрэлж	27	37	34	2	46.6	28	28	23.3	14
Алтай Таван Богд	47	2.1	12	23	5.7	4	12	2.1	2
Тэрхийн цагаан нуур	44	3.9	12	21	6	6	15	3.9	1
Чингис Хааны өлгий нутаг	8	6	12	8	9.4	21	3	6	12
Хөвсгөл нуур	26	5.2	25	8	17.1	19	4	5.2	5
Хар хорин, Эрдэнэзуу	25	6.2	40	11	19.8	15	10	6.2	5
Говь	2.8	19	42	1.9	15.4	17	1.7	19	17
Хөгнөговь, Баянговь	М/Б	2.8	10	М/Б	3	1	М/Б	2.8	2
Амарбаясгалант	М/Б	1.5	6	М/Б	2.7	4	М/Б	1.5	0
Дорнын тал	М/Б	4.5	6	М/Б	7	4	М/Б	4.5	2
Хустайн нуруу	М/Б	11.6	18	М/Б	22.5	9	М/Б	11.6	6
Бусад	М/Б	М/Б	9	М/Б	М/Б	7	М/Б	М/Б	3

Өмнөх судалгааны үр дүнтэй харьцуулахад чөлөөт цагаараа аялагсдын хувьд, Алтай Таван Богд (12%), Хар хорин, Эрдэнэзуу (40%), Говь (42%) болон Хөвсгөл нуурыг зорьсон аяллуудад гол өөрчлөлт гарсан нь дэд бүтцийн хөгжлийг дагаад аялагчдын аялалын маршрутад илүү олон аялалын чиглэлүүдийг нээн өгч байгаа нь сайшаалтай үзүүлэлт юм.

4. Жуулчдаас өгсөн үнэлгээ

4.1. Аялалын нөхцөл, үйлчилгээнд өгсөн үнэлгээг аялалд бүхэлд нь өгсөн үнэлгээтэй харьцуулсан байдал

Асуулт: Дараах аялалын нөхцөл болон үйлчилгээнүүдээс авсан бол тэдгээрийн түвшинд ерөнхийд нь ямар үнэлгээ өгөх вэ ?

Тэдгээрт Онц, Сайн, Хангалттай, Дунд, Муу гэсэн аль нэг үнэлгээг өгнө үү?

Монголд хийсэн аялалаа бүхэлд нь хэрхэн үнэлж байна вэ? (Үнэлгээний схемийг тухайн жуулчинд үзүүлнэ)

Хүснэгт 26. Аялалын нөхцөл, үйлчилгээнд өгсөн үнэлгээг аялалд бүхэлд нь өгсөн үнэлгээтэй харьцуулсан байдал (%)

Аялалын нөхцөл үйлчилгээ	Онц (1)	Сайн (2)	Хангалттай (3)	Дунд (4)	Муу (5)	Нийт	Дундаж үнэлгээ
Тур операторын үйлчилгээ	42	38	11	7	3	100	1.94
Гар урлалын зүйлсийн чанар	21	47	20	10	2	100	2.24
Орон байрны чанар	16	39	30	12	4	100	2.49
Нүүдлийн соёл	46	38	11	4	1	100	1.77
Цаг агаар	22	43	20	11	4	100	2.32
Шөнийн клуб, амьдрал	18	33	28	13	8	100	2.58
Нутгийнхны найрсаг байдал	46	34	14	5	2	100	1.83
Аялалын үеийн хөтөлбөр	33	45	17	4	1	100	1.97
Хангалттай үзмэр үйлчилгээ	21	42	24	9	3	100	2.30
Гэр баазын үйлчилгээ	25	42	22	8	3	100	2.21
Хөтөчийн үйлчилгээ, мэдлэг	35	37	17	7	4	100	2.08
Төлсөн үнэдээ таарсан үйлчилгээ авсан	27	43	20	8	2	100	2.14
Орон нутгийн тээвэр	22	37	24	12	5	100	2.41
Дотоодын нислэгийн үнэ үйлчилгээ	20	42	25	9	4	100	2.35
Дэлгүүр шоппинг	19	42	27	10	3	100	2.36
Аялалын аюулгүй байдал	32	42	18	6	2	100	2.05

Жуулчид ерөнхийдөө Монголд хийсэн аялалдаа их нааштай үнэлгээ өгсөн бөгөөд дундаж үнэлгээ (2.19) байгаа нь “сайн” гэдэг үнэлгээ байна. Судалгаанд хамрагдсан жуулчид аяллаа бүхэлд нь “онц” (28%), “сайн” (40%) хэмээн үнэлсэн бол 20% нь “хангалттай”, 8% нь “дунд” 3% нь “муу” гэсэн үнэлгээг тус тус өгсөн байна.

Энэ удаагийн санал асуулгад оролцсон жуулчид хамгийн өндөр үнэлгээг нүүдэлчин соёлд (1.77 оноо) өгсөн бол, тур операторын үйлчилгээ (1.94 оноо), нутгийнхны найрсаг байдал (1.83 оноо) “сайн” гэсэн үнэлгээг жуулчдын зүгээс авсан байна.

Харин хамгийн доогуур үнэлгээг шөнийн клуб (2.58 оноо), орон байрны чанар (2.49 оноо), дэлгүүр шоппинг (2.36 оноо) -ын үйлчилгээ тус тус авсан байна.

Хүснэгт 27. Аялалын нөхцөл, үйлчилгээнд өгсөн үнэлгээг аялалд бүхэлд нь өгсөн үнэлгээтэй харьцуулсан байдал. 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт

Аялалын нөхцөл үйлчилгээ	Онц (1)			Сайн (2)			Хангалттай (3)			Дунд (4)			Муу (5)			Дундаж үнэлгээ		
	2004	2012	2015	2004	2012	2015	2004	2012	2015	2004	2012	2015	2004	2012	2015	2004	2012	2015
Тур операторын үйлчилгээ	36	31.4	42	40	38.3	38	13	21.5	11	6	6.8	7	5	2.3	3	2.04	2,11	1.94
Гар урлалын чанар	15	15.4	21	46	43.8	47	30	26.7	20	8	12.4	10	1	1.8	2	2.34	2,41	2.24
Орон байрны чанар	26	9.1	16	54	36.3	39	13	34.6	30	5	15.7	12	2	4.3	4	2.03	2,70	2.49
Нүүдлийн соёл	13	43.7	46	32	39.3	38	33	12.8	11	15	3.5	4	7	0.7	1	2.71	1,80	1.77
Цаг агаар	19	20.3	22	32	46.1	43	32	23.4	20	9	8.4	11	8	1.8	4	2.55	2,25	2.32
Шөнийн клуб, амьдрал	38	10.6	18	36	30.6	33	15	32.6	28	7	19.4	13	4	6.9	8	2.03	2,82	2.58
Нутгийнхны найрсаг байдал	4	40.2	46	48	35.4	34	28	15.9	14	8	6.4	5	2	2.1	2	2.36	1,95	1.83
Аялалын үеийн хөтөлбөр	22	29.7	33	49	42	45	20	21.2	17	7	5.9	4	2	1.2	1	2.18	2,07	1.97
Хангалттай үзвэр үйлчилгээ	25	17.7	21	45	39.2	42	19	27.6	24	9	12.7	9	2	2.7	3	2.18	2,44	2.30
Гэр баазын үйлчилгээ	М/Б	24	25	40	40.1	42	7	24.9	22	3	9.0	8	1	2.0	3	1.67	2,25	2.21
Хөтөчийн үйлчилгээ	М/Б	30.8	35	М/Б	32.6	37	М/Б	22.3	17	М/Б	10.5	7	М/Б	3.7	4	М/Б	2,24	2.08
Төлсөн үнэдээ таарсан үйлчилгээ	М/Б	19.8	27	М/Б	38.3	43	М/Б	29.2	20	М/Б	10.1	8	М/Б	2.6	2	М/Б	2,38	2.14
Орон нутгийн тээвэр	М/Б	9.7	22	М/Б	25.1	37	М/Б	28	24	М/Б	21.9	12	М/Б	15.3	5	М/Б	3,08	2.41
Дотоодын нислэг	М/Б	13.1	20	М/Б	35.4	42	М/Б	31.4	25	М/Б	14.8	9	М/Б	5.3	4	М/Б	2,64	2.35
Дэлгүүр шопинг	М/Б	8.8	19	М/Б	35.1	42	М/Б	38.5	27	М/Б	14.5	10	М/Б	3.1	3	М/Б	2,68	2.36
Аялалын аюулгүй байдал	М/Б	21.8	32	М/Б	37.7	42	М/Б	25.1	18	М/Б	11.2	6	М/Б	4.1	2	М/Б	2,38	2.05

Хүснэгт 28. Аялалын нөхцөл, үйлчилгээнд өгсөн үнэлгээг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)

Аялалын нөхцөл, үйлчилгээ	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ-ны бусад орнууд	Бусад орнууд	Нийт
Тур операторын үйлчилгээ	1.94	1.93	1.90	1.93	1.93	1.94	1.90	1.92	1.93	1.94	1.93
Гар урлалын зүйлсийн чанар	2.24	2.24	2.23	2.24	2.23	2.24	2.22	2.23	2.23	2.24	2.23
Орон байрны чанар	2.49	2.49	2.48	2.49	2.49	2.49	2.48	2.48	2.49	2.49	2.49
Нүүдлийн соёл	1.77	1.77	1.76	1.77	1.76	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77
Цаг агаар	2.32	2.33	2.31	2.32	2.32	2.32	2.31	2.31	2.32	2.32	2.32
Шөнийн клуб, амьдрал	2.58	2.59	2.56	2.58	2.58	2.59	2.56	2.58	2.58	2.58	2.58
Нутгийнхны найрсаг байдал	1.83	1.84	1.82	1.83	1.83	1.83	1.82	1.83	1.83	1.83	1.83
Аялалын үеийн хөтөлбөр	1.97	1.97	1.96	1.97	1.96	1.97	1.96	1.96	1.97	1.97	1.97
Хангалттай үзмэр үйлчилгээ	2.30	2.30	2.28	2.30	2.29	2.30	2.28	2.29	2.30	2.30	2.29
Гэр баазын үйлчилгээ	2.21	2.20	2.19	2.21	2.20	2.20	2.19	2.20	2.20	2.21	2.20
Хөтөчийн үйлчилгээ, мэдлэг	2.08	2.07	2.06	2.07	2.07	2.07	2.06	2.07	2.07	2.08	2.07
Төлсөн үнэдээ таарсан үйлчилгээ авсан	2.14	2.13	2.12	2.13	2.13	2.13	2.12	2.13	2.13	2.14	2.13
Орон нутгийн тээвэр	2.41	2.40	2.39	2.40	2.40	2.40	2.38	2.39	2.40	2.41	2.40
Дотоодын нислэгийн үнэ үйлчилгээ	2.35	2.35	2.34	2.35	2.35	2.36	2.34	2.35	2.35	2.35	2.35
Дэлгүүр шоппинг	2.36	2.35	2.34	2.35	2.35	2.35	2.34	2.35	2.35	2.36	2.35
Аялалын аюулгүй байдал	2.06	2.06	2.04	2.05	2.05	2.06	2.04	2.05	2.05	2.05	2.05

Аялалын нөхцөл, үйлчилгээнд өгсөн үнэлгээг зах зээлээр нь харьцуулан үзэхэд улс хооронд том зөрүү гараагүй бөгөөд хамгийн сайн үнэлгээг нүүдлийн соёл (1.77 оноо), нутгийнхны найрсаг байдал (1.8 оноо), тур операторын үйлчилгээ (1.93 оноо) болон аялалын үеийн хөтөлбөрүүдэд (1.97 оноо) өгсөн байна.

Хүснэгт 29. Аялалын нөхцөл, үйлчилгээнд өгсөн үнэлгээг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал

Аялалын нөхцөл, үйлчилгээ	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах	Найз нөхөд-хамаатан садандаа зочлох	Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох	Ажил эрхлэх	Сурах	Бусад	Дүн
Тур операторын үйлчилгээ	1.94	1.92	1.90	1.92	1.69	1.92	1.88
Гар урлалын зүйлсийн чанар	2.24	2.23	2.22	2.23	2.17	2.23	2.22
Орон байрны чанар	2.49	2.49	2.48	2.49	2.40	2.49	2.47
Нүүдлийн соёл	1.77	1.76	1.76	1.76	2.69	1.77	1.92
Цаг агаар	2.32	2.32	2.31	2.32	2.27	2.32	2.31
Шөнийн клуб, амьдрал	2.59	2.57	2.56	2.57	2.50	2.57	2.56
Нутгийнхны найрсаг байдал	1.83	1.83	1.82	1.83	1.73	1.83	1.81
Аялалын үеийн хөтөлбөр	1.97	1.97	1.96	1.96	1.86	1.97	1.95
Хангалттай үзмэр үйлчилгээ	2.30	2.29	2.28	2.29	2.20	2.29	2.28
Гэр баазын үйлчилгээ	2.21	2.20	2.19	2.19	2.09	2.20	2.18
Хөтөчийн үйлчилгээ, мэдлэг	2.08	2.07	2.06	2.07	1.93	2.07	2.05
Төлсөн үнэдээ таарсан үйлчилгээ авсан	2.14	2.13	2.12	2.13	2.02	2.13	2.11
Орон нутгийн тээвэр	2.40	2.40	2.39	2.40	2.27	2.40	2.38
Дотоодын нислэгийн үнэ үйлчилгээ	2.35	2.34	2.34	2.34	2.26	2.34	2.33
Дэлгүүр шоппинг	2.36	2.35	2.34	2.35	2.28	2.35	2.34
Аялалын аюулгүй байдал	2.05	2.05	2.04	2.05	1.96	2.05	2.03
Дундаж үнэлгээ	2.19	2.18	2.17	2.18	2.14	2.18	2.17

Монгол оронд суралцахаар ирэгсэд аялалдаа дунджаар 2.14 оноо өгсөн байгаа нь ерөнхий дунджаас дээгүүр байна. Харин чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах зорилгоор ирэгсэд аялалдаа хамгийн доогуур үнэлгээ буюу 2.19 оноог өгсөн нь ерөнхий дунджаас (2.17 оноо) дээгүүр үнэлгээ юм.

Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах аялагчид хамгийн өндөр үнэлгээг нүүдлийн соёл (1.77 оноо), тур операторын үйлчилгээ (1.94 оноо) болон нутгийнхны найрсаг байдалд (1.83) өгсөн байна. Харин хамгийн доогуур үнэлгээг шөнийн клуб, амьдрал (2.59 оноо), орон байрны чанар (2.49 оноо), орон нутгийн тээвэрт (2.40 оноо) тус тус өгсөн байна.

Бизнесийн зорилгоор ирэгсэд нь хамгийн өндөр үнэлгээг нүүдлийн соёл (1.76 оноо), нутгийнхны найрсаг байдал (1.82 оноо), тур операторын үйлчилгээнд (1.90 оноо) өгсөн бол хамгийн доогуур үнэлгээг шөнийн амьдрал, клуб (2.56 оноо), орон байрны чанар (2.48 оноо), орон нутгийн тээвэрт (2.39 оноо) тус тус өгсөн байна.

Найз нөхөд- хамаатан садандаа айлчлагдын хувьд хамгийн өндөр үнэлгээг мөн адил нүүдлийн соёл (1.76 оноо), нутгийнхны найрсаг байдал (1.83 оноо), тур операторын үйлчилгээнд (1.92 оноо) өгсөн бол хамгийн доогуур үнэлгээг шөнийн амьдрал, клуб (2.57 оноо), орон байрны чанар (2.49 оноо) болон орон нутгийн тээвэрт (2.39) тус тус өгсөн байна.

Хүснэгт 30. Аялалын нөхцөл, үйлчилгээнд өгсөн үнэлгээг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт

Аялалын нөхцөл үйлчилгээ	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах			Найз нөхөд- хамаатан садандаа зочлох			Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох			Нийт		
	2004	2012	2015	2004	2012	2015	2004	2012	2015	2004	2012	2015
Тур операторын үйлчилгээ	2.09	2.04	1.94	2.18	2.31	1.92	2.0	2.42	1.90	2.01	М/Б	1.88
Гар урлалын зүйлсийн чанар	2.49	2.43	2.24	2.79	2.17	2.23	2.39	2.47	2.22	2.40	М/Б	2.22
Орон байрны чанар	2.02	2.71	2.49	1.71	2.55	2.49	1.93	2.66	2.48	2.12	М/Б	2.47
Нүүдлийн соёл	2.70	1.74	1.77	2.75	1.73	1.76	2.60	1.94	1.76	2.73	М/Б	1.92
Цаг агаар	2.56	2.24	2.32	2.74	2.2	2.32	2.39	2.27	2.31	2.51	М/Б	2.31
Шөнийн клуб, амьдрал	2.06	2.86	2.59	2.18	2.62	2.57	2.35	2.69	2.56	1.97	М/Б	2.56
Нутгийнхны найрсаг байдал	2.34	1.89	1.83	2.16	1.94	1.83	2.41	2.11	1.82	2.52	М/Б	1.81
Аялалын үеийн хөтөлбөр	2.50	2.0	1.97	2.27	2.01	1.97	2.13	2.50	1.96	2.34	М/Б	1.95
Хангалттай үзмэр үйлчилгээ	2.12	2.4	2.30	2.23	2.4	2.29	2.20	2.67	2.28	2.07		2.28
Гэр баазын үйлчилгээ	1.63	2.2	2.21	1.81	2.14	2.20	1.96	2.31	2.19	1.65		2.18
Хөтөчийн үйлчилгээ, мэдлэг	М/Б	2.2	2.08	М/Б	2.19	2.07	М/Б	2.58	2.06	М/Б		2.05
Төлсөн үнэдээ таарсан үйлчилгээ авсан	М/Б	2.3	2.14	М/Б	2.35	2.13	М/Б	2.7	2.12	М/Б		2.11
Орон нутгийн тээвэр	М/Б	3.01	2.40	М/Б	3.45	2.40	М/Б	3.46	2.39	М/Б		2.38
Дотоодын нислэгийн үнэ үйлчилгээ	М/Б	2.59	2.35	М/Б	2.61	2.34	М/Б	2.79	2.34	М/Б		2.33
Дэлгүүр шоппинг	М/Б	2.66	2.36	М/Б	2.56	2.35	М/Б	2.81	2.34	М/Б		2.34
Аялалын аюулгүй байдал	М/Б	2.29	2.05	М/Б	2.46	2.05	М/Б	2.67	2.04	М/Б		2.03

4.2. Аялал хүсэн хүлээж байсан түвшинд хүрсэн эсэх

Асуулт: Аялал тань хүсэн хүлээж байсан түвшинд хүрсэн үү ?

Хүснэгт 31. Аялал хүсэн хүлээж байсан түвшинд хүрсэн эсэхийг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)

Аялал хүсэн хүлээсэн түвшинд хүрсэн	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ-ны бусад орнууд	Бусад орнууд	Нийт
Маш их	56.8	49.5	26	33.3	39.5	25.8	41	55.9	44.1	38.8	42
Их	36.5	43.2	53.4	54.2	51.9	54.1	53.2	37.6	46.5	49.1	47.2
Дунд	4.7	4.5	15.1	8.5	7.8	17	5.8	2.2	8.2	10	8.3
Муу	2	1.8	4.1	4	0.8	3.8	0	2.2	0.4	1.9	2
Маш муу	0	0.9	1.4	0	0	0.6	0	2.2	0.8	0.3	0.4
Нийт	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Судалгаанд хамрагдсан жуулчдаас Монголд хийсэн аялал нь хүсэн хүлээж байсан түвшинд нь хүрсэн эсэхийг “маш их”, “их”, “дунд”, “муу”, “маш муу” гэсэн шатлалтай үнэлгээний схемийг ашиглан асуусан болно.

Судалгаанд хамрагдсан жуулчдын 89% нь аялал хүсэн хүлээж байсан түвшинд бүрэн хүрсэн хэмээн хариулж, ерөнхийд нь аялалдаа сэтгэл хангалуун байна гэдгээ илэрхийлсэн байлаа. Харин 8.3% нь “дунд” гэсэн хариултыг өгсөн бол 2.4% нь аялал хүсэн хүлээж байсан түвшинд огт хүрсэнгүй буюу “маш муу” хэмээн хариулсан байна.

Аялал хүсэн хүлээж байсан түвшинд бүрэн хүрсэн гэж хариулагчдын тоог зах зээлээр нь авч үзвэл АНУ (56.8%), НВУ (55.9%), Австрали (49.5%) улсаас ирсэн жуулчдын дунд хамгийн өндөр байсан бол Солонгос (25.8%), Франц (33.3%) болон Хятад (26%) улсаас ирсэн жуулчдын хувьд хамгийн цөөн байжээ.

Хятад (1.4%) болон НВУ (2.2%) -ын жуулчдаас аялал хүсэн хүлээж байсан түвшинд хүрсэн эсэх талаар асуусан асуултанд “бүрэн бус” эсхүл “үгүй” гэсэн хариултыг өгсөн байна.

Хүснэгт 32. Аялал хүсэн хүлээж байсан түвшинд хүрсэн эсэхийг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)

Аялал хүсэн хүлээсэн түвшинд хүрсэн	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах	Найз нөхөд-хамаатан садандаа зочлох	Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох	Ажил эрхлэх	Сурах	Бусад	Дүн
Маш их	43	46.3	32.9	50	35.7	37.5	42.1
Их	47	42.1	52.4	37.5	50	50	47.2
Дунд	7.7	9.8	11.9	12.5	14.3	10	8.3
Муу	2.2	1.8	0.7	0	0	2.5	2
Маш муу	0.3	0	2.1	0	0	0	0.4
Дүн	100	100	100	100	100	100	100

Монголд суралцахаар ирэгсдийн 85.7%, ажил эрхлэхээр ирэгсдийн 87.5% нь аялал тэдний хүсэн хүлээсэн түвшинд хүрсэн гэж хариулсан байна.

Мөн амралтаараа аялагсдын 90%, найз нөхөд- хамаатан садандаа айлчлагсдын 89%, бусад зорилгоор ирэгсдийн 87.5% нь аялал тэдний хүсэн хүлээж байсан түвшинд хүрсэн гэдэг хариултыг өгчээ.

Бизнесийн зорилгоор ирэгсдийн 2,7% мөн бусад зорилгоор ирэгсдийн 2.5% нь аялал хүсэн хүлээж байсан түвшинд хүрсэн эсэх асуултанд “муу” эсхүл “маш муу” гэж тус тус хариулсан байна.

Хүснэгт 33. Аялал хүсэн хүлээж байсан түвшинд хүрсэн эсэхийг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%) 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт

Аялал хүсэн хүлээсэн түвшинд хүрсэн	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах			Найз нөхөд-хамаатан садандаа зочлох			Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох			Нийт		
	2004	2012	2015	2004	2012	2015	2004	2012	2015	2004	2012	2015
Маш их	84	88,6	43	80	87,2	46.3	77	82,5	32.9	84	М/Б	42.1
Их	15	М/Б	47	18	М/Б	42.1	22	М/Б	52.4	15	М/Б	47.2
Дунд	1	9,2	7.7	2	10,7	9.8	1	15,4	11.9	1	М/Б	8.3
Муу	М/Б	М/Б	2.2	М/Б	М/Б	1.8	М/Б	М/Б	0.7	М/Б	М/Б	2
Маш муу	М/Б	2,3	0.3	М/Б	2,1	0	М/Б	2,1	2.1	М/Б	М/Б	0.4
Дүн	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

4.3. Монголд дахин эргэж ирэх магадлал

Асуулт: *Ирэх таван жилийн хугацаанд та Монголд дахин ирж, амралтаараа аялах магадлал хэр өндөр байна вэ ?*

Судалгаанд хамрагдсан жуулчдаас ирэх таван жилийн хугацаанд Монголд дахин ирж, амралтаараа аялах магадлал ямар байгааг дараахи гурван хариултын аль нэгийг сонгон хариулахыг хүссэн болно. Үүнд:

- Тийм
- Үгүй
- Мэдэхгүй гэсэн хариултауд өгөгдсөн.

Хүснэгт 34. Монголд дахин ирж, амралтаараа аялах магадлалыг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)

Буцаж ирэх магадлал	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ-ны бусад орнууд	Бусад бүх орнууд	Нийт
Тийм	48	46.8	69.9	49.3	51.9	67.3	41	57.4	41	55.9	51.3
Үгүй	14.6	18	6.8	17.9	12.2	9.4	9.4	11.7	18.8	15.3	14.3
Мэдэхгүй	37.4	35.1	23.3	32.8	35.9	24.5	49.6	30.9	40.2	28.8	34.4
Дүн	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Судалгаанд хамрагдсан жуулчдын 51.3% нь Монголд дахин ирнэ гэж хариулсан бол 34.4% нь “мэдэхгүй”, 14.3% нь “үгүй” хэмээн хариулсан байна.

Голлох зах зээлийн орнуудын хувьд, Хятад аялагчдын 69.9% мөн Солонгос аялагчдын 67.3% нь Монголд дахин ирнэ хэмээн хариулсан бол Япон аялагчдын дийлэнх буюу 49.6% нь “мэдэхгүй” хэмээн хариулсан байна.

Хүснэгт 35. Монголд дахин ирж, амралтаараа аялах магадлалыг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)

Буцаж ирэх магадлал	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах	Найз нөхөд-хамаатан садандаа зочлох	Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох	Ажил эрхлэх	Сурах	Бусад	Дүн
Тийм	47.2	73.7	75	75	57.1	66.7	51.2
Үгүй	15.7	2.4	5.6	6.2	14.3	15.4	14.3
Мэдэхгүй	37.1	24	19.4	18.8	28.6	17.9	34.5
Дүн	100	100	100	100	100	100	100

Нийт жуулчдын дотроос Монголд эргэж ирэх магадлал чөлөөт цагаараа аялагчдын хувьд хамгийн бага буюу 47.2% гэж гарсан байна.

Монголд найз нөхөд- хамаатан садандаа айлчлагсад (73.7%) буцаж ирэх хамгийн өндөр магадлалтай байсан бол тэдний дараа, бизнесийн зорилгоор ирэгсэд (75%), ажил эрхлэхээр ирэгсэд (75%), бусад зорилгоор ирэгсэд (66.7%) тус тус орсон байна.

Амралтаараа аялагчдын 37.1% нь Монголд буцаж ирэх эсэхээ “мэдэхгүй”, 15.7% нь “үгүй” гэж хариулжээ.

Хүснэгт 36. Монголд амралтаараа буцаж ирэх магадлалыг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%). 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт.

Буцаж ирэх магадлал	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах			Найз нөхөд- хамаатан садандаа зочлох			Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох		
	2004	2012	2015	2004	2012	2015	2004	2012	2015
Тийм	25	54.9	47.2	50	75.1	73.7	39	84.7	75
Үгүй	35	13.1	15.7	26	8.1	2.4	32	3.2	5.6
Мэдэхгүй	26	32	37.1	15	16.8	24	21	12.1	19.4
Дүн	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Өмнөх судалгааны үр дүнтэй харьцуулахад чөлөөт цагаараа аялагсдын Монгол руу дахин ирэх магадлал буурсан (47.2%) үзүүлэлт харагдаж байгаа бол бизнес уулзалт хийх зорилгоор ирэгсдийн хувьд мөн бууралттай (75%) гарсан байна.

Харин найз нөхөд, хамаатан садандаа зочлохоор аялагсдын хувьд “тийм” гэж хариулсан нь өмнөх оны судалгаатай харьцуулахад өөрчлөлт бага байна.

4.4. Монголыг амралтаараа аялах газар болох талаас нь өөр бусдад зөвлөх эсэх

Асуулт: Та найз нөхөд, төрөл садандаа амралтаараа Монголд аялахыг зөвлөх үү ?

Хүснэгт 37. Монголд аялахыг зөвлөх эсэхийг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал (%)

Монголд аялахыг зөвлөсөн	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ-ны бусад орнууд	Бусад орнууд	Нийт
Магадлал ихтэй	56.1	56.8	60.3	59.2	51.2	62.3	34.5	56.4	46.5	53.1	53.2
Магадгүй	29.6	36	23.3	33.3	38	32.1	54	35.1	45.7	30.9	35.7
Эргэлзээтэй	12	5.4	8.2	5.5	10.1	6.3	10.1	3.2	7.4	13.1	9
Магадлал багатай	1.7	1.8	2.7	1.5	0	0.6	0.7	5.3	0.4	1.9	1.5
Бараг үгүй	0.7	0	5.5	0.5	0.8	0	0.7	0	0	0.9	0.7
Дүн	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Судалгаанд хамрагдсан нийт жуулчдын 54% нь Монголыг амралтаараа аялах газар болох талаас нь зөвлөх магадлал ихтэй хэмээх хариултыг сонгосон бол 15% нь “эргэлзээтэй”, 2% нь “бараг үгүй” гэж хариулжээ.

“Тийм” гэсэн хариултыг олонх орны жуулчид сонгосон бөгөөд хамгийн өндөр хувийг Солонгос (62,3%), Франц (59.2%), Австрали (56.8%), НВУ (56.4%) болон АНУ (56.1%) тус тус эзлэж байна.

Харин Япон жуулчид хамгийн бага буюу 34.5% -ийг эзлэж байгаа нь бусад орнуудаас ихээхэн зөрүүтэй байна.

Хүснэгт 38. Монголд аялахыг зөвлөх эсэхийг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%)

Монголд аялахыг зөвлөсөн	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах	Найз нөхөд-хамаатан садандаа зочлох	Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох	Ажил эрхлэх	Сурах	Бусад	Дүн
Магадлал ихтэй	53.7	53.3	51	50	21.4	47.5	53.2
Магадгүй	36.8	33.5	28.7	28.1	42.9	27.5	35.6
Эргэлзээтэй	7.6	11.4	15.4	18.8	35.7	22.5	9
Магадлал багатай	1.4	1.2	2.1	0	0	2.5	1.4
Бараг үгүй	0.5	0.6	2.8	3.1	0	0	0.7
Дүн	100	100	100	100	100	100	100

Аяллын зорилгоор нь авч үзвэл Монголд ажил эрхлэхээр ирэгсдийн 50% нь найз нөхөд, хамаатан садандаа Монголд амралтаараа аялахыг зөвлөнө гэж хариулсан бол амралтаараа аялагчдын 53.7%, бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох жуулчдын 51% мөн бусад зорилгоор ирэгсдийн 47.5% нь мөн ийм хариултыг өгсөн байна.

Монголд аялахыг бусдад зөвлөх хамгийн бага магадлалтай аялагчид нь суралцахаар ирэгсэд буюу оюутнууд нийт судалгааны 21.4% хувийг эзэлж байгаа нь урд өмнөх жилүүдийн судалгаанаас багассан үзүүлэлт ажиглагдаж байна.

Хүснэгт 39. Монголд аялахыг зөвлөх эсэхийг аялалын зорилгоор нь харуулсан байдал (%). 2004, 2012, 2015 оны харьцуулалт

Монголд аялахыг зөвлөсөн	Чөлөөт цагаа өнгөрүүлэх, амрах, алжаал тайлах			Найз нөхөд-хамаатан садандаа зочлох			Бизнес уулзалт хийх, хуралд оролцох			Нийт		
	2004	2012	2015	2004	2012	2015	2004	2012	2015	2004	2012	2015
Магадлал ихтэй	81	85.5	53.7	73	79.1	53.3	72	72.6	51	78	М/Б	53.2
Магадгүй	М/Б	М/Б	36.8	М/Б	М/Б	33.5	М/Б	М/Б	28.7	М/Б	М/Б	35.6
Эргэлзээтэй	18	11.8	7.6	22	17.2	11.4	25	22.7	15.4	19	М/Б	9
Магадлал багатай	М/Б	М/Б	1.4	М/Б	М/Б	1.2	М/Б	М/Б	2.1	М/Б	М/Б	1.4
Бараг үгүй	1	2.7	0.5	5	3.7	0.6	3	4.6	2.8	3	М/Б	0.7
Дүн	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

5. Жуулчдын зарцуулсан зардал

5.1. Аялагчдын нийт болон нэг өдрийн дундаж зардал

Асуулт: Та багц аялалаар аялаж байгаа юу? бие даан аялаж байна уу?

Асуулт: Та Монголд хийсэн багц аялалдаа хэдийг зарцуулсан бэ?

Монгол оронд багц аялалаар аялагчид

Монгол оронд ирж багц аялалаар аялсан гэдэг ойлголтод аялалын үйлчилгээг урьдчилан тохирч бүх үнээ төлсөн, стандартчлагдсан багц аялагчдыг оруулан ойлгоно. Багц аялагчдын зардлыг өдрийн дундаж зардлаар тооцдог бөгөөд багц аялалдаа төлж буй үнийн нийт дүнг тухайн газар зарцуулж буй хоногийн тоондоо хуваан, өдрийн дундаж зардлыг гаргадаг олон улсад дагаж мөрддөг жишиг тооцоо байдгийг 2002 он ба 2005 оны судалгаанд ашиглажээ.

Хүснэгт 40. Монгол оронд багц аялалаар аялагчдын аялалын багц үнэ (\$), дундаж хугацаа, нэг өдрийн дундаж зардлыг харьцуулсан байдал 2004, 2012, 2015 (%)

Үнэлгээ	2005	2012	2015
Аялалын дундаж багц үнэ	2142	2548	4303
Аялалын дундаж хугацаа	14	13,4	13
Нэг өдрийн дундаж үнэ	153	190	331

2004 он болон 2012 оны судалгаатай харьцуулахад багц аялалаар аялагчдын аялалын дундаж хугацаа нь уртсаагүй харин нэг өдрийн дундаж зардал 141 ам доллараар нэмэгдэж, 331 ам доллар болон өссөн байна.

Хүснэгт 41. Багц аялалаар аялагчдын аялалын багц үнэ (\$), дундаж хугацаа, нэг өдрийн дундаж зардлыг зах зээлээр харьцуулсан байдал

	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ бусад орнууд	Бусад орнууд
Дундаж зардал	6020	5737	2178	4452	4709	2612	1956	3960	4088	4425
Өдөр	14	16.3	11	14	16.7	8.4	6	15	14	13.7
Өдрийн дундаж зардал	430	352	198	318	282	311	326	264	292	323

НВУ, АНУ, Австралийн жуулчид Монголд дунджаар 14- 16 хоног аялаж, өдөрт дунджаар 264 -430 ам долларыг зарцуулжээ.

Хамгийн бага өдрийн дундаж зардалтай зах зээлээр Хятад (198 ам доллар), НВУ (264 ам доллар) болон Герман (282 ам доллар) улсууд орсон байна. Япон, Солонгос жуулчдын, багц аялалын хугацаа хамгийн бага буюу 6 ба 8.4 өдөр байсан бол хамгийн олон хоногтой багц аялагчид Герман (16.7 өдөр), Австрали (16.3 өдөр) болон НВУ (15 өдөр) тус тус байжээ.

Хүснэгт 42. Аялалын багц үнэ (\$), дундаж хугацаа, нэг өдрийн дундаж зардлыг зах зээлээр харьцуулсан байдал 2004, 2012, 2015

	Он	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ бусад орнууд	Бусад орнууд
Нийт үнэ	2004	3022	2367	1652	2188	1698	1335	1183	1926	1997	1446
	2012	4842	3959	2479	3357	2069	1024	798	4963	3428	2924
	2015	6020	5737	2178	4452	4709.4	2612	1956	3960	4088	4425

	Он	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ бусад орнууд	Бусад орнууд
Дундаж хугацаа	2004	12	16	10	16	18	6	6	18	14	12
	2012	16	15.7	15.5	15.4	15.5	5.3	6	19.5	15.2	14.3
	2015	14	16.3	11	14	16.7	8.4	6	15	14	13.7

	Он	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ бусад орнууд	Бусад орнууд
Нэг өдрийн зардал	2004	251	145	165	135	95	223	189	107	145	117
	2012	302.5	252.1	159.8	218.6	133.4	194.7	133	236.3	225.7	204.2
	2015	430	352	198	318	282	311	326	264	292	323

Багц аялалаар аялагчдын өдрийн дундаж зардлыг 2004 он болон 2012 оны судалгаатай харьцуулахад багц аялалын үнэ нь нилээд өссөн боловч Монголд аялах аяллын хугацаанд нь төдийлөн өөрчлөлт ороогүй байна.

Нэг өдрийн дундаж зардал нь АНУ 430 ам доллар, Австрали 352 ам доллар, НВУ 264 ам доллар болж өссөн ба Япон аялагчдын нэг өдрийн дундаж зардал 326 ам доллар, Солонгос аялагчдын нэг өдрийн дундаж зардал 311 ам доллар болж эрс өссөн нь ажиглагдаж байна.

Хүснэгт 43. Монгол оронд бие даан аялагчдын аялалын багц үнэ, дундаж хугацаа, нэг өдрийн дундаж зардлыг харьцуулсан байдал 2004, 2012, 2015 (%)

Үнэлгээ	2004	2012	2015
Аялалын үнэ	674	2018	3778
Аялалын дундаж хугацаа	15	16,7	14.7
Нэг өдрийн дундаж үнэ	44	120	257

2004 он ба 2012 онд аялсан бие даан аялагчдын өдрийн дундаж зардалтай харьцуулахад 2015 оны бие даан аялагчдын зарцуулсан нийт зардал 3778 ам доллар, нэг өдрийн дундаж зардал нь 257 ам доллар болж өссөн байна.

Энд сүүлийн жилүүдэд Монгол орны уул уурхайн салбарын хөгжлийг дагаад бизнес болон ажиллахаар ирэгсэд бие даан Монгол оронд аялсан гэсэн хариултын хувьд бодит нөлөөг үзүүлж байна гэж судлаачдын баг дүгнэж байна.

Мөн энэ асуултандаа бодитой хариулт авахын тулд асуулга судалгааны хуудас дээрх сүүлийн асуулт болох *Та дараах бүлэг аялагчдын аль категорит нь өөрийгээ хамруулах вэ?* гэсэн асуултын “*үүргэвчтэй аялагч буюу backpacker*”, “*хямд төсөр төсөвтэй аялагч буюу budget traveller*” гэсэн хариултыг биеэ даасан аялагч гэж хариулсан хүмүүсийн хэдэн хувь нь хариулсныг тогтоон нийт зардал, аялалын дундаж хоног, нэг өдрийн дундаж зардлыг тус тусад нь бодож гаргасныг Хүснэгт 44 -өөс үзнэ үү.

Хүснэгт 44. Үүргэвчтэй аялагч ба хямд зардлаар аялагчдын аялалын үнэ, дундаж хугацаа, нэг өдрийн дундаж зардлыг харьцуулсан байдал (\$)

Үнэлгээ	Үүргэвчтэй аялагчид Backpackers	Хямд аялагчид Budget travelers
Аялалын үнэ	2404	2484
Аялалын дундаж хугацаа	17.3	12
Нэг өдрийн дундаж үнэ	139	207

Үүргэвчтэй аялагчид Монгол оронд дунджаар 17.3 өдөр аялаж, энэхүү хугацаанд нийт 2404 ам доллар, нэг өдөрт дунджаар 139 ам долларыг тус тус зарцуулжээ.

Энд дахин дурьдахад энэхүү судалгааг “Чингэс Хаан” олон улсын нисэх онгоцны буудлын явагчийн танхимаас авсан бөгөөд судалгааг хязгаарлэгч хүчин зүйлсээс болоод үүргэвчтэй аялагчдын гол тээврийн хэрэгсэл болох төв галт тэрэгний буудал, орон байр нь болох гэст хаусуудаас авч чадаагүй бөгөөд энэ нь хариултын бодитой байдалд нөлөөлнө гэдгийг анхаарна уу.

Хүснэгт 45. Бие даан аялагчдын аялалын үнэ, дундаж хугацаа нэг өдрийн дундаж зардлыг зах зээлээр харьцуулсан байдал

	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ –ны бусад орнууд	Бусад орнууд
Дундаж зардал	4216	3555	3157	2960	3420	2090	1670	2574	2895	3162
Өдөр	17	15	11	16	18	10	7,7	15,7	15	15.5
Өдрийн дундаж зардал	248	237	287	185	190	209	217	164	193	204

АНУ -ын бие даан аялагчид Монголд аялахдаа хамгийн их зардал буюу 4216 ам долларыг зарцуулж, 17 өдөр аялсан байна. Монгол оронд хамгийн удаан аялсан нь Герман (18 хоног), АНУ (17 хоног) мөн Франц (16 хоног) улсын жуулчид байжээ. Нэг өдөрт хамгийн бага зардал зарцуулсан зах зээл нь НВУ 164 ам.доллар, Франц 185 ам доллар, Герман 190 ам долларыг тус тус зарцуулжээ.

Хүснэгт 46. Бие даан аялагчдын аялалын үнэ, дундаж хугацаа, нэг өдрийн дундаж зардлыг зах зээлээр харьцуулсан байдал 2004, 2012, 2015 он

	Он	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ бусад орнууд	Бусад орнууд
Нийт үнэ	2004	826	762	370	587	931	497	438	724	593	661
	2012	2905	2783	1341	2054	1612	1362	1120	2446	1526	2289
	2015	4216	3555	3157	2960	3420	2090	1670	2574	2895	3162

	Он	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ бусад орнууд	Бусад орнууд
Дундаж хугацаа	2004	12	16	10	16	18	6	6	18	14	12
	2012	19.8	19.6	12.6	21.7	21.7	11.3	6.8	17.9	15.7	19
	2015	17	15	11	16	18	10	7,7	15,7	15	15.5

	Он	АНУ	Австрали	Хятад	Франц	Герман	Солонгос	Япон	НВУ	ЕХ бусад орнууд	Бусад орнууд
Нэг өдрийн зардал	2004	32	45	42	32	51	57	61	40	36	53
	2012	147.1	141.8	106.2	94.7	74.5	120.5	165	136.4	97.3	120.5
	2015	248	237	287	185	190	209	217	164	193	204

Дээрх хүснэгтэнд үзүүлснээр, бие даан аялагчдын аяллын зарцуулалт болон Монголд байх хугацаа нэмэгдсэн байна. 2004 он болон 2012 онд АНУ -ын аялагчид Монголд дунджаар 12- 20 хонодог байсан бол 2015 онд 17 хоног болсон үзүүлэлт гарсан байна. Хамгийн удаан хугацаагаар Монголд аялсан орнуудыг зах зээлээр нь авч үзвэл, Герман (18 хоног), АНУ (17 хоног) болон Франц (16 хоног) тус тус оржээ. Нэг өдрийн зардлын хувьд Хятад жуулчид 287 ам доллар, АНУ жуулчид 248 ам доллар, Австрали жуулчид 237 ам долларыг тус тус зарцуулжээ.

Хүснэгт 47. Бие даан аялагчдын аялалын үнэ, дундаж хугацаа, нэг өдрийн дундаж зардлыг аялалын зорилгоор харьцуулсан байдал

Үзүүлэлт	Чөлөөт цаг, Амралтаараа	Бизнес	Найз нөхөд, зочлох	Сурах	Ажил эрхлэх	Бусад
Нийт зардал Доллараар	3045	3498	2312	2275	4950	3638
Дундаж хугацаа өдөр	14.5	11	13.6	25	22	17
Нэг өдрийн зардал	210	318	170	91	225	214

Энэхүү судалгаанд хамрагдсан Монгол оронд бизнесийн шугамаар ирсэн хүн бүр энэ зардалтай холбоотой асуултыг бөглөсөн бөгөөд 11 хонохдоо 3498 ам доллар зарцуулсан нь нэг өдрийн дундаж зардал хамгийн өндөр гарсан тохиолдол байв.

Ажил эрхлэгчдийн өдрийн зардал нь, амралт чөлөөт цагаараа Монгол орныг зорих жуулчдын дундаж зардлаас өндөр гарсан байна. Монголд хамгийн удаан (25 өдөр) аялсан аялагчид сурах зорилгоор ирсэн хүмүүс байжээ.

Хүснэгт 48.Бие даан аялагчдын аялалын үнэ, дундаж хугацаа, нэг өдрийн дундаж зардлыг аялалын зорилгоор харьцуулсан байдал 2004, 2012, 2015

	Он	Чөлөөт цаг	Бизнес	Найз нөхөд зочлох	Сурах	Ажил эрхлэх	Бусад
Нийт зардал	2004	761	849	592	981	1154	869
	2012	1535,6	2420	1716	2207	3000	2081
	2015	3045	3498	2312	2275	4950	3638

	Он	Чөлөөт цаг	Бизнес	Найз нөхөд зочлох	Сурах	Ажил эрхлэх	Бусад
Дундаж хугацаа	2005	16	10	13	29	43	19
	2012	15,6	14,1	15,9	26,4	10	24,8
	2015	14.5	11	13.6	25	22	17

	Он	Чөлөөт цаг	Бизнес	Найз нөхөд зочлох	Сурах	Ажил эрхлэх	Бусад
Нэг өдрийн зардал	2005	48	85	44	34	27	47
	2012	98	171,7	107,9	90,4	300	83,9
	2015	210	318	170	91	225	214

2015 оны судалгааны үр дүнгээс харахад бизнес аялагчдын аялалын нийт зардал нь дунджаар 3498 ам доллар, аялалын хугацаа нь 14.1 хоног, нэг өдрийн дундаж зардал нь 318 ам доллар болж эрс өсчээ.

Дахин хэлэхэд уул уурхайн салбарын хөгжилтэй уялдан Монголын эдийн засаг сүүлийн 5 жилд эрс хурдацтай хөгжиж, эдийн засгийн энэ хөгжлийг дагаад өндөр зэрэглэлийн шинэ зочид буудлууд, дээд зэрэглэлийн ресторан, дэлгүүр хоршоонууд бий болсон нь бие даасан бизнес аялагчдын зардал нэмэгдэхэд нөлөөлсөн байж болох талтай.

5.2 Аялагчдын төрөлжүүлсэн дундаж зардал

Асуулт: Та Монгол оронд зарцуулсан зардлаа дараах ямар үйлчилгээ, үзвэрт зарцуулсан бэ?

Судалгаанд оролцогчдоос Монголд байхдаа зарцуулсан зардлыг нь үзвэр үйлчилгээ тус бүрээр задлан асуухыг судлаачдын баг зорьсон. Энэ асуултыг асуухад оролцогч санахгүй байх мөн бөглөсөн тохиолдолд нийт зарцуулсан үнийн дүнгээсээ зөрөх зэрэг хүндрэлүүд гарч байсан юм.

Хүснэгт 49.Төрөлжүүлсэн дундаж зардлыг аялалын хэлбэрээр нь харуулсан байдал

	Бие даасан аялагчид		Багц аялагчид		Нийт	
	US \$	%	US \$	%	US \$	%
Орон нутгийн нислэг	701	28%	643	25%	679	26%
Орон нутгийн тээвэр, автомашин, автобус, галт тэрэг, түлш, жолооч	296	12%	352	14%	329	13%
Зочид буудал, гэст хаус, гэр бааз	374	15%	319	13%	358	14%
Ресторан, бар, уушийн газар	201	8%	173	7%	180	7%
Эвент хурал цуглаан	126	5%	137	5%	131	5%
Ноолуур, ноосон эдлэл	264	10%	305	12%	280	11%
Гар урлалын зүйлс, бэлэг дурсгал	107	4%	144	6%	125	5%
Театр, кино, тоглолт	52	2%	52	2%	47	2%
Зохион байгуулалттай аялал, экскурс	254	10%	275	11%	276	11%
Хүнсний бүтээгдэхүүн, гайд төлбөр, бусад	173	7%	134	5%	161	6%
Дундаж	2548	100%	2534	100%	2566	100%

Багц аялалаар Монгол орныг зорин ирэгсдийн дийлэнх нь Герман, Франц зэрэг орны жуулчид байсан бөгөөд дунджаар 16- 18 хоног авто аялал хийдэг ба аялалын багцын ихэнх нь тээврийн зардалдаа зориулагддаг ажээ.

Судалгаанд оролцсон багц аялагчид зочид буудал, гэст хаус, гэр бааз гэдэг дээр 319 ам.доллар гэж бичсэн байхад харин бие даасан аялагчид 374 ам долларыг зочид буудал, гэст хаус, гэр баазад, орон нутгийн нислэгт 701 ам.долларыг зарцуулж байсан ба зохион байгуулалттай аялалд 254 ам.долларыг мөн хамгийн бага мөнгийг театр, кино үзвэрт (52 ам.доллар) зарцуулжээ.

**Хүснэгт 50. Бүх аялагчдын төрөлжүүлсэн дундаж зардлыг харьцуулсан байдал
2004, 2012, 2015 он**

	USD			%		
	2004	2012	2015	2004	2012	2015
Он						
Орон нутгийн нислэг	17	182.8	283	3	12%	26%
Орон нутгийн тээвэр, автомашин, автобус, галт тэрэг, түлш, жолооч	57	548.2	329	9	37%	13%
Зочид буудал, гэст хаус, гэр бааз	182	236.8	358	29	16%	14%
Ресторан, бар, уушийн газар	102	274.6	180	16	19%	7%
Эвент, хурал цуглаан	МБ	15.4	131	МБ	1%	5%
Ноос, ноолууран эдлэл	66	48.7	280	10	3%	11%
Гар урлалын зүйлс, бэлэг дурсгал	63	38.6	125	10	3%	5%
Театр, кино, тоглолт	МБ	15.2	47	МБ	1%	2%
Зохион байгуулалттай аялал, экскурс	85	77.3	276	13	5%	11%
Хүнсний бүтээгдэхүүн, гайд төлбөр, бусад	61	45.3	161	10	3%	6%
Нийт	634	1483	2170	100	100%	100%

Бүх аялагчдын төрөлжүүлсэн дундаж зардлыг өмнөх оны судалгаануудтай харьцуулахад зарим зардлууд нь өсөлттэй гарсан байна.

Орон нутгийн нислэгийн зардалд 283 ам.доллар зарцуулсан буюу өмнөх оны судалгаанаас 55% -иар өссөн байна. Харин Орон нутгийн тээвэр, автомашин, автобус, галт тэрэг, түлш, жолоочийн зардалд 329 ам.доллар болж 40% буурсан үзүүлэлттэй байна.

Аялагчдын ноос ноолууран эдлэл, гар урлалын зүйлс, бэлэг дурсгал, зохион байгуулалттай аялал экскурс болон хүнсний бүтээгдэхүүнд зарцуулсан зардлууд бүгд өсөлттэй гарсан байгааг баяр наадам, аялал жуулчлалын гол улиралд зорин ирж байгаа аялагчдын багцын аялал болон хувийн аялалдаа зориулан гаргаж буй зардалтай холбож болох ч мөн Монголын бүтээгдэхүүн үйлчилгээний үнэ нэмэгдсэн, гадаад аялагчдад өсгөсөн үнээр үйлчилдэгтэй холбоотой байх магадлалтай юм.

6. ЖУУЛЧДЫН САНАЛ ДУРСАМЖ

6.1. Хамгийн сайхан дурсамж

Асуулт: Улаанбаатар хотын талаарх хамгийн сайхан дурсамж тань юу вэ?

2015 оны энэхүү судалгаанд Монголд аялагчдын хамгийн сайхан дурсамжууд нь өмнөх онуудын судалгааны явцад гарсан дурсамжуудтай адил төстэй гарсан үр дүнгүүд байлаа.

Тэдний дундаас онцолж болохоор хамгийн сайхан сэтгэгдлүүдийн тэргүүнд Монгол орны онгон дагшин байдал, Монголчуудын найрсаг, элгэмсэг мөн зочломтгой зан, Үндэсний Их баяр наадам хийгээд нүүдэлчдийн соёл иргэншил зэрэг олон сайхан сэтгэгдэл үлдээсэн зүйлүүдийн талаар бичсэн байна.

Мөн хөдөөд хийсэн аяллууд, тухайлбал Говь, Хархорин болон Тэрхийн Цагаан Нуур, Хустайн Нуруу, Хөвсгөл нуур зэргийг нэр заан оруулжээ. Хөдөө гэрт хонох, морь унах, шөнийн одод болон цаа буга харах зэрэг нь маш олон жуулчдын сонирхлыг татсан нь илт байлаа. Мөн түүгээр ч зогсохгүй Улаанбаатар хотоор алхах, түүхийн музей, монголын урлаг, тухайлбал хөөмий болон Улаанбаатар хотын диско тодорхой жуулчдад таатай сэтгэгдэл төрүүлсэн байна.

6.2. Хамгийн таагүй дурсамж

Асуулт: Улаанбаатар хотын талаарх хамгийн таагүй ямар дурсамж үлдэв?

Энэ удаагийн судалгаанд олонтаа давтагдсан хамгийн таагүй дурсамжууд нь Улаанбаатар хотын замын түгжрэл, хөдөөгийн замын чанар муу болон агаарын бохирдол зэрэг байсан юм.

Мөн унаа, автобусны үйлчилгээ, тээврийн үнэ, такси, халуун усны хангамжийн доголдол зэрэг дэд бүтэцтэй холбоотой санал шүүмжлэлүүд, хаа сайгүй тааралдах хуримтлагдсан хог, жорлон болон хулгай зэрэг жуулчдад таагүй сэтгэгдэл үлдээжээ. Нилээд олон жуулчид дэлгүүр, худалдааны төв, зочид буудал, ресторан, жуулчны баазууд болон хөтөч орчуулагчийн үйлчилгээнд сэтгэл дундуур байгаагаа илэрхийлжээ.

2004 он болон 2012 онуудын судалгаануудаас ялгагдах өөр нэг онцлог таагүй дурсамжууд нь цаг агаарын байдал, зарим ажилтнуудын цаг барьдаггүй, үйлчилгээний газрууд орой онгойдог, согтуу хүмүүс олноор тааралддаг болон гудамжинд залуу эмэгтэй жуулчидтай эвгүй харьцдаг зэрэг нийгмийн асуудлууд жуулчдын анхааралд өртсөн байна.