



АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛ  
СТАТИСТИК ЭМХЭТГЭЛ

2020

№01

АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН  
СТАТИСТИК МЭДЭЭ, МЭДЭЭЛЭЛ



## НЭГ. АЛБАН ЁСНЫ СТАТИСТИКИЙН МЭДЭЭЛЭЛ

### 1.1. ХАМРАХ ХҮРЭЭ

Аялал жуулчлалын салбарт дараах үйл ажиллагааг авч үзнэ. Үүнд:

- Олон нийт болон худалдааны үйлчлүүлэгчдэд үзүүлэх аялал, жуулчлал, тээвэрлэлт, байр сууцаар хангах үйл ажиллагааны борлуулалтыг голлон эрхэлдэг агентлагийн үйл ажиллагаа;
- Аялал жуулчлалын агентлаг эсвэл аяллын оператор зэрэг шууд агентаар дамжуулан хийгдэх аяллыг зохицуулах үйл ажиллагаа;
- Жуулчлалтай холбоотой захиалгат үйлчилгээ;
- Аяллын хөтчийн үйл ажиллагаа энд багтана.

Эдийн засгийн бүх төрлийн үйл ажиллагааны салбарын ангиллын "N" дүгээр салбарын 79 дэх дэд салбарын дараах үйл ажиллагааг оруулна. Үүнд:

7911 – Аялал жуулчлалын агентлагийн үйл ажиллагаа;

7912 – Аяллын операторын үйл ажиллагаа;

7990 – Захиалгаар хийгдэх үйлчилгээ болон түүний туслах үйлчилгээ.

### 1.2. АЖ АХУЙН НЭГЖ, БАЙГУУЛЛАГЫН ТОО

Үндэсний Статистикийн Хорооны Бизнес регистрийн мэдээллийн санд 2020 оны жилийн эцсийн байдлаар бүртгэлтэй үйл ажиллагаа явуулж байгаа 94.5 мянган ААНБ-аас 936 буюу 1.0 хувь нь аялал жуулчлалын салбарынх байна.

Хүснэгт 1. Аялал жуулчлалын салбарт үйл ажиллагаа явуулж байгаа ААНБ-ын тоо

ҮЗҮҮЛЭЛТ	2016	2017	2018	2019	2020
Бүгд дүн	72 194	78 597	85 761	94 425	94 491
Аялал жуулчлалын салбарын ААНБ-ын тоо	1 131	1 280	1 516	1 270	936
Аялал жуулчлалын салбарын ААНБ-ын эзлэх хувь	1.6	1.6	1.8	1.3	1.0

Эх сурвалж: Үндэсний Статистикийн Хороо

Аялал жуулчлалын чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулж байгаа ААНБ-ын тоо 2020 онд 936 болж, өмнөх оноос 334 ААНБ буюу 26.3 хувиар буурсан байна.

Аялал жуулчлалын салбарын онцлогоос хамаарч ААНБ-ууд идэвхтэй үйл ажиллагаа явуулж байгаа гэж бүртгэгддэг ч тодорхой хэсэг нь тухайн жилд үйл ажиллагаа явуулаагүй эсвэл өөр чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулсан гэсэн шалтгаанаар салбарын жилийн мэдээнд хамрагдахгүй байх тохиолдлууд ажиглагддаг байна.

### 1.3. АЖИЛЛАГЧДЫН ТОО

Аялал жуулчлалын салбарт 88 мянга гаруй ажлын байр шууд болон шууд бусаар хамаарагддаг.

### 1.4. САЛБАРЫН НЭМЭГДЭЛ ӨРТӨГ

Аялал жуулчлалын салбарын 2019 оны гүйцэтгэлээр нэмэгдэл өртгийн хэмжээ оны үнээр 67.4 тэрбум төгрөгт хүрч, өмнөх оноос 7.6 тэрбум төгрөг буюу 12.7 хувиар өссөн байна.

Аялал жуулчлалын салбарын нэмэгдэл өртөг өсөж байгаа нь манай улсыг зорих жуулчдын тоо, гадаадад аялах монгол жуулчдын тоо, түүнчлэн эх орноороо аялах дотоодын жуулчдын тоо нэмэгдсээр байгаатай холбоотой юм.

Хүснэгт 2. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН САЛБАРЫН НЭМЭГДЭЛ ӨРТӨГ, оны үнээр, тэрбум төгрөг

ҮЗҮҮЛЭЛТ	2016	2017	2018	2019	2020*
ДНБ	23 942.9	27 876.3	32 411.2	37 280.8	
Аялал жуулчлалын салбарын нэмэгдэл өртөг, зах зээлийн үнээр	52.4	60.6	59.8	67.4	
ДНБ-д аялал жуулчлалын салбарын нэмэгдэл өртгийн эзлэх хувь	0.2	0.2	0.2	0.2	

Тайлбар: Бүтээгдэхүүний цэвэр татвар орсон дүнгээр

### 1.5. ЖУУЛЧДЫН ТОО

Монгол Улсад ирж буй гадаад иргэдийг аяллын зорилгоор нь албан ажлаар, хувийн журмаар, жуулчлал, ажиллах, суралцах, дамжин өнгөрөх мөн байнга оршин суух гэж ангилан бүртгэдэг. Эдгээрээс байнга оршин суух, ажиллах, суралцах зорилгоос бусад зорилгоор ирсэн гадаадын иргэдийг гадаад жуулчин гэж тодорхойлдог.

Монгол Улсыг зорин ирсэн жуулчдын тоо 2020 онд 58.9 мянга болж, өмнөх оноос 518.4 мянган жуулчин буюу 89.8 хувиар буурсан байна. Энэ нь Ковид-19 цар тахалтай холбоотойгоор хөл хорио тогтоосонтой холбоотой байна.

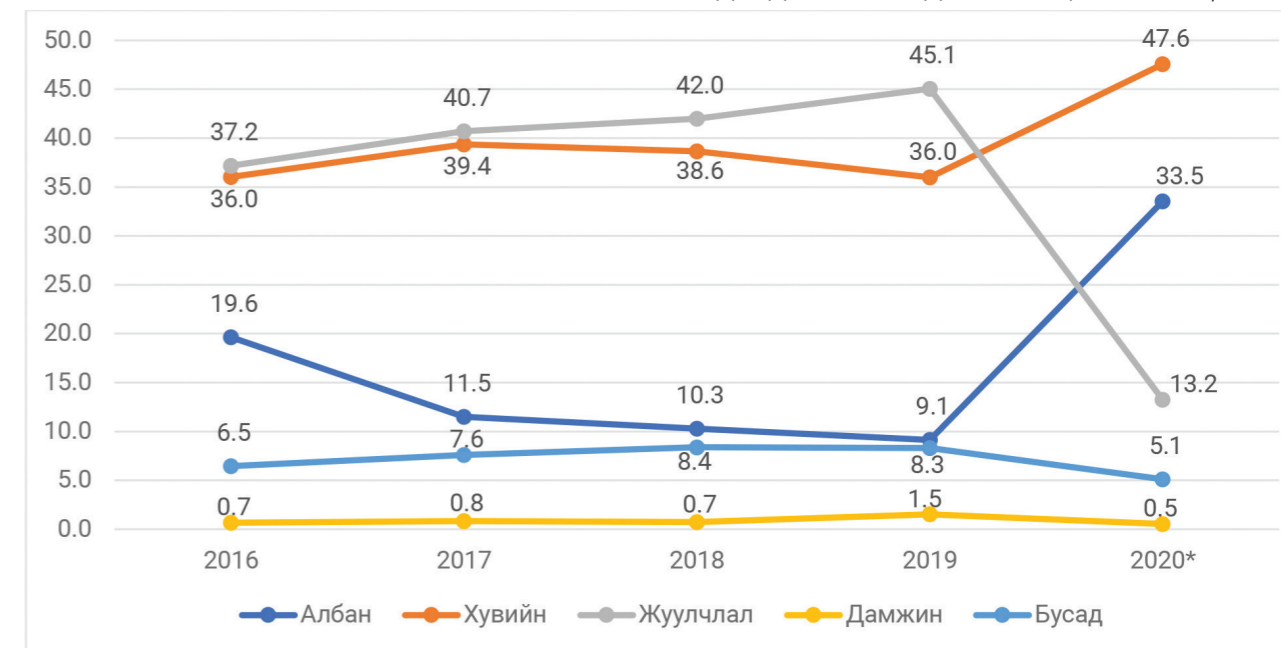
УЛСЫН ХИЛЭЭР ОРСОН ГАДААДЫН ИРГЭД, төрлөөр, мянган хүн

Он	Улсын хилээр орсон гадаадын иргэд	Үүнээс:								
		Ажиллах	Суралцах	Байнга оршин суух	Улсын хилээр орсон жуулчдын тоо	Үүнээс:				
						Албан	Хувийн	Жуулчлал	Дамжин	Бусад
2016	471.2	57.5	3.0	6.6	404.2	79.4	145.7	150.3	2.7	26.1
2017	542.7	61.1	3.5	8.7	469.3	53.9	184.7	191.1	3.9	35.7
2018	598.7	54.7	4.8	9.9	529.4	54.4	204.6	222.2	3.9	44.4
2019	637.0	41.4	6.5	11.8	577.3	52.7	207.8	260.1	8.8	47.9
2020*	66.9	5.6	0.5	2.0	58.9	19.7	28.0	7.8	0.3	3.0

Хувийн зорилгоор ирж буй аялагчдын тоо 2020 онд 28.0 мянга болж, өмнөх оноос 179.8 мянга буюу 86.5 хувиар, аялах /жуулчлал/ зорилгоор ирж байгаа хүний тоо 7.8 мянга болж, өмнөх оноос 252.3 мянга буюу 97.0 хувиар тус тус буурсан байна.

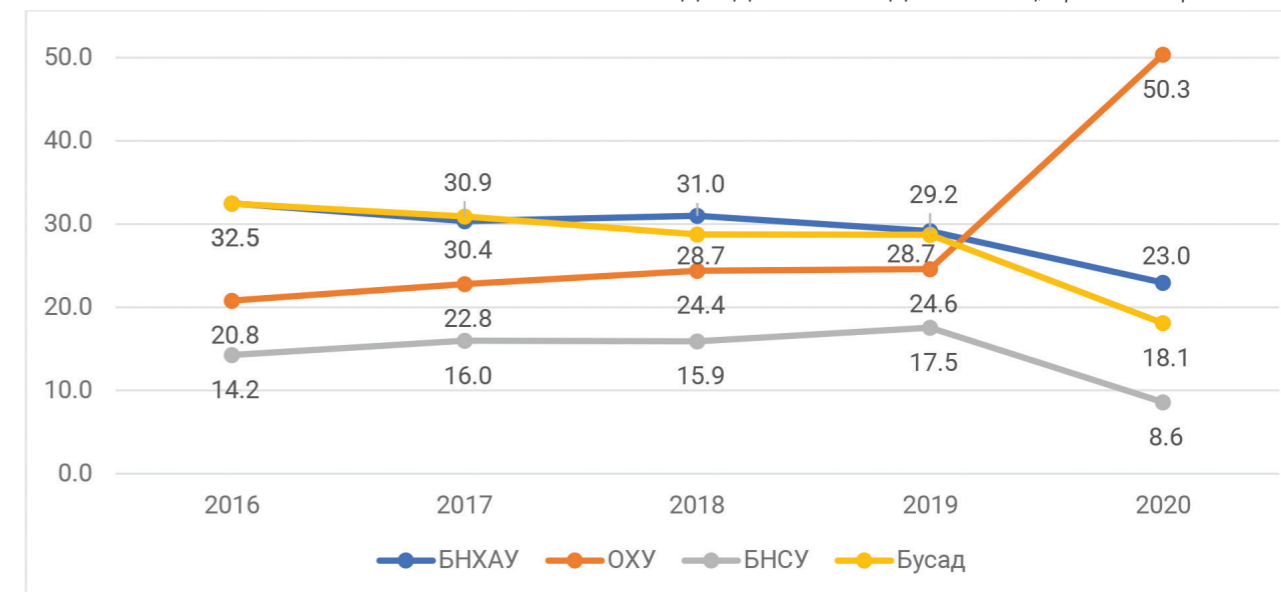
Манай улсад ирсэн жуулчдын зорилгын бүтцийг авч үзвэл 2016 онд албан ажлаар 19.6 хувь, хувийн зорилгоор 36.0 хувь, жуулчилж 37.2 хувь, дамжин өнгөрөх зорилгоор 0.7 хувь, бусад зорилгоор 6.5 хувь нь ирдэг байсан бол 2020 онд аялах буюу жуулчилж 13.2 хувь болж, 2016 оноос 23.9 пунктээр, дамжин өнгөрөх зорилгоор 0.5 хувь болж, 0.1 пунктээр, бусад зорилгоор, бусад зорилгоор 5.1 хувь болж, 1.3 пунктээр тус тус буурсан байна. Харин албан ажлаар 33.5 хувь болж, 2016 оноос 13.9 пунктээр, хувийн зорилгоор 47.6 хувь болж, 11.5 пунктээр тус тус өссөн байна.

ГАДААДЫН ЖУУЛЧДЫН БҮТЭЦ, аяллын зорилгоор



Монгол Улсад 2020 онд ирсэн жуулчдын 13.2 хувь нь жуулчлалаар, 47.6 хувь нь хувийн, 33.5 хувь нь албаны зорилгоор, 5.6 хувь нь дамжих болон бусад зорилгоор иржээ. Жуулчдын тоог улсаар авч үзвэл 23.0 хувийг БНХАУ-ын иргэд, 50.3 хувийг ОХУ-ын иргэд, 8.6 хувийг БНСУ-ын иргэд, 18.1 хувийг бусад улсын иргэд эзэлж байна.

ЗУРАГ 10. ГАДААДЫН ЖУУЛЧДЫН БҮТЭЦ, иргэний харьяаллаар



Гадаадын жуулчдыг иргэний харьяаллаар авч үзвэл 2020 оны байдлаар нийт жуулчдын 81.9 хувь нь БНХАУ, ОХУ, БНСУ-ын жуулчид байна.

Энд БНХАУ-аас 13.5 мянган жуулчин буюу 23.0 хувийг, ОХУ-аас 29.6 мянган жуулчин буюу 50.3 хувийг, БНСУ-аас 5.1 мянган жуулчин буюу 8.6 хувийг, үлдсэн 10.7 мянган жуулчин буюу 18.1 хувийг бусад улсын жуулчид тус тус эзэлж байна.

Эдгээр 3 улсаас бусад улсаас ирж байгаа жуулчдын тоог задлан авч үзвэл 1.1 мянга нь Япон, АНУ-аас, 1.5 мянга нь Казахстанас, 0.6 мянга нь ХБНГУ-аас, 0.3 мянга нь Франц, Австрали улсаас, үлдсэн 5.6 мянган жуулчин нь бусад улсаас ирсэн байна.

Улсын хилээр 2019 онд гарсан Монгол иргэдийг зорилгоор нь авч үзвэл 1.7 сая буюу 88.2 хувь нь хувийн, 150.8 мянга буюу 7.8 хувь нь жуулчлалаар, 60.6 мянга буюу 3.1 хувь нь албан ажлаар, 15.4 мянга буюу 0.8 хувь нь дамжин өнгөрөх болон бусад зорилгоор тус тус явсан байна.

УЛСЫН ХИЛЭЭР ГАРСАН МОНГОЛ ИРГЭД, төрлөөр, мянган хүн

Он	Улсын хилээр гарсан зорчигчид	Үүнээс:									
		Ажиллах	Суралцах	Байнга оршин суух	Цахим гарц*	Гадаадад зорчсон Монгол жуулчид	Үүнээс:				
							Албан	Хувийн	Жуулчлал	Дамжин	Бусад
2016	2 252.7	304.8	19.9	12.0		1 916.0	50.6	1 769.9	80.9	2.5	12.1
2017	2 440.0	422.7	24.3	13.8		1 979.2	70.0	1 792.4	104.1	0.1	12.6
2018	2 460.9	418.3	26.0	16.3	26.0	1 974.3	57.0	1 776.7	131.5	0.2	8.9
2019	2 415.2	401.6	28.0	19.5	37.3	1 928.8	60.6	1 702.0	150.8	0.1	15.3
2020*	571.9	293.0	6.5	3.5	5.9	297.0	25.3	217.5	17.9	0.02	36.3

Тайлбар: Жуулчин гэж байнга оршин суудаг газраас өөр газарт ажил эрхлэн, цалин, хөлс авахаас бусад зорилгоор 1 хоногоос дээш 183 хоног хүртэлх хугацаагаар аялж буй хүн буюу ажиллах, суралцах болон байнга оршин суух зорилгоос бусад зорилгоор хилээр гарсан зорчигчийг авч үзнэ.

\* “Цахим гарц”-аар гарсан Монгол Улсын иргэдийн мэдээлэл гадаадад зорчсон зорилгоор ангилагддаггүй болно.

Гадаадад зорчсон Монгол жуулчдын тоо 2020 онд 297.0 мянга болж, өмнөх оноос 1.6 сая жуулчин буюу 84.6 хувиар буурлаа. Харин 2019 онд жуулчдын тоо 1.9 сая болж 2016 оноос 12.8 мянган жуулчин буюу 0.7 хувиар өссөн ба 2017 оноос 50.5 мянган жуулчин буюу 2.3 хувиар, 2018 оноос 45.6 мянган жуулчин буюу 2.3 хувиар тус тус буурсан байна.

Хувийн зорилгоор зорчиж буй Монгол аялагчдын тоо 2020 онд 217.5 мянга болж, өмнөх оноос 1.5 сая буюу 87.2 хувиар буурлаа. Аялах /жуулчлал/ зорилгоор ирж байгаа хүний тоо 2020 онд 17.9 мянга болж, өмнөх оноос 132.9 мянга буюу 88.1 хувиар мөн буурсан байна.





## ХОЁР. ТҮҮВЭР СУДАЛГААНЫ МЭДЭЭЛЭЛ

Монгол банк, АЖХТ хамтарсан судалгаа - 2019 он

### 2.1. ЖУУЛЧДААС АВСАН СУДАЛГАА

#### 2.1.1. Ерөнхий мэдээлэл

#### 2.1.2. Монголын тухай мэдээллийг хаанаас авдаг вэ?

#### 2.1.3. Зардлын задаргаа

#### 2.1.4. Жуулчдын Монголд ирээд хийдэг зүйлс

#### 2.1.5. Жуулчдын сэтгэл ханамж

#### 2.1.6. Хэсгийн дүгнэлт

### 2.2. ТУР ОПЕРАТОРУУДААС АВСАН СУДАЛГАА

#### 2.2.1. Ерөнхий мэдээлэл

#### 2.2.2. Үндсэн үйл ажиллагаа, онцлог талууд

#### 2.2.3. Төрийн дэмжлэг

#### 2.2.4. Саад, бэрхшээлүүд

#### 2.2.5. Орлого ба санхүүжилт

#### 2.2.6. Хэсгийн дүгнэлт

### 2.3. ДҮГНЭЛТ, ЗӨВЛӨМЖ

## 2.1 ЖУУЛЧДААС АВСАН СУДАЛГАА

### 2.1.1. ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ

Судалгаанд нийт 1500 орчим гадаадын жуулчид оролцсоноос 1436 судалгаанд шинжилгээ хийж, үр дүнг гаргасан болно.

Нийт судалгаанд хамрагдагсдын 72,4% нь Монгол улсад аялах, амрах зорилгоор ирсэн бол, 10,8% нь бизнес аялал болон ажлын журмаар, 6,5% нь гэр бүл, найз нөхөддөө зочлохоор, 2,5% нь суралцах аяллаар, 1,6% нь бал сар, 3,3% бусад хэмээн хариулжээ. Монгол улсын хилээр нэвтэрсэн жуулчдын тоонд үндэслэн гаргадаг жил тутмын статистик тоотой энэ дүнг харьцуулахад 39,4% хувийн журмаар, 40,7% жуулчлалаар, 11,5% албан журмаар байна. Амрах, аялах зорилгоор ирсэн жуулчдын тоо ийнхүү өндөр байгаа нь жуулчны улирлыг тусгайлан сонгож авсантай холбоотой юм.

Судалгаанд хамрагдагсдын 50,3% нь 40-өөс дээш насныхан бол 36,3% нь 24-39 насны залуучууд байв. Үүнийг аяллын зорилгоос хамааруулан харахад нийт жуулчдын 52% нь 40-өөс дээш, үүнд 28% нь 55-аас дээш насны жуулчид байв.

Хүснэгт 3. Насны ангилал, аяллын зорилгоор

Нас	Нийт	Хувь	Жуулчид	Найз нөхөддөө зочлох	Суралцах, сургуулийн аялал	Бизнес аялал	Бал сар
24 Хүртэлх	192	13.4	129	15	11	8	6
24-39	521	36.3	374	33	16	55	10
40-55	355	24.7	245	29	5	55	2
55-аас дээш	368	25.6	293	16	4	30	5
<b>Нийт</b>	<b>1436</b>	<b>100</b>	<b>1041</b>	<b>93</b>	<b>36</b>	<b>148</b>	<b>23</b>

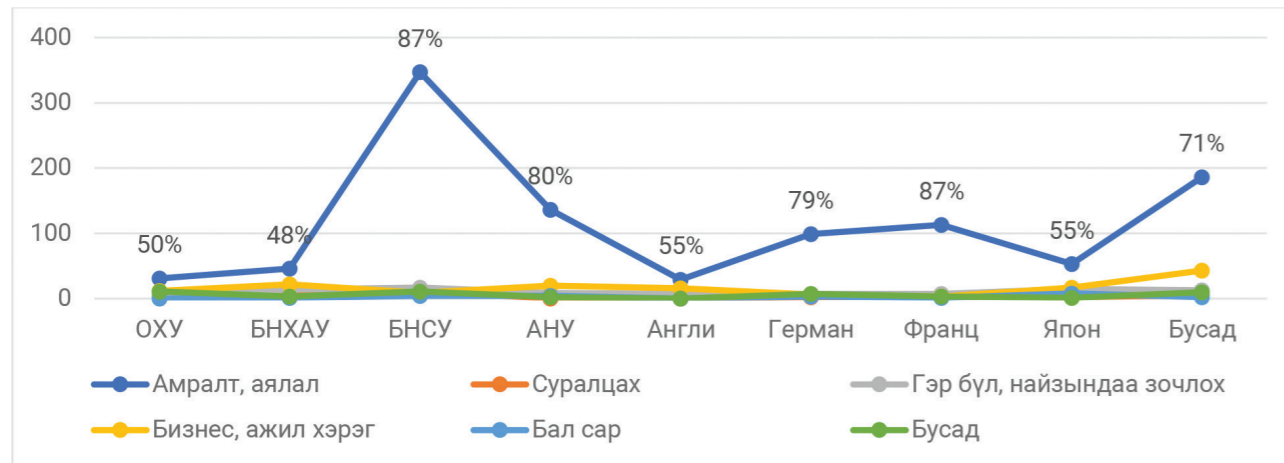
Тус судалгаанд нийт 55 орны жуулчид хамрагдсанаас БНСУ, АНУ, Франц, Герман, Япон, БНХАУ, ОХУ, Англи, Итали улсын жуулчид нэр дурдсан дарааллын дагуу голлох зах зээлийн орныг төлөөлөн жагсаж байна.

Зураг 4. Голлох зах зээлийн орнууд



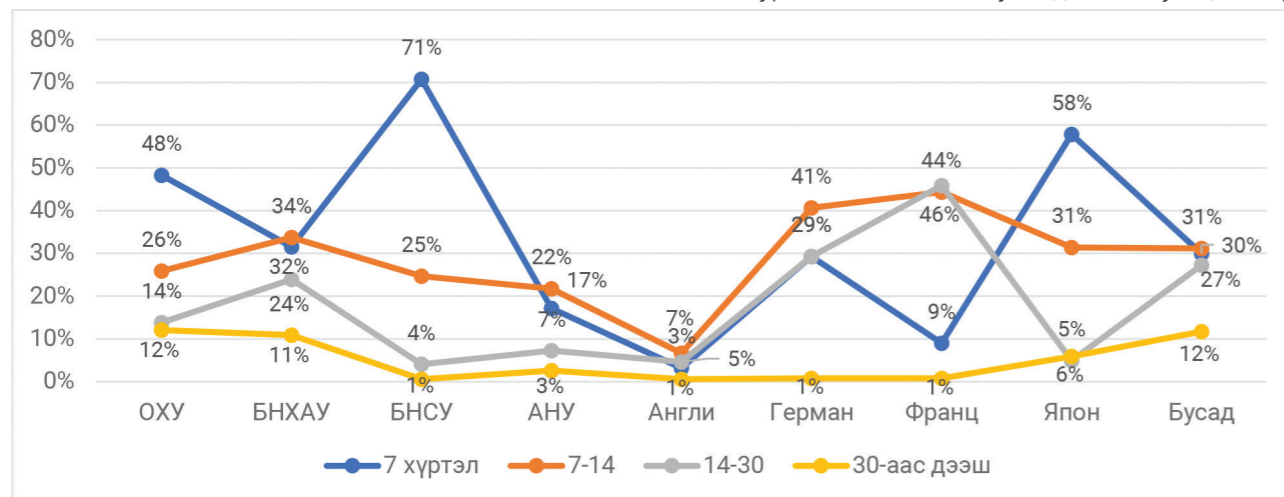
БНСУ жуулчид амрах, аялахаар ирсэн нийт жуулчдын 33 хувийг бүрдүүлж байна. Харин нийт судалгаанд хамрагдагсдын 28%-ийг эзэлж байна. Англи улсаас судалгаанд хамрагдагсдын 30%, БНХАУ 23%, ОХУ-ын 20%, АНУ-ын 11%, Япон 17%, бизнес, ажлын холбоотой аяллаар ирсэн бол БНСУ 2% хүрэхгүй байна. Түүвэр судалгаанд хамрагдсан бусад улс орноос ирсэн хүмүүсийн 16% нь бизнес, ажлын зорилгоор иржээ.

Зураг 5. Улс, аяллын зорилгоор



Судалгаанд хамрагдагсдын 76% нь Монгол улсад 14 хүртэл хугацаагаар байрлаж байна. Тэр дундаа БНСУ, Япон улсын жуулчдын 50-70% хувь нь 7 хүртэлх хоногоор аялаж байна. Үүнтэй харьцуулахад АНУ, Герман, Франц Англи улсын жуулчид 7-оос дээш хоногийн хугацаатай аялаж байна. Тухайлбал, Франц улсын жуулчдын 44% нь 7-14 хоног, 45% нь 14-30 хоногийн хугацаатай аялдаг гэжээ.

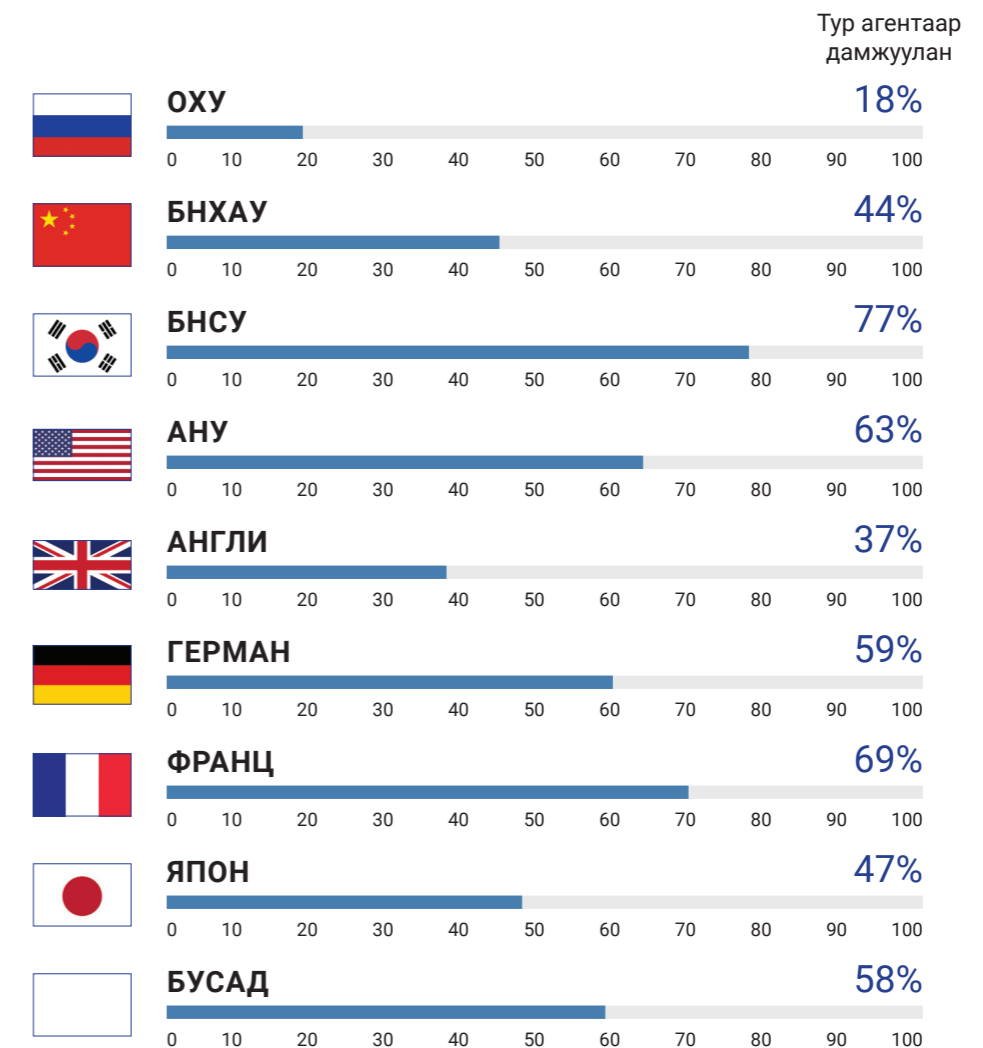
Зураг 6. Улс, Монгол улсад аялах хугацаагаар



40 хүртэлх насны жуулчид 7 хүртэлх, 7-14 хоногийн хугацаанд аялах харьцаа ойролцоо байна. Харин 40-өөс дээш насны жуулчид 7 хүртэлх хоногоор аялах нь түлхүү харагдлаа. Тэр дундаа БНСУ-ын жуулчдын 40-өөс дээш насны жуулчдын 90% нь 7 хүртэлх хугацаагаар аялдаг байна. АНУ-ын жуулдаас 55-аас дээш насны жуулчид 14 ба түүнээс дээш хоногоор аялах нь нийтлэг байна.

Нийт жуулчдын 60 гаруй хувь нь аяллаа тур агентаар дамжуулан зохион байгуулсан байна. Үүнд БНСУ-ын жуулчдын 77%, Франц жуулчдын 69%, АНУ-ын жуулчдын 63% нь тур агентаар дамжуулан аяллаа сонгожээ. Тур агентаар дамжуулан аяллаа зохион байгуулахдаа 53% нь Монголын тур операторт хандсан байна. Аяллаа гадаадын тур агентаас тусламж авалгүйгээр өөрөө зохион байгуулахдаа, Монголын тур операторт хандсан аялагчдын тоо мөн адил 53% эзэлж байна.

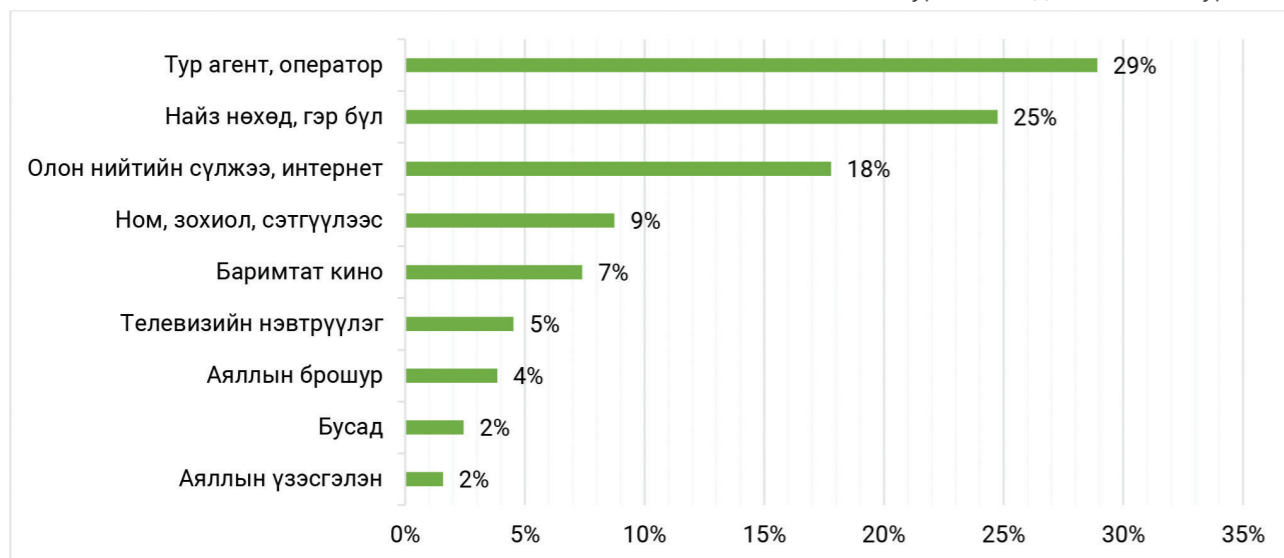
Зураг 7. Улс, аялал зохион байгуулах хэлбэр



### 2.1.2. МОНГОЛЫН ТУХАЙ ХААНААС МЭДЭЭЛЭЛ АВДАГ ВЭ?

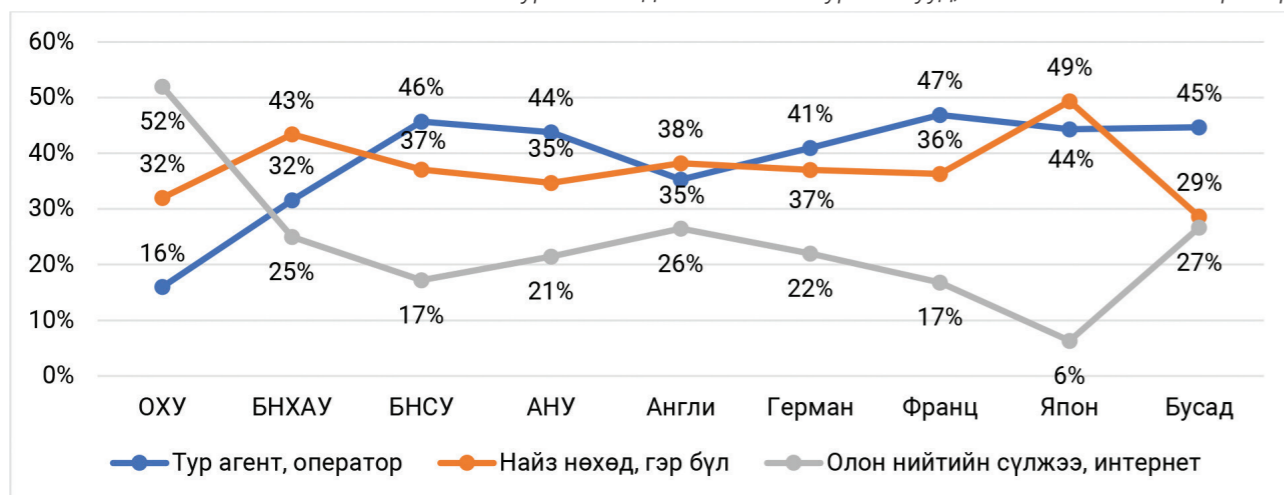
Монголын тухай мэдээлэл авсан эх сурвалжийг асуухад 29 хувь нь аяллын агент, тур оператороос хэмээн хариулжээ. Гэр бүл, найз нөхдөөсөө мэдээлэл авсан нь 25% бол үүний дараа олон нийтийн сүлжээ, интернет 18% орж байна.

Зураг 8. Мэдээллийн эх сурвалж



Мэдээллийн гол эх сурвалжуудыг голлох зах зээлийн оронтой уялдуулж харахад БНСУ, Францад аяллын агент, компаниар дамжуулан мэдээлэл авдаг бол Японд гэр бүл, найз нөхдийн саналыг илүүтэй сонсдог гэжээ. Олон нийтийн сүлжээ, интернет нь ОХУ, АНУ, Англи, Герман зэрэг оронд бусад орноос илүү харагдаж байна.

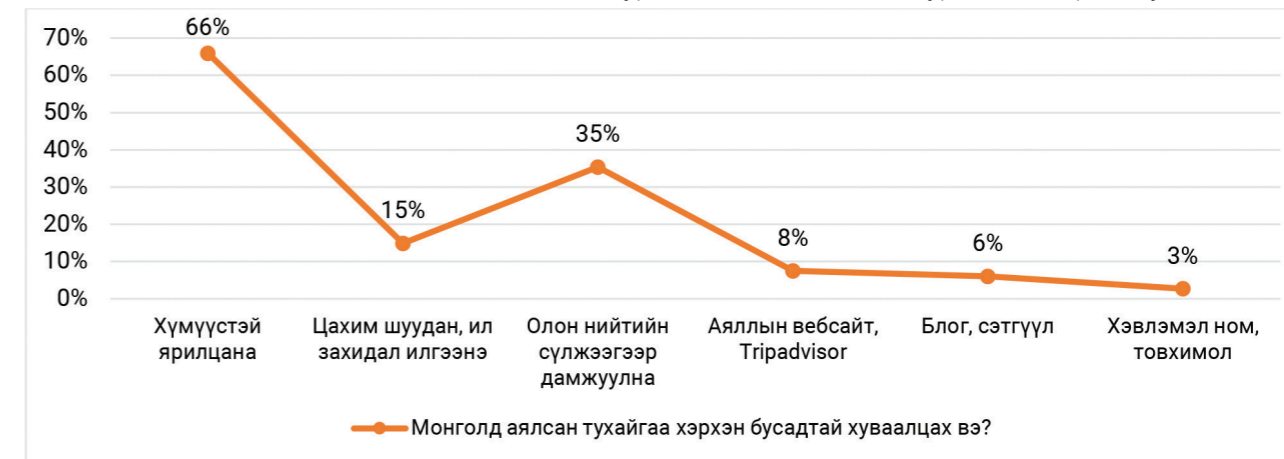
Зураг 9. Мэдээллийн гол сурвалжууд, голлох зах зээлийн орноор



Монголд ирээд буцаж байгаа жуулчдын мэдээллээ хэрхэн бусадтай хуваалцах талаар асуухад судалгаанд хамрагдагсдын 66% нь бусдад туршлагаа ярина гэжээ. Харин 35% нь олон нийтийн сүлжээгээр, 15% нь цахим шуудан, ил захидал явуулах

байдлаар гэжээ. Аяллын вебсайт, олон нийтийн сүлжээг хэрэглэгчид нь 40 хүртэлх насныхан зонхилж байна. Харин 55-аас дээш насны жуулчдын хувьд хүмүүстэй ярилцах, цахим шуудан, ил захидал илгээнэ гэжээ.

Зураг 10. Монголд аялан туршлагаа хэрхэн хуваалцах вэ?



### 2.1.3. ЗАРДЛЫН ЗАДАРГАА

Судалгааны асуулгад Монголд аялахдаа гаргаж буй зардлыг тооцоолохоор зорьсон бөгөөд судалгаанд хамрагдагсдын 35% орчим нь зардлын тухайгаа дэлгэрүүлэн бичжээ. Тус мэдээлэлд тулгуурлан харахад нэг жуулчин Монголд хийх аяллаа гадаадын тур оператороор дамжуулан захиалсан бол 2187 ам доллар төлж байхад Монголын тур оператороос аялал худалдан авсан бол 1112 ам долларыг урьдчилан банкаар шилжүүлж, 936 долларыг Монголд ирээд гүйцэтгэснээр нийт 2048 ам доллар төлдөг ажээ. Үүнд тухайн хүний худалдан авсан ноолууран эдлэл, гар урлал, бэлэг дурсгалын зүйлс орж байна.

Зураг 11. Аяллын зардлын задаргаа /ам доллар/

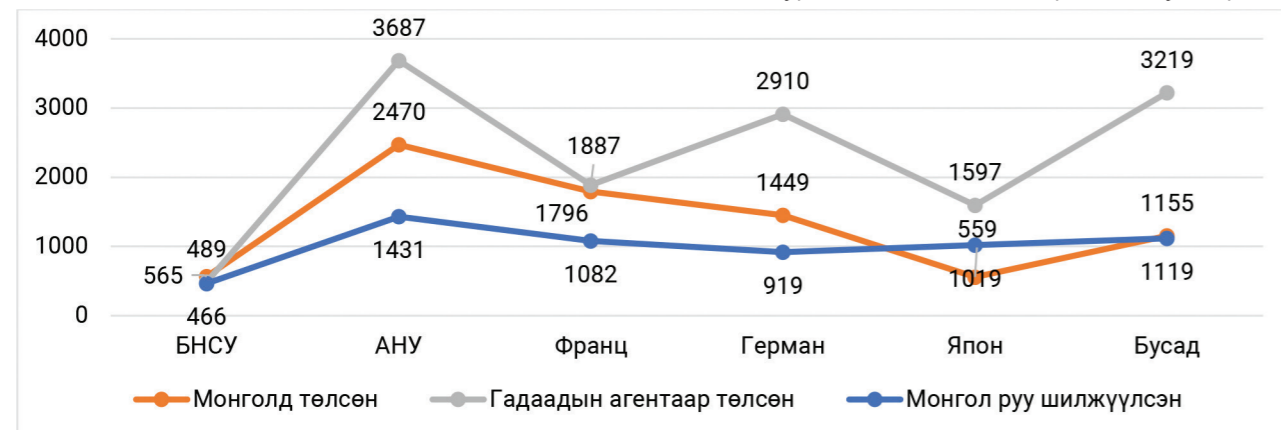


Жуулчдын аяллын задаргааг голлох зах зээлийн орноор харуулахад аяллын багц худалдан авсан БНСУ жуулчин дунджаар 565 ам долларыг Монголын тур агентаар дамжуулан төлж, аялсан бол гадаадаас авсан аялалдаа 489 ам долларыг дунджаар төлж аялжээ. Харин бусад орноос ирсэн жуулчид гадаадын оронд илүү өндөр төлбөр төлдөг ажээ. Аяллын хоног нь тус харьцаанд төдийлөн нөлөөгүй, жигд тархалттай байна.

Хүснэгт. Монгол банкны тогтмол хийдэг Гадаадын жуулчдын зардлын судалгаануудын харьцуулалт

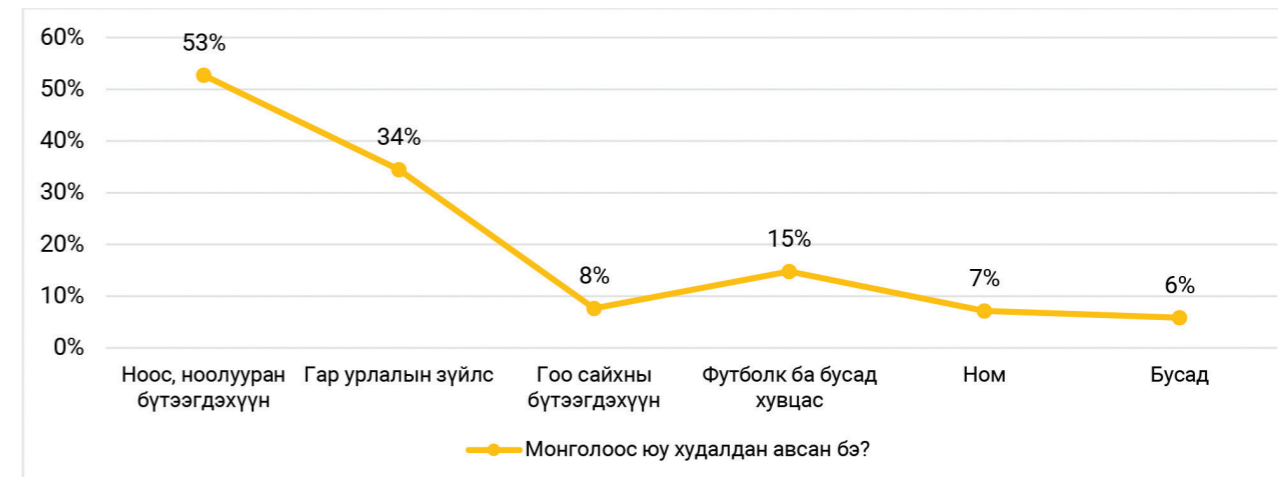
	2015	2011	2005	2015/2011	2015/2005
Австрали, Шинэ Зеланд	2044	1025	567	99%	3.6x
АНУ, Канад	2570	1348	958	91%	2.6x
БНСУ	1557	797	618	95%	2.5x
Герман	1876	2097	844	-11%	2.2x
Их Британи	1835	1236	850	48%	2.1x
Франц	1274	1529	831	-17%	1.5x
Япон	1363	1423	567	-4%	2.4x
Баруун европ	1575	1319	861	19%	1.8x
Бусад	1940	1372	642	41%	3.0x
БНХАУ	1532				
ОХУ	1134				
Өмнөд ази	1313				
<b>Дундаж</b>	<b>1774</b>	<b>1350</b>	<b>749</b>	<b>31</b>	<b>2.3</b>

Зураг 12. Аяллын төлбөр төлсөн улс орноор



Аяллаа өөрөө зохион байгуулсан жуулчин тээврийн зардалд 421 ам доллар, байр сууцанд 400 ам доллар, хоол унданд 246 ам доллар, бусад үйлчилгээнд 272 ам доллар зарцуулжээ.

Зураг 13. Монголоос худалдан авсан бараа, бүтээгдэхүүн



Жуулчны компаний аяллыг худалдан авсан жуулчин бусад бараа бүтээгдэхүүний худалдан авалтанд дунджаар 319 ам доллар зарцуулдаг байна. Ийнхүү худалдан авалт хийхэд нийт жуулчдын 51% нь ноос, ноолууран бүтээгдэхүүн худалдан авчээ. Мөн гар урлалын зүйлс, футболк ба бусад хувцас, гоо сайхны бүтээгдэхүүн, ном зэргийг худалдан авчээ. Тус жагсаалтад багтаагүй бусад зүйлд морин хуур, хөгжмийн CD, DVD, нум сум, шагай, шоколад, гоёл чимэглэл, Монгол цай, зөгийн бал, Чингис архи, ил захидал, морьны тоног хэрэгсэл зэргийг нэрлэжээ.

#### 2.1.4. ЖУУЛЧДЫН МОНГОЛ ИРЭЭД ХИЙДЭГ ЗҮЙЛС

Тус судалгаагаар жуулчдын маршрутаас илүүтэй тухайн жуулчдын Монголд ирээд харахаар, хийхээр, туршиз үзэхээр төсөөлдөг зүйлс дээр анхаарсан юм. Жуулчдын хувьд Монголд ирэхэд унаган байгаль, байгалийн үзэсгэлэн хамгийн чухал бөгөөд байгаль үзэх, байгальд алхахад өндөр санал өгчээ. Нийт ирсэн жуулчдын дийлэнх нь байгалийн үзэсгэлэнт байдалд сэтгэл хангалуун байдаг гэжээ. Үүний дараа морь унах, гэрт байрлахыг онцолсон байна. Монгол хоол идэж үзэхийг тун өндөр ач холбогдолтой гэж үзжээ. Монголын соёлтой танилцахад мөн адил өндөр ач холбогдол өгсөн байна.

Монголд аялаж байхдаа хийсэн зүйлсээс хамгийн их сэтгэлд таалагдсан зүйлсийг асуухад гэрт байрлах, байгальд аялах, морь унах, Монгол хоол идэх зэргийг онцолжээ. Монгол улсад ирэхээс өмнө тэр бүр төсөөлөөгүй боловч маш өндөр сэтгэгдэл үлдээдэг бусад зүйлд музей, үзвэрийн газраар зочлох, ардын урлагийн тоглолт үзэх болон дэлгүүрт худалдан авалт хийхийг нэрлэсэн байна.

Жуулчдын хувьд хүлээлт бий болгодог Наадмыг үзсэн хүмүүс сэтгэл өндөртэй боловч цөөн байна. Харин Монголд эргэж ирэхээр бол байгалийн сайхантай танилцаж, алхан, морь унахын зэрэгцээ Наадмыг үзэх хүсэлтэй гэжээ.



## 2.1.5. ЖУУЛЧДЫН СЭТГЭЛ ХАНАМЖИЙН СУДАЛГАА

### *Монголд ирэхээс өмнө тулгардаг бэрхшээлүүд*

Тус судалгаагаар Монгол улсыг зорин ирсэн жуулчид аялал эхлэхээс өмнө, аяллын дундуур тулгардаг гол гол бэрхшээлүүдийг нэрлэхийг хүссэн бөгөөд эцэст нь аяллын сэтгэл ханамж хэр байгаа тухай асуусан болно. Монгол руу аялахаар бэлтгэж байх үед буюу аялал эхлэхийн өмнө тулгамддаг гол асуудлуудыг хүндээс хөнгөн рүү дарааллуулбал,

1. Өөрийн хэл дээр мэдээлэл олдоцгүй байдаг.
2. Аяллын зөвөлгөө, тайлбар, мэдээлэл дутмаг.
3. Монгол руу нисэх тийзийн үнэ өндөр байдаг.
4. Виз авахад хүндрэлтэй байдаг.
5. Имэйлд хариу өгөхгүй их уддаг.
6. Нислэгийн захиалга хийхэд хүндрэлтэй гэжээ.

Үүнд БНСУ, БНХАУ, Япон, Герман, Франц улсын жуулчид тухайн улсын хэл дээр мэдээлэл олдоцгүй гэсэн бол аяллын зөвөлгөө, тайлбар мэдээлэл дутмаг гэсэн үзүүлэлт дээр улс орон бүрээс ирсэн жуулчид бэрхшээлтэй тулгарч байжээ.

БНСУ, Англи, Франц, Испани улсын жуулчид виз хүсэхэд хүндрэлтэй, визгүй бол дахин аялахад бэлэн гэсэн бол АНУ, Европын орнуудаас нислэгийн тийзийн үнэ өндөр байдаг гэжээ.

Үүнээс гадна аяллын үнэ өндөр, ганцаараа аялахад тохиромжгүй, өөрийн тээврийн хэрэгслийг оруулж ирэхэд төвөгтэй, унаа түрээслээд явах боломжгүй, агаарын тээврийн компани асуудалтай байдаг зэрэг хариулт өгчээ.

### *Монголд аялахад хамгийн таагүй, хүндрэл учруулдаг асуудлууд*

Монголд аялахад хамгийн их хүндрэл учирсан асуудлыг эрэмбэлнэ үү гэсэн асуулгад нийт судалгаанд хамрагдагсдын 70 гаруй хувь нь хариулжээ. Ийнхүү эрэмбэлэхэд хамгийн хүндрэлтэй асуудал нь ариун цэврийн өрөө байсан байна.

1. Нийтийн ариун цэврийн өрөө бохир, олдоцгүй.
2. Зам засах шаардлагатай, замын хөдөлгөөн ихтэй.
3. Интернет, утсан холбоо байдаггүй.
4. Үйлчилгээний чанар муу.
5. Зочлон очих газрын талаарх мэдээлэл хангалтгүй, олдоцгүй.
6. Аяллын зохион байгуулалт тааруу.
7. Чөлөөт цаг, амрах боломж гардаггүй.
8. Аяллын хөтөлбөр, хийх зүйлс хэмээн эрэмбэлжээ.

Дээр дурдсан асуудлууд аль улсын, хэдэн настай, ямар зорилгоор ирсэн болохоос үл хамааран нийтлэг хүндрэл болжээ. Үүнээс гадна гэр баазын ариун цэврийн байдал, цагаан хэрэглэл, халуун ус, тог цахилгааны хүртээмжтэй байдлыг нэрлэсэн байна. Аялал жуулчлалын үйлчилгээний байгууллагын ажилтан, ажилчдын гадаад хэлний мэдлэгийг хүндрэл учруулдаг гэжээ. Транзит аяллаар Улаанбаатар хотод цөөн цагийг өнгөрөөж буй жуулчид тэргүүтэй жуулчдын хувьд хуурамч такси, таксины үйлчилгээний талаар сэтгэл дундуур байгаагаа илэрхийлжээ.

Аялал жуулчлалын үйлчилгээний газрууд дахь хоолны төрөл зүйл, цагаан хоолны сонголтыг нэмэгдүүлэх шаардлагатай гэжээ.

Хөдөө аян замд замын тэмдэг тэмдэглээ хийж, түүх соёлын дурсгалт газруудын орчимд явган хүний зам гаргаж, Баруун Европын олон жуулчид байгалийн үзэсгэлэнт газарт орхисон хог хаягдлын талаар нэн даруй арга хэмжээ авахыг хүсчээ.

Наймаачдад мэхлүүлж, халаасны хулгай юмаа алдаад, айдастай явахад хэцүү байсан гэжээ.

Орон нутгийн нислэгийн цагийн хуваарь, хоцорсон нислэгийн цаг мэдэгдэхгүй удахад хүндрэлтэй байсан гэв. Орон нутгийн нийтийн тээврийн хэрэгсэл хүртээмжгүй, бохир, ойлгомжгүй байсан гэжээ.

Визний төлбөр өндөр, онлайн бүртгэлийн системгүй гэжээ.

Зочид буудлаа бие даан захиалсан хүмүүсийн 45% нь мэдээлэл хангалтгүй гэсэн бол 17% хурдан хариулт өгдөггүй, 17% нь төлбөрийн хэрэгсэл сонголтгүй гэжээ.

### *Аяллын сэтгэл ханамж*

Судалгаанд хамрагдагсдын 79% нь Монголд байх хугацааныхаа сэтгэл ханамжийг нийт, аюулгүй байдал, хүмүүсийн хандлага, тур оператор ба агентын гүйцэтгэл, байр сууц, хоол, газрын тээвэр, зочлох газрууд, үйлчилгээний ажилтнууд гэсэн дараалаар 1-4 хүртэл үнэлж, судалгаанд оролцсон байна. Монголд бүрэн дүүрэн сэтгэл хангалуун байгаа гэж 38% хариулжээ. 56% нь хүлээлтээс арай дээр байсан гэсэн бол 5% нь хүлээлтээс доор байсан гэжээ.

Монгол улсын эргэн тойронд зочлон очсон газартаа 2 хүн тутмын 1 нь саш сайн гэсэн үнэлгээ өгсөн бол газрын тээвэрт 3 хүн тутмын нэг нь хүлээлтээс доор байсан гэжээ. Хоол, үйлчилгээний ажилтнуудад дунджаар 15% хүлээлтээс доор байсан байна. Монгол улсад аялаж байгаа 10 хүн тутмын нэг нь аюулгүй байдалдаа санаа зовниж байсан бол 10 хүн тутмын нэг нь Монгол хүмүүсийн хандлагад сэтгэл дундуур үлджээ.

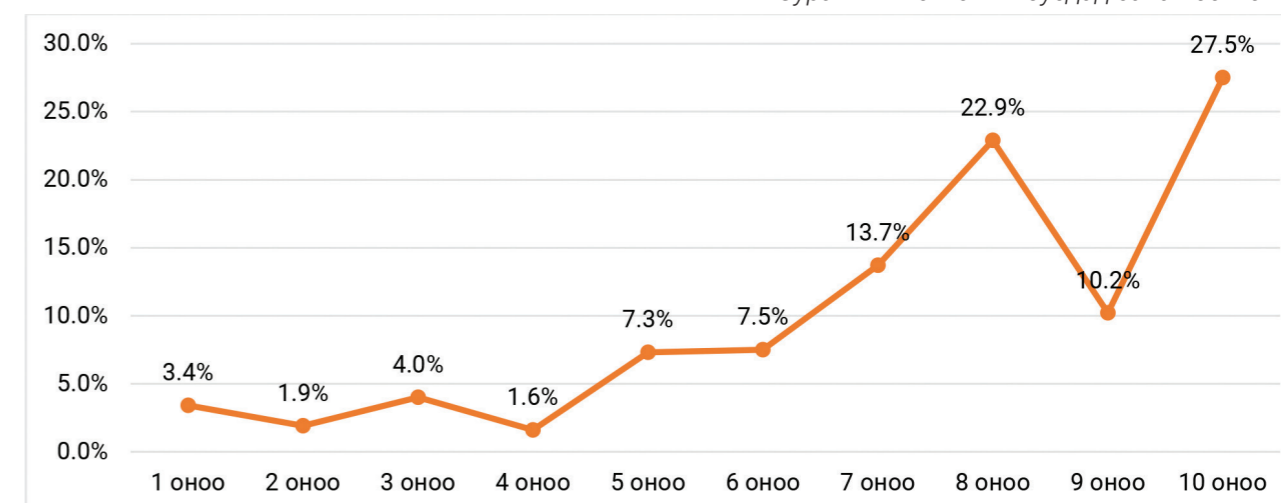
Хүснэгт 4. Аяллын сэтгэл ханамж

	Нийт	Аюулгүй байдал	Хүмүүсийн хандлага	Тур оператор, агентын гүйцэтгэл	Байр, сууц	Хоол	Газрын тээвэр	Зочлох газрууд	Үйлчилгээний ажилтнууд
Маш сайн	38%	34%	45%	44%	29%	27%	21%	48%	34%
Хүлээлтээс илүү байсан	56%	55%	43%	46%	56%	54%	43%	41%	47%
Хүлээлтээс доор байсан	5%	11%	10%	8%	12%	16%	30%	9%	14%
Хүлээн зөвшөөрөх аргагүй	1%	1%	9%	9%	10%	10%	5%	4%	3%

- Судалгаанд хамрагдсан хүмүүсээс аяллын хамгийн сайхан зүйл нь юу байсныг асуухад үзэсгэлэнт байгаль, хөдөө нутаг, Говь, Хөвсгөл, элсэн манхан, тал нутаг, уудам орон зайг онцлон хэлжээ.
- Малчин айл, айлын хүмүүс, орон нутгийн ард иргэдийн найрсаг харилцаа, зочломтгой занд сэтгэл хангалуун үлджээ.
- Морь, тэмээ, мал харахад, морь унахад сайхан байсан гэжээ.
- Монгол уламжлал, зан заншил, соёлтой танилцаж, Монгол гэрт байрлахад таатай байжээ. Идэж үзээгүй хоолоо идэж, амсаж үзээгүй идээ зооглож, Монголын түүхээс суралцахдаа баяртай байжээ. Наадам үзэж, морь уралдах, бөх барилдах, нум сумаар харвахыг харж, өөрөө харваж үзжээ.
- Нар мандах, жаргах, одот тэнгэр, цаг агаар сайхан таарсанд сэтгэл хангалуун байжээ.
- Дугуй унах, өөрөө машинаа жолоодох, хөдөө хээр майханд хонох, ууланд алхах, авирах, загасчлах, дуу дуулах, тоглоом тоглох, зураг авах, олон шинэ хүмүүстэй танилцсандаа баяртай байжээ.
- Дэлгүүрээс дуртай зүйлээ худалдаж авч, дуу хөгжим сонсож, музейд зочлохдоо баяртай байжээ. Монгол хүмүүсийн ур ухаан шингэсэн урлагийн бүтээл, бэлэг дурсгалын зүйлсийг чухалд үздэг гэжээ.
- Монгол найз нөхөдтэй болох, найзуудтайгаа хамтран ажиллахдаа сэтгэл хангалуун байжээ.

Монгол улсад дахин зочлох эсэхийг асуухад 27% нь 2 жилийн дотор, 21% нь 2-4 жилийн дотор, 15% нь 4 жилээс дээш, 9% нь эргэж ирэхгүй, 26% нь мэдэхгүй байна гэжээ. Монгол улсыг гэр бүл, найз нөхөд, бусад хүмүүст санал болгох тухай асуухад 27,5% нь заавал хэмээн хариулжээ.

Зураг 14. Монголын бусад санал болгох нь



Ийнхүү заавал хэмээн хариулт өгсөн нь тухайн жуулчны аяллын хөтөчдөө өгсөн санал сэтгэгдэлтэй шууд хамааралтай байв. Аяллын хөтчийг маш сайн хэмээн үнэлсэн жуулчин Монгол улсыг бусад хүмүүст санал болгоход 10 оноо буюу бүтэн оноо өгчээ.

Хүснэгт 4. Аяллын хөтөч тайлбарлагчид өгсөн үнэлэмж

	Мэргэжлийн хандлага	Гадаад хэлний мэдлэг	Улс орны тухай мэдлэг	Туршлага
Маш сайн	49.9	49.3	47.5	49.2
Хүлээлтээс илүү	41.6	41.1	44.0	41.5
Хүлээлтээс доор	7.3	8.5	8.0	9.3
Хүлээн зөвшөөрөхгүй	1.2	1.1	0.5	0.5

Судалгаанд хамрагдагсдын 60 орчим хувь нь аяллын хөтөч тайлбарлагчтай холбоотой асуулганд оролцсоноос 50 орчим хувь нь сэтгэл хангалуун байжээ. Харин 10 хүн тутмын нэг нь аяллын хөтчийн туршлага хүлээлтээс доор байсан гэжээ.

### 2.1.6. ГАДААДЫН ЖУУЛЧДААС АВСАН СУДАЛГААНЫ ДҮГНЭЛТ

Тус судалгаанд хамрагдсан гадаадын жуулчдын статистик нь аяллын зорилго, насны ангилал, голлох зах зээлийн орнуудын хувьд жил бүр хилээр нэвтэрсэн жуулчдын тоонд үндэслэн гаргадаг статистиктай ойролцоо гарч байгаа нь эх олонлогтой тохирч байгааг харуулж байна. Гэсэн хэдий ч илүү нарийвчлан гаргасан судалгааны үр дүнг жил бүр ижил төстэй судалгаагаар харьцуулан, чиг хандлагыг тогтоох нь үр дүнтэй байх болно.

Судалгааны асуулгаас дүгнэхэд Монгол улсад зочлох гадаадын жуулчдын талаас дээш хувь нь 40-өөс дээш насныхан байна. Үүний дотор 3 хүн тутмын нэг нь 55-аас дээш насны жуулчид байгаа нь тухайн насны хэрэглэгчдэд зориулсан бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний эрэлт байгааг харуулж байна. Жуулчдын Монгол улсад өнгөрөөх хугацаанд үндэслэн Азийн зах зээлийн 55-аас дээш насны, ажлын амралтанд баригдахгүй жуулчид руу хандсан урт хугацаатай аяллын хөтөлбөр бий болгох боломж байна.

Монголын улсыг гадаадад сурталчлахдаа олон нийтийн сүлжээ, интернет, гадаад хэл дээрх Монгол улсын талаарх мэдээллийн хангалттай байдалд нэн чухал ач холбогдол өгөх шаардлагатай байна. Аяллын мэдээллийн хангалтгүй байдал Монгол улсад ирэхээс өмнөх хамгийн том саад бэрхшээл болж байна. Мөн тус мэдээллийг гадаадын олон хэл дээр хөрвүүлэх нь чухал байна.

Тус түүвэр судалгааны үр дүнд Монгол улсад гадаадын жуулчид дунджаар 13 хоног өнгөрөхөөдөө нийт нислэгийн тийз оролцуулан 2318 ам доллар зарцуулж байна.

Жуулчдын зарцуулалтанд шинжилгээ хийхэд аяллын үзвэр, үйлчилгээнд хамгийн бага зардлын хувь ноогдож байгаа боловч өндөр сэтгэл ханамжтай байгаа тул үзвэр, үйлчилгээний газруудыг хөгжүүлэх, орлогыг нэмэгдүүлэх, үйл ажиллагааг дэмжих хэрэгцээ байна. Жуулчид Монгол улсаас худалдан авсан бараа бүтээгдэхүүндээ тун сэтгэл хангалуун байдаг байна.

Олон улсын нислэгийн тийзийн үнэ Монгол улсын бусад улсуудтай өрсөлдөх том сул тал болж байна. Иймд олон улсын нислэгийн салбарт өрсөлдөөнийг нэмэгдүүлж, тийзийн үнийг бууруулах арга хэмжээ авах шаардлагатай байна. Харин дотоодын нислэгийн хувьд цаг хоцрох, нисэх цагийн тодорхойгүй байдал, нислэгийн олдоц дээр анхаарах шаардлагатай байна.

Баруун Европын хөгжингүй улс орнуудын хувьд аялал жуулчлал өндөр хөгжсөн олон улс орон руу визгүй аялах нь нийтлэг болсон тул аяллын визний асуудалд ихээхэн ач холбогдол өгч байна. Визийн төлбөр, виз хүсэх явцыг хүндрэлтэй гэснээс гадна онлайнар виз авах боломжийг бий болгох нь зүйтэй гэсэн санал өгчээ.

Монгол улсад аялаж байгаа гадаадын жуулчдад тулгардаг хамгийн хүндрэлтэй асуудал нь нийтийн бие засах газрын олдоц, ариун цэврийн асуудал гэжээ. Жуулчдын дайран өнгөрөх зогсолтын цэгүүдэд нийтийн бие засах газар байгуулах, тэдгээрийн бүрэн ажиллагааг хангах нь жуулчдын нийт сэтгэл ханамжид чухал нөлөө үзүүлэх нь харагдаж байна. Дэд бүтцийн хөгжил, тэр дундаа авто замын засвар, жуулчны улиралд замын хөдөлгөөний түгжрэлийн асуудлыг шийдвэрлэх шаардлагатай байна.

Интернет, утсан холбооны асуудалд зах зээлийн байдлаас ихээхэн хамааралтай байна. 40 хүртэлх насны жуулчдын хувьд интернет, утсан холбоонд ихээхэн өндөр ач холбогдол өгч байгаа бол Баруун Европын жуулчид утсан холбоогүй, зэрлэг онгон байгальд байгаадаа сэтгэл хангалуун байдаг ажээ.

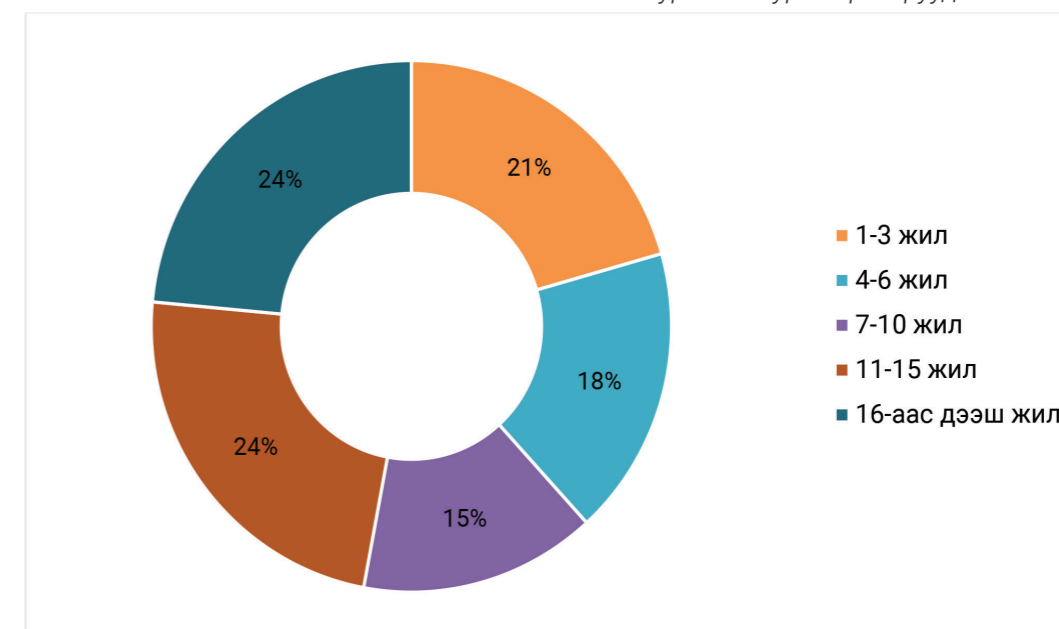
Жуулчдын сэтгэл ханамжийн хувьд зам тээвэр, хоолны амт чанар, сонголт ба аюулгүй байдлыг онцолсон байна. Халаасны хулгай, таксины үйлчилгээ, зам тээврийн байдал жуулчдыг аюулгүй байдалдаа санаа зовниход хүргэж байна. Мөн үйлчилгээний ажилтнуудын гадаад хэлний мэдлэг, үйлчилгээний чанарт анхаарах хэрэгцээ байна. Аяллын хөтөчийн хувьд туршлага нэн чухал асуудал байна.

## 2.2 ТУР ОПЕРАТОРУУДААС АВСАН СУДАЛГАА

### 2.2.1. ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ

Судалгаанд нийт оролцсон тур операторуудын хувьд үйл ажиллагаа явуулсан жилийн хувьд жигд байна. Судалгаанд оролцсон хамгийн туршлагатай компани 35 жилийн турш аялал жуулчлалын салбарт үйл ажиллагаа явуулсан бол 1-3 жилийн турш үйл ажиллагаа явуулж байгаа 7 байгууллага оролцжээ.

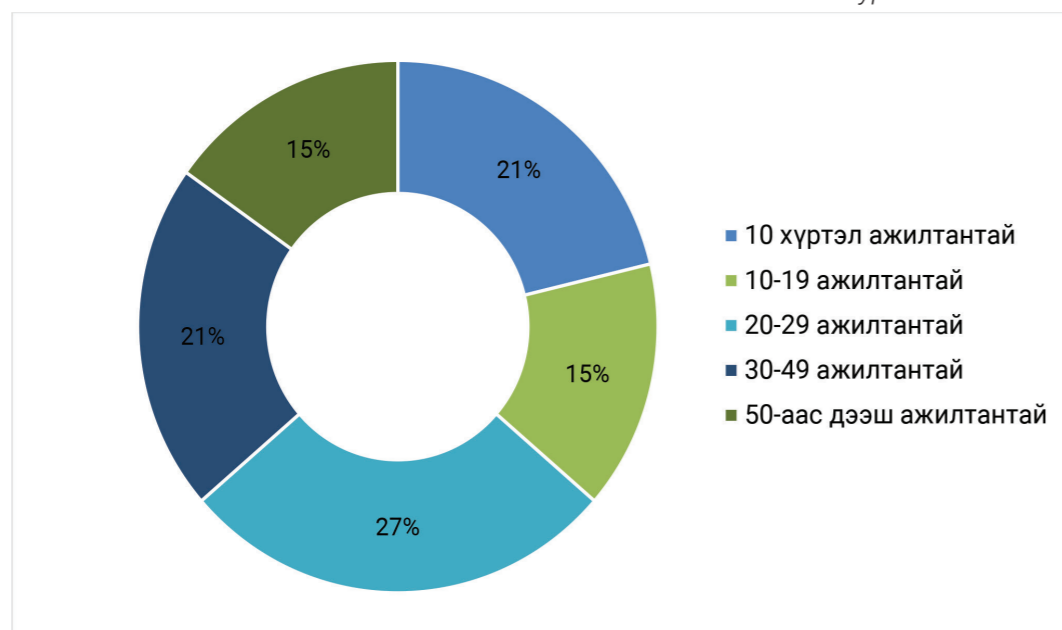
Зураг 15. Тур операторууд ажилласан жилээр



Судалгаанд оролцсон тур операторуудаас нийт ажилчдын тоог тогтоохдоо 2 төрлийн асуулт асуусан нь салбарын онцлогоос хамаарсан болно. Аялал жуулчлалын салбар жуулчны улирлаас хамааралтай байдаг бөгөөд тээврийн үйлчилгээнд ажил гүйцэтгүүлэх гэрээг ашиглах нь түгээмэл байдаг тул бид жуулчны улиралд ажиллах нийт ажилтнуудын тоо болон жилийн турш нийгмийн даатгалд хамрагдаж ажилладаг ажилтнуудын тоог харьцуулах гаргахыг зорьсон болно. Судалгаанд оролцогсдын

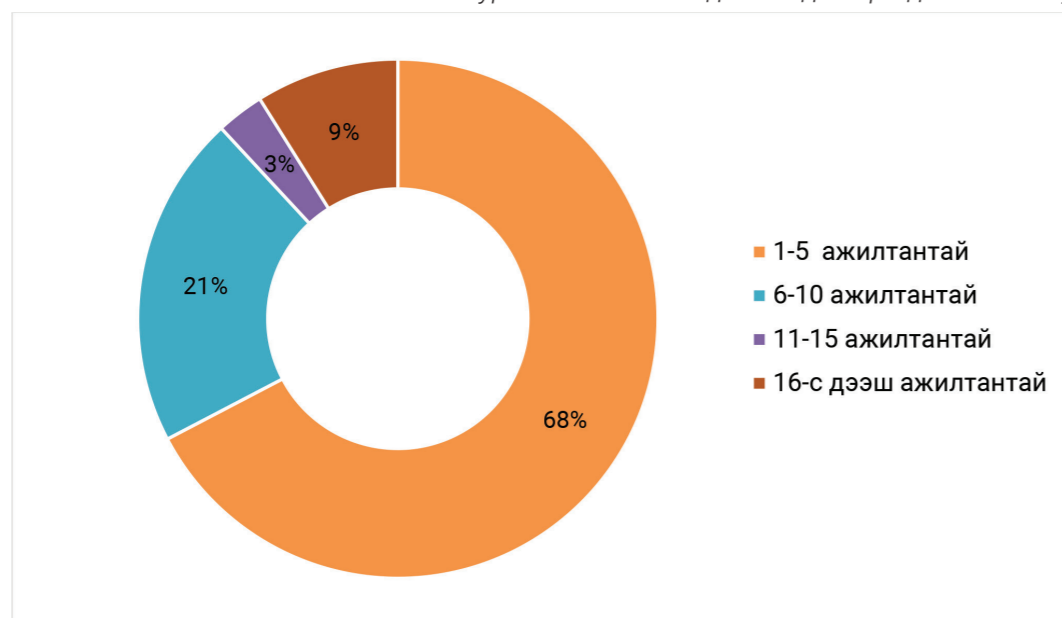
50% нь 20-50 хүртэлх тооны ажилтантай хэмээн хариулжээ. Байгууллагын нийт ажилтнуудын тоо нь үйл ажиллагаа явуулсан жилээс үл хамаарч байна. Тухайлбал, 5 жил үйл ажиллагаа явуулсан тур оператор 65 ажилтантай байхад 20 жил үйл ажиллагаа явуулсан тур оператор 10 хүртэлх тооны ажилтантай байх тохиолдлууд байна.

Зураг 16. Нийт ажилтны тоо



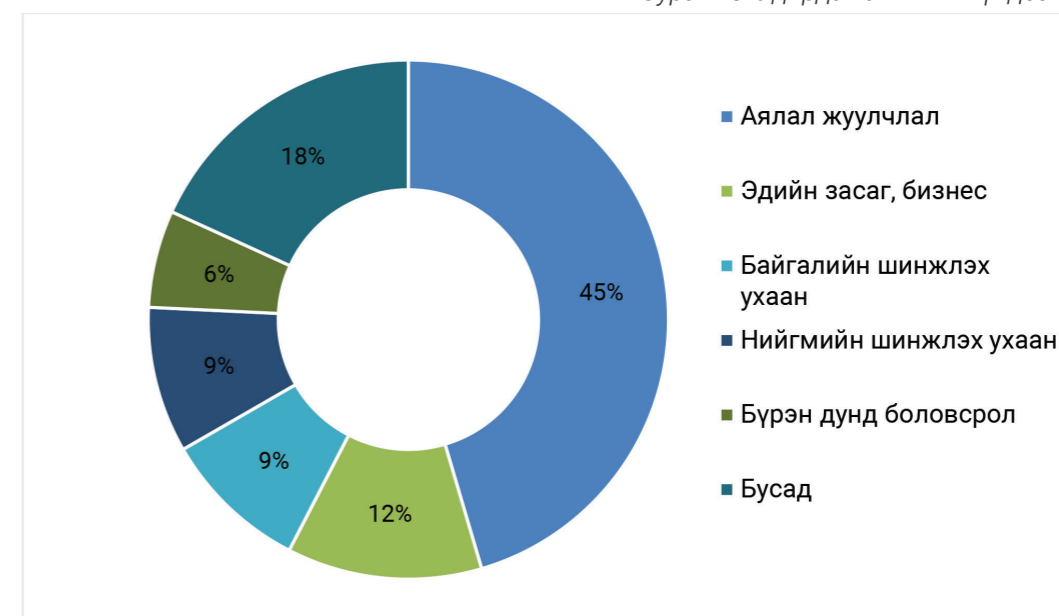
Нийгмийн даатгалд хамрагдсан ажилтнуудын тоог асуухад дунджаар нийт ажилтнуудын 19% нь нийгмийн даатгалд хамрагддаг гэжээ. Судалгаанд хамрагдсан байгууллагуудын 67% нь 1-5 ажилтнаа нийгмийн даатгалд хамруулсан байна.

Зураг 17. Нийгмийн даатгалд хамрагдсан ажилтнуудын тоо



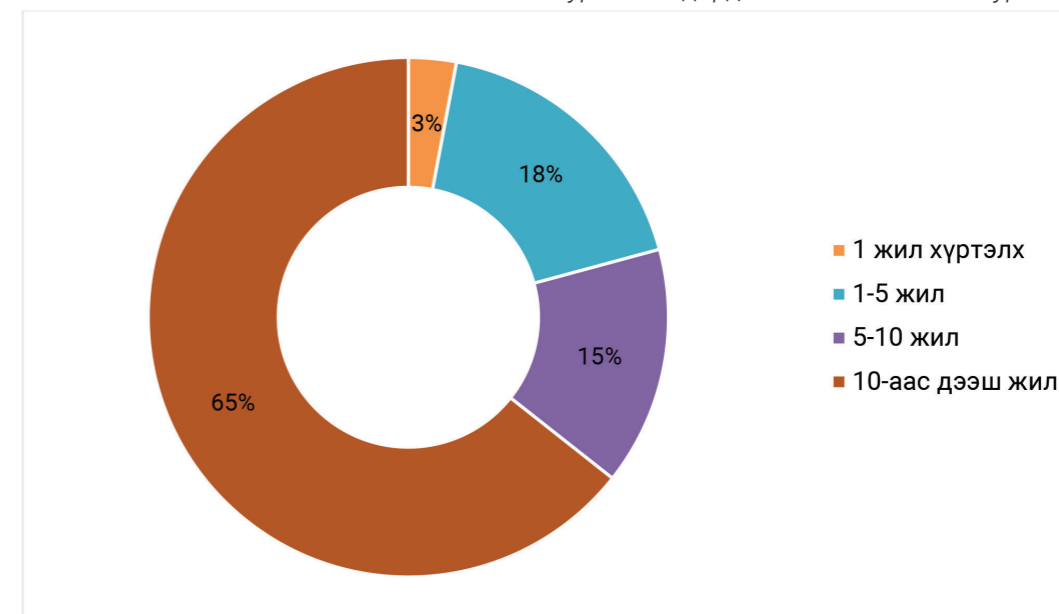
Тухайн байгууллагын удирдах ажилтны үндсэн мэргэжлийг асуухад 45% нь аялал жуулчлалын чиглэлээр дээд боловсрол эзэмшсэн гэжээ. Бусад гэсэн сонголтод сэтгэл судлаач, гэрэл зурагчин, хүний нөөцийн менежер, багш-орчуулагч, гадаад хэл гэж бичжээ.

Зураг 18. Удирдах ажилтны үндсэн мэргэжил



Удирдах ажилтнуудын ажлын туршлагаас асуухад 65 орчим хувь нь 10-аас дээш жил аялал жуулчлалын салбарт ажилласан туршлагатай гэжээ.

Зураг 19. Удирдах ажилтны ажлын туршлага жилээр



Ажилтан, албан хаагчдынхаа ажлын ур чадварт хэр сэтгэл хангалуун байдаг тухай асуухад 20% нь маш сайн, 61% нь боломжийн сайн, 17% нь сургалтанд хамрагдах шаардлагатай гэжээ. Ажилтнууддаа сүүлийн 12 сарын хугацаанд сургалтанд хамруулсан эсэхийг асуухад 41% нь үгүй гэж хариулсан байна. Харин тийм гэж хариулсан компаниудын 47% нь 5 хүртэлх өдрийн хугацаатай богино сургалт явуулж байна. 23% нь 14 хүртэлх хоног, 29% нь 14-өөс дээш хоногийн сургалтанд ажилтнуудаа хамруулжээ.

Гадаадын жуулчин хүлээн авдаг хугацааг асуухад 37,5% нь 3 сар, 81% нь 6 сар хүртэлх хугацаанд гэж хариулсан байна. Идэвхтэй улирлын тоо нь хамгийн урт буюу 9 сарын турш үйл ажиллагаа явуулж байгаа 2 компани байна. Үүний нэг нь аутбаунд зах зээлд үйл ажиллагаа явуулж байна. Жуулчны улирал дууссан үед 51% нь улирлын бус аялал буюу өвлийн аялал, 21% нь сул зогсолт хийдэг гэжээ. Бусад гэж хариулт өгсөн нь өвлийн улиралд Англи хэлний сургалт, ирэх жилийн бэлтгэл ажил хийдэг байна.

### 2.2.2. ҮНДСЭН ҮЙЛ АЖИЛЛАГАА, ОНЦЛОГ ТАЛУУД

Судалгааг нэг талаас хэрэглэгч буюу жуулчид, нөгөө талаас нийлүүлэгч буюу тур операторуудыг сонгосон нь эрэлт, нийлүүлэлтийн байдлыг харьцуулан харахыг зорьсон болно.

Аялал жуулчлалын тур операторууд аяллын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ бий болгоход тулгардаг асуудлуудыг хүндээс хөнгөн рүү эрэмбэлэхийг хүсэхэд ийнхүү жагсаасан байна. Үүнд:

1. Олон улсын галт тэрэгний билетийн үнэ, олдоц,
2. Гадаад, дотоодын нислэгийн билетийн үнэ,
3. Нийлүүлэх бүтээгдэхүүний үнийн тогтворгүй байдал /жуулчны бааз, цалин хөлс г.м/,
4. Аялал жуулчлалын бүтээгдэхүүний олдоц, зохион байгуулалт,
5. Зам, дэд бүтэц,
6. Хүний нөөц,
7. Аялал жуулчлалын зочлон очих газрын олдоц, хөгжил,
8. Аюулгүй байдал, даатгал,
9. Тээврийн хэрэгслийн үнэ,
10. Гадаад, дотоодын нислэгийн олдоц,
11. Виз хүсэх,
12. Бусад гэсэн бөгөөд дотоодын нислэгийн цагийн хуваарийн тогтворгүй байдал, зам дагуух ариун цэврийн өрөө, зогсоол, замын тэмдэг, тэмдэглэгээ, морь, тэмээний хөтөч зэргийг нэрлэжээ.

Олон улсын аялал жуулчлалын үзэсгэлэнд оролцоход тулгардаг гол саад бэрхшээлүүдийг эрэмбэлэхдээ:

1. Зардал, төсөвийн хүндрэл,
2. Үзэсгэлэн дэх Монгол улсын байрлал,

3. Хариуцсан байгууллагаад үзэсгэлэнд оролцох эрх авах,
4. Олон улсын нислэгийн тийзийн үнэ, олдоц,
5. Зохион байгуулалт,
6. Оролцох ажилтнуудад виз хүсэх,
7. Бусад гэхдээ олон улсын үзэсгэлэнд оролцдоггүй гэсэн хариулт өгчээ.

Тур операторууд гадаадын жуулчид, үйлчлүүлэгчдээ хэрхэн татдаг тухай асуухад 39% нь интернет дэх өөрийн цахим хэрэгслээр дамжуулан хэмээн хариулжээ. Мөн өмнө ирсэн жуулчдын санал болгосноор татдаг гэж 29% хариулсан байна.

Зураг 20. Үйлчлүүлэгчдээ татах арга хэрэгсэл



Асуулгад оролцсон тур операторуудын 38% нь үзэсгэлэнт байгаль, нүүдлийн соёл, ахуй, түүх, танин мэдэхүйн аялал зохион байгуулдаг гэжээ. Бусад нь тусгай сонирхлын, морин аялал, адал явдалт явган аялал, хямд төсөр аялал, масс аялал, Монголчуудыг гадаадад аялуулдаг хэмээн хариулсан байна.

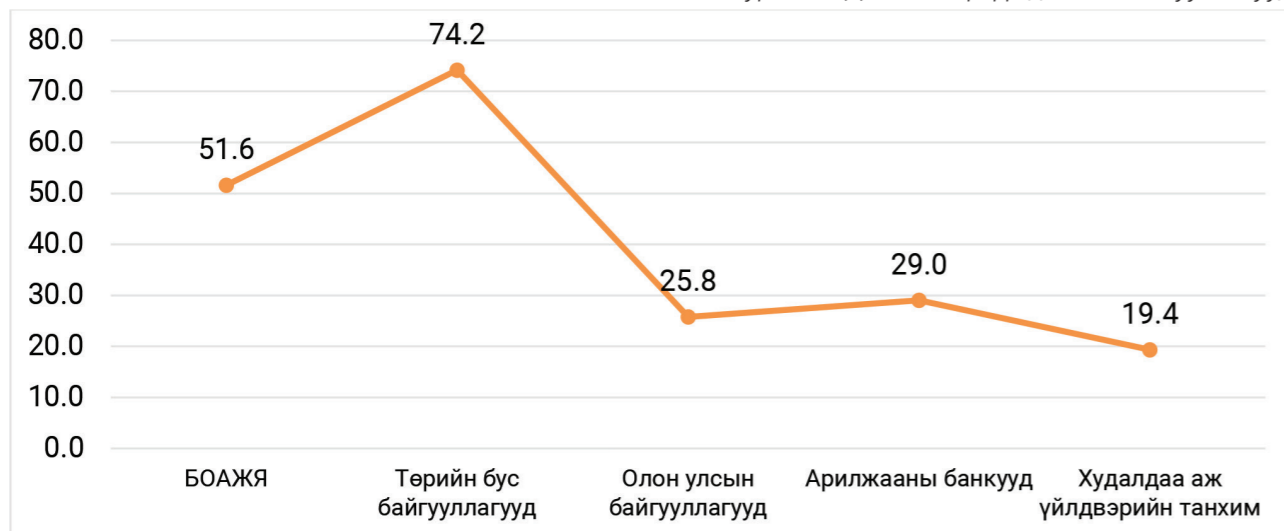
Мөн тухайн байгууллагын гол өрсөлдөх давуу тал юу байдаг тухай асуухад өгсөн хариултыг давтамжаар нь жагсаавал:

- Хүний нөөц - туршлагатай, зөв хандлагатай, мэргэжлийн хамт олон,
- Бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний чанар,
- Аяллын маршрутын онцлог, шинэлэг тал,
- Хариуцлагатай байдал,
- Зар сурталчилгаа гэжээ.

### 2.2.3. ТӨРИЙН ДЭМЖЛЭГ

Тур операторуудын үйл ажиллагааг дэмждэг гол байгууллагуудыг нэрлэхэд төрийн бус байгууллагууд, холбоо эвслүүдийг онцгойлон нэрлэсэн байна.

Зураг 21. Дэмжлэг үзүүлдэг гол байгууллагууд



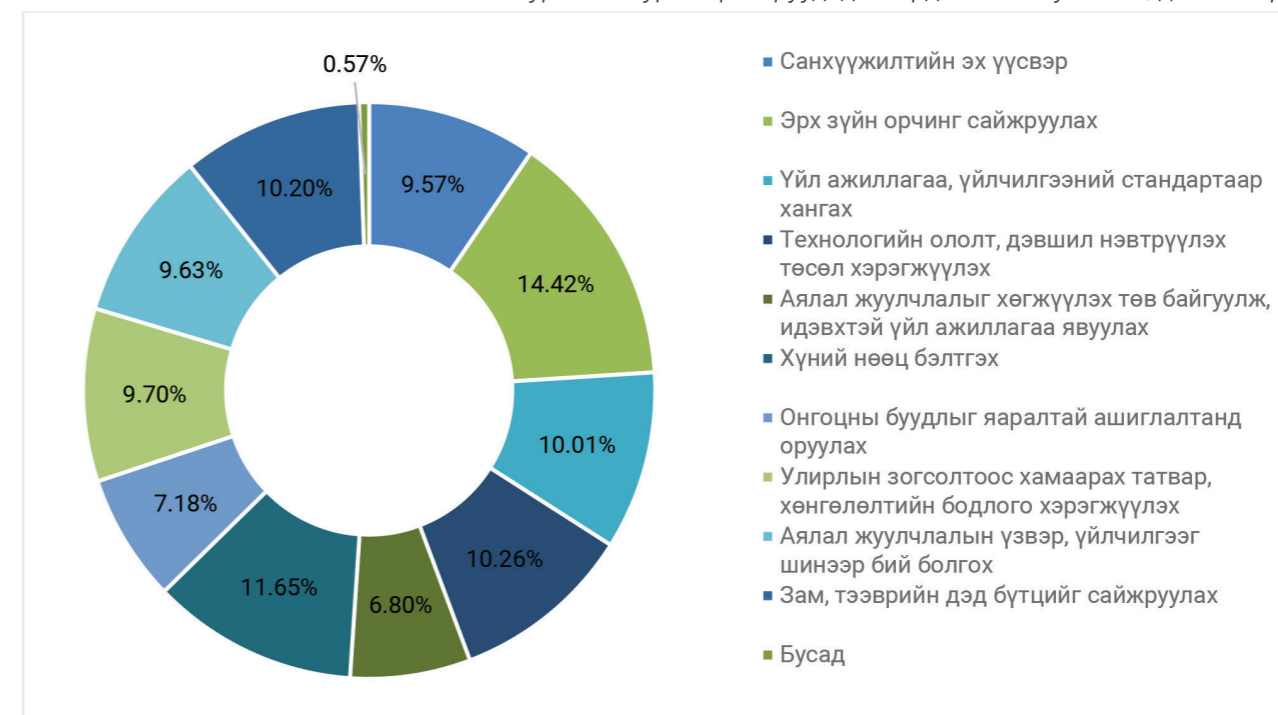
Эдгээр байгууллагуудаас үзүүлсэн гол гол дэмжлэгүүдийг нэрлэхдээ дараах байдлаар эрэмбэлжээ. Үүнд:

1. Аялал жуулчлалын үзвэр, үйлчилгээг шинээр бий болгоход дэмжсэн,
2. Аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх төв байгуулаж, идэвхтэй үйл ажиллагаа явуулсан,
3. Хүний нөөц бэлтгэсэн,
4. Зам тээвэр, дэд бүтцийг сайжруулсан,
5. Үйл ажиллагаа, үйлчилгээний стандартаар хангасан,
6. Эрхзүйн орчинг сайжруулсан,
7. Санхүүжилтийн эх үүсвэрийг бий болгосон,

Хамгийн бага дэмжлэг үзүүлсэн нь улирлын зогсолтоос хамаарах татвар, хөнгөлөлтийн бодлого хэрэгжүүлсэн, онгоцны буудлыг ашиглалтанд оруулахаар ажилласан, технологийн ололт, дэвшил нэвтрүүлэх төсөл хэрэгжүүлсэн зэргийг нэрлэжээ. Бусад гэсэн хариултыг дугуйлахдаа дэмжлэг аваагүй, зөвшөөрлийн наалт тараасан хэмээн хариулжээ.

Одоо үйл ажиллагаа явуулахад нэн тэргүүний шаардлагатай байгаа дэмжлэгийг алсдаа хэрэгтэй хүртэл эрэмбэлэхдээ эрх зүйн орчинг сайжруулж, хүний нөөц бэлдэхэд туслалцаа үзүүлэх болон технологийн ололт, дэвшил нэвтрүүлэх төсөл хэрэгжүүлэхийг онцолжээ.

Зураг 22. Тур операторуудад шаардлагатай тусламж, дэмжлэгүүд



### 2.2.4. СААД БЭРХШЭЭЛҮҮД

Тур операторуудын хувьд тогтвортой үйл ажиллагаа явуулахад тулгарч буй гол саад бэрхшээлүүдийг асуухад дараах дарааллын дагуу жагсаажээ. Үүнд:

- Үйлчилгээний байгууллагуудад үйлчилгээний стандарт тааруу, үйлчилгээний ажилтнуудын чадамжгүй,
- Зам тээвэр,
- Хүний нөөц,
- Дотоодын нислэгийг тогтворгүй, хүртээмжгүй,
- Нислэгийн тийзийн өндөр үнэ, олдоц муу,
- Төр засгийн шийдвэр тодорхойгүй, тогтворгүй байдал,
- Эвент, арга хэмжээний батлагдсан хуваарьгүй, найдваргүй
- Ариун цэврийн өрөө,
- Эрхзүйн орчин,
- Сул зогсолт,
- Санхүүжилт,
- Хүнд суртал,
- Ангиллын гэрчилгээ авахад хүндрэлтэй,
- Гэрчилгээг дурын байгууллагад өгдөг гэжээ.

Тур операторуудын үйл ажиллагааг дэмжихийн тулд төрөөс авах арга хэмжээг нэрлэхдээ эрх зүйн орчинг сайжруулах, төрийн алсын хараатай бодлогоор хангаж, тогтвортой хэрэгжүүлэх, визний хүндрэлийг бууруулах, агаарын тээврийг

либеральчлах, үйлчилгээний байгууллагууд болон хүний нөөцөд стандарт нэвтрүүлж, хэрэгжилтийг хангах, зэрэглэл тогтоох, аялал жуулчлалын хуулийг шинэчлэн найруулж, батлах, дэд бүтцийг хөгжүүлэх, татвар төлөгч компаниудыг хувиараа жуулчин авдаг иргэд болон гадаад эзэнтэй тур операторын шударга бус өрсөлдөөнөөс хамгаалах, Англи хэлийг бүх нийтэд эзэмшүүлэх, интернет, технологийн хөгжил, хүчин чадлыг нэмэгдүүлэх, Монгол улсыг гадаадад сурталчлах, мэдээ мэдээллээр хангах, Монгол улсад олон улсын үзэсгэлэн зохион байгуулах, хог хаягдлын менежментийг сайжруулах гэжээ.

Шинэ онгоцны буудлыг нээхтэй холбоотой даацийн асуудлыг хэрхэн шийдвэрлэх талаар асуусан асуулгад

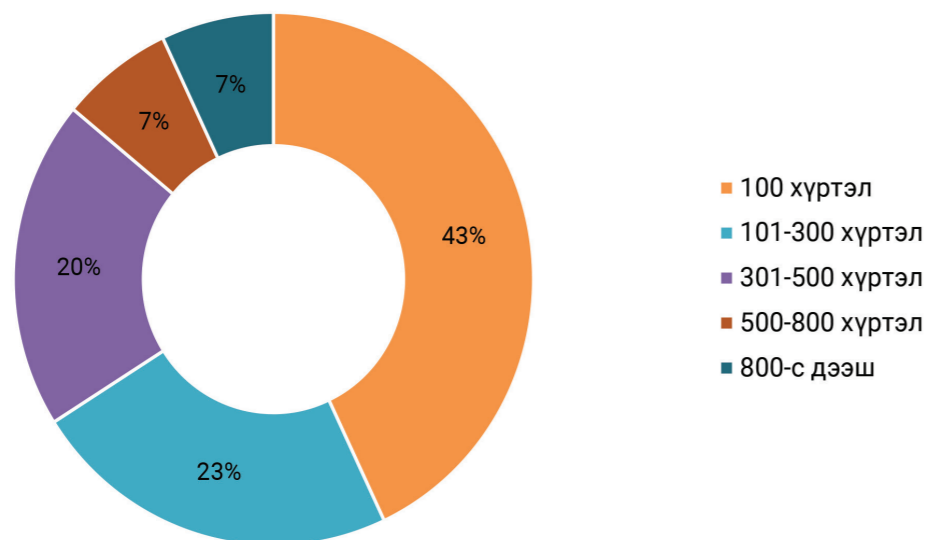
- Хүний нөөц, үйлчилгээний стандартыг сайжруулах,
- Экспресс автобус гаргах,
- Аяллын шинэ бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ бий болгох,
- Жуулчдад ойлгомжтой гарын авлага бий болгох,
- Зочид буудал шинээр барих, зочлох үйлчилгээний салбарт хөнгөлттэй зээл өгч дэмжлэг үзүүлэх нь нэн чухал гэжээ.

Аялал жуулчлалын салбарын сэтгэл ханамжийг нэмэгдүүлж, үйлчилгээний чанарыг сайжруулахад юун түрүүнд хүний нөөцийн чадамжийг нэмэгдүүлэх, үйлчилгээний стандарт нэвтрүүлж, хэрэгжилтийг хянах, салбарын талаар олон нийтийг мэдээллээр хангах, авто зам ба ариун цэврийн өрөөний асуудлыг шийдвэрлэх хэмээн хариулжээ.

## 2.2.5. ОРЛОГО БА САНХҮҮЖИЛТ

Нийт тур оперуторуудын 43% нь жилд 100 хүртэлх тооны жуулчин авдаг гэсэн бол 86% нь 500 хүртэлх тооны жуулчин авдаг гэжээ. Нийт хүлээн авсан жуулчдыг санал асуулгад оролцсон компаниудын дунджаар гаргахад нэг компанид 363 жуулчин оногдож байна.

Зураг 23. Жилд хүлээн авдаг жуулчны тоогоор



Аяллын багцуудын дундаж үнийг асуухад 33-2800 ам доллар хэмээн хариулсан бөгөөд дунджаар аяллын үнэ 1107 ам доллар байна.

Борлуулж буй бүтээгдэхүүнийхээ үнэ цэнийг нэмэгдүүлэхийн тулд ямар арга хэмжээ авахаар төлөвлөж буй тухай асуухад:

- Ажилтнуудынхаа ур чадварыг дээшлүүлэх, туршлагажуулах
- Үйлчилгээний стандартаа сайжруулах,
- Аяллын хөтөлбөрөө сайжруулах,
- Онцгой аяллын бүтээгдэхүүн бий болгох, нэг зах зээлд ижил бүтээгдэхүүнээр оролцож үнээр өрсөлдөхөөс зайлсхийх,
- Зар сурталчилгаа, маркетингийн идэвхжүүлэлт хийх хэмээн хариулжээ.

Тур операторын үйл ажиллагааны зардлаас хамгийн хүндрэл учруулдаг зардлын төрлийг нэрлэнэ үү гэхэд дараах эрэмбээр нэрлэсэн байна. Үүнд:

1. Түрээсийн зардал,
2. Ажиллах хүч, цалин хөлсний зардал,
3. Баяр наадмын үнийн хөөрөгдөл,
4. Үйл ажиллагааны зардал, сул зогсолт,
5. Нийлүүлэгчдээс ирэх гэнэтийн үнийн өсөлт,
6. Тээврийн зардал гэжээ.

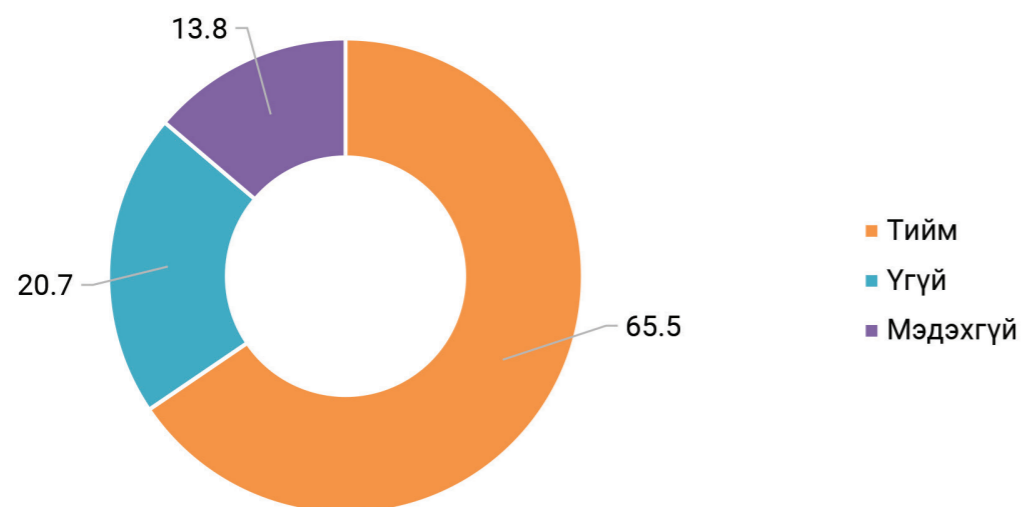
Судалгаанд хамрагдсан тур операторуудын 27,8% нь үйл ажиллагаагаа тогтворжуулахын зэрэгцээ тэлэх боломжийг эрэлхийлж байна гэсэн бол 25% нь хурдацтай өргөжин тэлэхийн тулд ажиллаж байна гэжээ. Бусад гэсэн хариултыг дугуйлсан нэг тур оператор аяллын төрлөөр мэргэшихийг зорьж байна гэжээ.

Зураг 24. Тур операторуудын зах зээлд эзлэх байр суурь



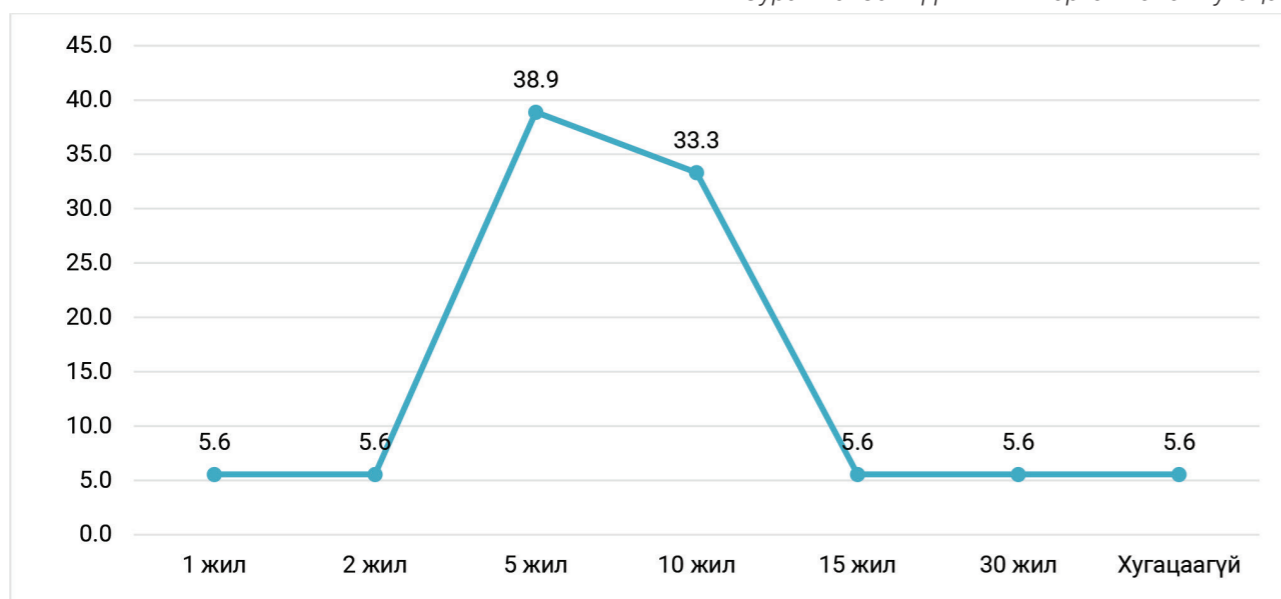
Нийт тур операторуудын 65% нь үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэх буюу тогтворжуулахад санхүүжилт шаардлагатай байгаа гэжээ. Харин 20% нь нэмэлт санхүүжилт шаардлагагүй гэсэн байна.

Зураг 25. Санхүүжилтийн хэрэгцээ



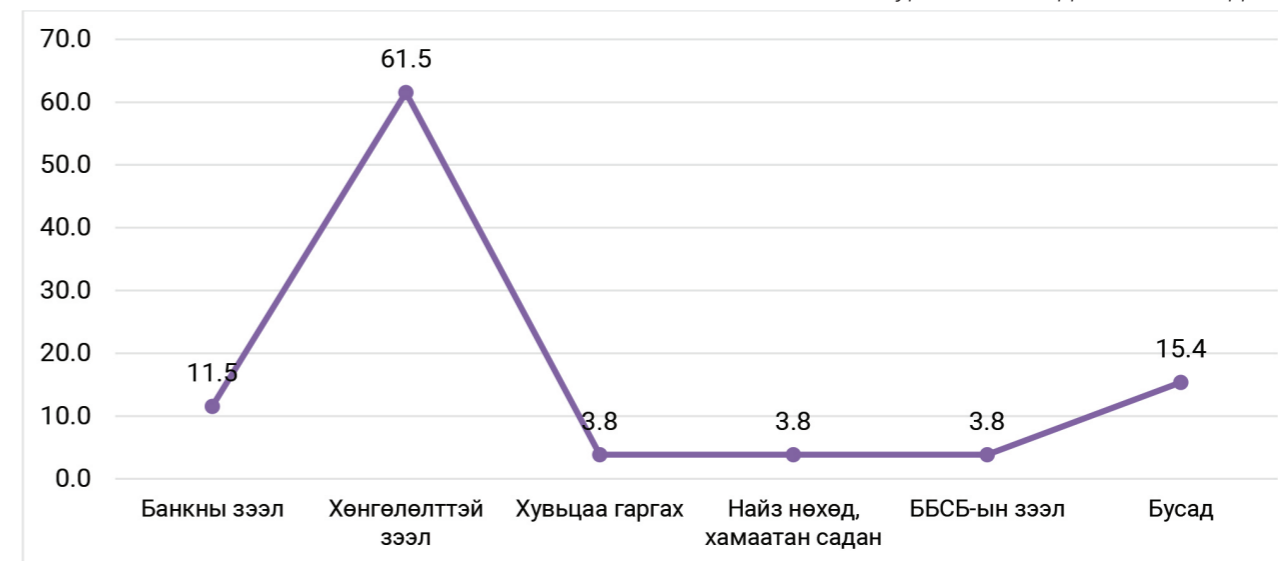
Нийт шаардлагатай байгаа санхүүжилтийн хэмжээг асуухад 10-900 сая төгрөг хэмээн хариулсан бөгөөд дунджаар 328 сая төгрөг байна. Тухайн зээлийг 72% нь 5-0 жилийн хугацаанд эргүүлэн төлөх боломжтой гэжээ. Үүнд 39 орчим хувь нь 5 жилийн хугацаатай, 33% нь 10 жилийн хугацаатай зээлийн бүтээгдэхүүн эрэлхийлж байна.

Зураг 26. Санхүүжилтийг эргэн төлөх хугацаа



Уг санхүүжилтийн эх үүсвэрийг хаанаас авахаар төлөвлөж байгааг асуухад 61,5% нь хөнгөлөлттэй зээлийн бүтээгдэхүүн сонирхож байгаа гэжээ. Харин 15,4% нь бусад санхүүжилтийн эх үүсвэр хэмээн хариулжээ. Үүнд үйл ажиллагааны ашгаас, хөрөнгө оруулалт, төсөл хөтөлбөрт хамрагдах гэсэн хариултууд өгсөн байна.

Зураг 27. Санхүүжилтийн эх үүсвэр



## 2.2.6. ДҮГНЭЛТ

Судалгаанд хамрагдсан аялал жуулчлалын тур операторуудын 50% нь 20-50 хүртэлх тооны нийт ажилтантай бөгөөд 19% нийгмийн даатгалд хамруулах боломжтой байгаа нь салбарын хүний нөөцөд тохирох бодлогын шийдвэр гаргалт нэн шаардлагатай байгааг харуулж байна. Удирдах ажилтнуудын хувьд 2 хүн тутмын нэг нь аялал жуулчлалын мэргэжилтэй бөгөөд 10 гаруй жилийн туршлагатай байна. Харин ажилтнуудын хувьд удирдлагын хүлээлтэнд хүрч ажиллаж байгаа нь 20% бөгөөд тур операторуудын 41% нь ажилтнуудаа сургалтанд хамруулах боломжгүй байна. Компаний сургалтуудын 70% нь 14 хүртэлх хоногийн хугацаатай богино сургалт байжээ.

Аялал жуулчлалын идэвхтэй үйл ажиллагаа явуулж, орлого хуримтлуулах улирал нь 6 сарын хугацаатай байна. Харин жуулчны бус улиралд бэлтгэл ажил, сул зогсолт хийдэг гэжээ.

Үйл ажиллагаа идэвхтэй явуулж буй улиралд тулгардаг хамгийн томоохон бэрхшээлүүд нь олон улсын галт тэрэгний билетийн үнэ, олдоц, гадаад, дотоодын нислэгийн билетийн үнэ, нийлүүлэх бүтээгдэхүүний үнийн тогтворгүй байдал / жуулчны бааз, цалин хөлс г.м/ байсан байна.

Харин үйл ажиллагаагаа идэвхжүүлэхээр үзэсгэлэнд оролцох үед зардал төсөв, Монгол улсын байрлал, эрх авах асуудал хүндрэл учруулдаг гэжээ. Тур операторууд үйлчлүүлэгчээ интернет дэх цахим хэрэгслээр дамжуулан, өмнөх жуулчдын санал болгосноор олдог байна. Ингэхдээ үзэсгэлэнт байгаль, нүүдлийн соёл, ахуй, түүх, танин мэдэхүйн аялал зохион байгуулдаг гэжээ. Бусад нь тусгай сонирхлын, морин аялал, адал явдалт явган аялал, хямд төсөр аялал, масс аяллын бүтээгдэхүүн голлон санал болгож байна. Аяллын тур операторын амжилтыг туршлагатай, зөв хандлагатай, мэргэжлийн хүний нөөц хангадаг гэжээ. Харин чанартай бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ бий болгоход үйлчилгээний байгууллагуудад үйлчилгээний стандарт тааруу, үйлчилгээний ажилтнуудын чадамжгүй, зам тээвэр, хүний нөөц, дотоодын нислэгийг тогтворгүй, хүртээмжгүй байдал хамгийн том саад учруулж байна.



Тур операторын үйл ажиллагаанд ТББ байгууллагуудын дэмжлэг зонхилж байна. Ингэхдээ аялал жуулчлалын үзвэр, үйлчилгээг шинээр бий болгох, аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх төв байгуулаж, идэвхтэй үйл ажиллагаа явуулах, хүний нөөц бэлтгэхэд туслалцаа үзүүлсэн гэжээ. Хамгийн бага дэмжлэг үзүүлсэн нь улирлын зогсолтоос хамаарах татвар, хөнгөлөлтийн бодлого хэрэгжүүлсэн, онгоцны буудлыг ашиглалтанд оруулахаар ажилласан, технологийн ололт, дэвшил нэвтрүүлэх төсөл хэрэгжүүлсэн зэргийг нэрлэжээ.

Тур операторуудын үйл ажиллагааг дэмжихийн тулд төрөөс авах арга хэмжээг нэрлэхдээ эрх зүйн орчинг сайжруулах, төрийн алсын хараатай бодлогоор хангаж, тогтвортой хэрэгжүүлэх, визний хүндрэлийг бууруулах, агаарын тээврийг либеральчлах, үйлчилгээний байгууллагууд болон хүний нөөцөд стандарт нэвтрүүлж, хэрэгжилтийг хангах, зэрэглэл тогтоох, аялал жуулчлалын хуулийг шинэчлэн найруулж, батлах, дэд бүтцийг хөгжүүлэх, татвар төлөгч компаниудыг хувиараа жуулчин авдаг иргэд болон гадаад эзэнтэй тур операторын шударга бус өрсөлдөөнөөс хамгаалах, Англи хэлийг бүх нийтэд эзэмшүүлэх, интернет, технологийн хөгжил, хүчин чадлыг нэмэгдүүлэх, Монгол улсыг гадаадад сурталчлах, мэдээ мэдээллээр хангах, Монгол улсад олон улсын үзэсгэлэн зохион байгуулах, хог хаягдлын менежментийг сайжруулах гэжээ.

Харин шинэ онгоцны буудал ашиглалтанд орохоос өмнө хүний нөөцийн асуудал шийдвэрлэх шаардлагатай байгааг онцолжээ.

Нийт хүлээн авсан жуулчдыг санал асуулгад оролцсон компаниудын дунджаар гаргахад нэг компанид 363 жуулчин оногдож байна. Аяллын багцуудын дундаж үнийг асуухад 33-2800 ам доллар хэмээн хариулсан бөгөөд дунджаар аяллын үнэ 1107 ам доллар байна. Харин Монгол улсад аялаж буй жуулчин дунджаар 13 хоног өнгөрөөхдөө нислэгийн тийзийн үнийг оролцуулан 2318 ам доллар зарцуулдаг гэжээ. Монгол улсад ирээд аялал худалдан авсан жуулчид дунджаар 1332 ам доллар төлсөн байна.

Тур операторын үйл ажиллагааны зардлаас хамгийн хүндрэл учруулдаг зардлын төрлийг нэрлэнэ үү гэхэд дараах эрэмбээр нэрлэсэн байна. Үүнд:

1. Түрээсийн зардал,
2. Ажиллах хүч, цалин хөлсний зардал,
3. Баяр наадмын үнийн хөөрөгдөл,
4. Үйл ажиллагааны зардал, сул зогсолт,
5. Нийлүүлэгчдээс ирэх гэнэтийн үнийн өсөлт,
6. Тээврийн зардал гэжээ.

Судалгаанд хамрагдсан тур операторуудын 27,8% нь үйл ажиллагаагаа тогтворжуулахын зэрэгцээ тэлэх боломжийг эрэлхийлж байна гэсэн бол 25% нь хурдацтай өргөжин тэлэхийн тулд ажиллаж байна гэжээ. Бусад гэсэн хариултыг дугуйлсан нэг тур оператор аяллын төрлөөр мэргэшихийг зорьж байна гэжээ. Нийт тур операторуудын 65% нь үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэхээр ажиллаж байгаа бөгөөд үүндээ дунджаар 328 сая төгрөгийн зээлийг хөнгөлттэй нөхцлөөр авч, 5-10 жилийн хугацаанд эргүүлэн төлөх боломжтой гэжээ.

## 2.3 ДҮГНЭЛТ, ЗӨВЛӨМЖ

Судалгааны үр дүнд нэг талаас хэрэглэгчид буюу гадаадын жуулчдын эрэлт, хэрэгцээ нь нөгөө талаас нийлүүлэгчдийг төлөөлж буй тур операторуудын боломж бололцоог судалж, төрөөс хэрэгжүүлэх нэн шаардлагатай арга хэмжээ, бодлогын асуудлыг илрүүлэхийг зорьсон билээ.

Салбарын нийлүүлэлт талаас тулгамдаж буй хамгийн гол асуудлуудын нэг нь хүний нөөцийн асуудал байна. Үүнд аялал жуулчлалын туршлагатай хөтөч, гадаад хэлээр ярьдаг үйлчилгээний ажилтнууд орж байна. Аяллын туршлагатай, мэргэжлийн хөтөч тухайн жуулчныг Монгол улсыг гадаадад сурталчлахад, Монгол улсад дахин зочлоход ихээхэн үүрэг гүйцэтгэж байна. Аялал жуулчлалын хөтчийн туршлага тулгамдсан асуудал болж байгаа нь энэ чиглэлд хандсан мэргэжлийн боловсрол, зэрэгжилт, стандартчилалын асуудлыг шийдвэрлэх шаардлагатай байгааг харуулж байна. Нөгөө талаас улирлын зогсолт нь туршлагатай ажилтнуудаа салбартаа авч үлдэхэд томоохон хүндрэл болдог нь энэхүү харьцуулсан судалгааны үр дүнд харагдаж байна.

Монгол улсыг гадаадад сурталчлахдаа олон нийтийн сүлжээ, интернет, гадаад хэл дээрх Монгол улсын талаарх мэдээллийн хангалттай байдалд нэн чухал ач холбогдол өгөх шаардлагатай байна. Аяллын мэдээллийн хангалтгүй байдал Монгол улсад ирэхээс өмнөх хамгийн том саад бэрхшээл болж байна. Харин нөгөө талаас аяллын тур операторууд интернет цахим холбоогоор дамжуулан бүтээгдэхүүн, үйлчилгээгээ борлуулж байгаа бөгөөд техник, технологийн дэвшил талаас тусламж, дэмжлэг шаардлагатай байгааг онцолжээ.

Олон улсын нислэгийн тийзийн үнэ Монгол улсын бусад улсуудтай өрсөлдөх том сул тал болж байна. Жуулчид аяллын бүтээгдэхүүний үнээс илүүтэй нислэгийн тийзийн үнийг өрсөлдөх чадварыг бууруулж байна гэж үзэж байна. Нийлүүлэлт талаас тур операторуудын хувьд нислэг, галт тэрэг, үйлчилгээний байгууллагуудын үнийн тогтворгүй байдал саад учруулдаг байна.

Баруун Европын хөгжингүй улс орнуудын хувьд аялал жуулчлал өндөр хөгжсөн олон улс орон руу визгүй аялах нь нийтлэг болсон тул аяллын визний асуудалд ихээхэн ач холбогдол өгч байна.

Монгол улсад аялж байгаа гадаадын жуулчдад тулгардаг хамгийн хүндрэлтэй асуудал нь нийтийн бие засах газрын хүртээмж, ариун цэврийн асуудал гэжээ. Жуулчдын дайран өнгөрөх зогсолтын цэгүүдэд нийтийн бие засах газар байгуулах, тэдгээрийн бүрэн ажиллагааг хангах нь жуулчдын нийт сэтгэл ханамжид чухал нөлөө үзүүлэх нь харагдаж байна. Дэд бүтцийн хөгжил, тэр дундаа авто замын засвар, жуулчны улиралд замын хөдөлгөөний түгжрэлийн асуудлыг шийдвэрлэх шаардлагатай байна. Зам, тэмдэг тэмдэглэгээний дутагдалтай байдалд тур операторууд мөн адил санал хүсэлт илэрхийлжээ. Харин нийтийн бие засах газарт ач холбогдол бага өгсөн байгаа нь тур операторуудын хувьд жуулчдын хамгийн гол бэрхшээлийг олж мэдэх нь чухал байгааг харуулж байна.

Гадаадын жуулчдын Монголын талаарх төсөөлөл, хүлээлт нь тур операторуудын санал болгож буй бүтээгдэхүүний онцлогтой нийцэж байна. Харин тур операторуудын

хувьд ийнхүү ижил төрлийн бүтээгдэхүүнийг борлуулахдаа үнээр хэт өрсөлдөх нь сул тал бий болгож байна гэжээ. Тур операторууд бүтээгдэхүүн, үйлчилгээгээ сайжруулахад нэгдсэн үйлчилгээний стандарт дутмаг, хэрэгжилт муу байгаа нь хүндрэл учруулж байна.

Аяллын тур операторууд дунджаар 1107 ам долларын үнэтэй аялал борлуулж байгаа бол жуулчид багц аяллыг дунджаар 1333 ам доллараар худалдан авч байна. Гадаадын жуулчин Монгол улсад 13 хоногийг өнгөрөөхдөө нислэгийн тийз, худалдан авалт, багц аяллаа оролцуулан 2318 ам доллар зарцуулдаг гэжээ. Харин Монгол дахь аяллаа өөрөө зохион байгуулж буй жуулчин дунджаар 1339 ам доллар зарцуулдаг ажээ.

Тур операторын үйл ажиллагаанд ТББ байгууллагуудын дэмжлэг зонхилж байна. Ингэхдээ аялал жуулчлалын үзвэр, үйлчилгээг шинээр бий болгох, аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх төв байгуулаж, идэвхтэй үйл ажиллагаа явуулах, хүний нөөц бэлтгэхэд туслалцаа үзүүлсэн гэжээ. Тур операторуудын үйл ажиллагааг дэмжихийн тулд төрөөс авах арга хэмжээг нэрлэхдээ эрх зүйн орчинг сайжруулах, төрийн алсын хараатай бодлогоор хангаж, тогтвортой хэрэгжүүлэх, визний хүндрэлийг бууруулах, агаарын тээврийг либеральчлах, үйлчилгээний байгууллагууд болон хүний нөөцөд стандарт нэвтрүүлж, хэрэгжилтийг хангах, зэрэглэл тогтоох, аялал жуулчлалын хуулийг шинэчлэн найруулж, батлах, дэд бүтцийг хөгжүүлэх, татвар төлөгч компаниудыг хувиараа жуулчин авдаг иргэд болон гадаад эзэнтэй тур операторын шударга бус өрсөлдөөнөөс хамгаалах, Англи хэлийг бүх нийтэд эзэмшүүлэх, интернет, технологийн хөгжил, хүчин чадлыг нэмэгдүүлэх, Монгол улсыг гадаадад сурталчлах, мэдээ мэдээллээр хангах, Монгол улсад олон улсын үзэсгэлэн зохион байгуулах, хог хаягдлын менежментийг сайжруулах гэжээ.

Судалгаанд хамрагдсан нийт тур операторуудын 65% нь үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэхээр ажиллаж байгаа бөгөөд үүндээ дунджаар 328 сая төгрөгийн зээлийг хөнгөлттэй нөхцлөөр авч, 5-10 жилийн хугацаанд эргүүлэн төлөх боломжтой гэжээ.

Монгол улсад зорин очсон газартаа /destination/ 2 хүн тутмын 1 нь маш сайн гэсэн үнэлгээ өгсөн бол тээврийн хэрэгсэл, авто замын байдлын талаар үнэлгээ өгөхдөө **3 хүн тутмын нэг нь** хүлээлтээс доор байсан гэжээ. Хоол, үйлчилгээний ажилтнуудад дунджаар 15% нь хүлээлтээс доор гэсэн үнэлгээг өгсөн байна. Монгол улсад аялж байгаа 10 хүн тутмын нэг нь аюулгүй байдалдаа санаа зовниж байсан бол 10 хүн тутмын нэг нь Монгол хүмүүсийн хандлагад сэтгэл дундуур үлджээ.

Монгол улсад зочилсон жуулчинд аяллаас хамгийн их таалагдсан, хамгийн гоё дурсамж үлдээсэн зүйлсийг дараах жагсаалтаар харуулав. Үүнд:

- Үзэсгэлэнт байгаль, хөдөө нутаг, Говь, Хөвсгөл, элсэн манхан, тал нутаг, удам орон зай
- Малчин айл, айлын хүмүүс, орон нутгийн ард иргэдийн найрсаг харилцаа, зочломтгой зан
- Морь, тэмээ, мал харахад, морь унахад сайхан
- Монгол уламжлал, зан заншил, соёлтой танилцаж, Монгол гэрт байрлах
- Идэж үзээгүй хоолоо идэж, амсаж үзээгүй идээ зооглож, Монголын түүхээс суралцахдаа баяртай байжээ. Наадам үзэж, морь уралдах, бөх барилдах, нум сумаар харвахыг харж, өөрөө харваж үзжээ.

## БОДЛОГЫН ЗӨВЛӨМЖ

### 1. Хүний нөөцийг чадавхижуулж хөгжүүлэх чиглэлээр

- 1.1. Аялал жуулчлалын салбарын улирлын зогсолт нь тур операторууд ажилтнуудаа нийгмийн даатгалд хамруулахаас зайлсхийхэд хүргэж байна. Иймд аялал жуулчлалын салбарын хүний нөөцөд тохирох эрх зүйн зохицуулалтыг хуулинд тусгаж өгөх,
- 1.2. Аялал жуулчлалын салбарт ажиллаж буй аяллын хөтөч, үйлчилгээний ажилтнуудын туршлага, мэргэжлийн мэдлэг чадварын стандарт, зэрэгжилтийг бий болгож хэрэгжүүлэх, тус стандартын дагуу сургалт, зэрэг олгох,
- 1.3. Тур операторуудад үйл ажиллагаагаа тогтворжуулахын зэрэгцээ тэлэх боломжийн талаарх мэдээллийг өгөх, аяллын төрлөөр мэргэшүүлэх сургалтыг тогтмолжуулах, харилцан туршлага солилцох хөтөлбөр хэрэгжүүлэх,

### 2. Шударга өрсөлдөөнийг дэмжих чиглэлээр

- 2.1. Агаарын тээврийн үнэ, чиглэл, хүртээмжийн асуудлууд нь олон улсын нислэгийн салбарт өрсөлдөөнийг нэмэгдүүлж, тийзийн үнийг бууруулах арга хэмжээ авах нэн шаардлагатай байгааг харуулж байна. Харин дотоодын нислэгийн хувьд цаг хоцрох, нисэх цагийн тодорхойгүй байдал, нислэгийн хүртээмж гол хүндрэлүүдийг бий болгож байна. Дотоодын нислэгийн салбарт мөн шударга өрсөлдөөнийг дэмжих, нислэгийн үйлчилгээний стандартын хэрэгжилтийг хангах боломжуудыг эрэлхийлэх, энэ салбарт амжилттай ажиллаж буй гадаадын орнуудаас туршлага судлах,
- 2.2. Гадаадын тур операторууд болон тусгай зөвшөөрөлгүй, мэргэжлийн бус этгээдүүд аяллын үйл ажиллагаа явуулж байгаад зохицуулалт хийх,

### 3. Гадаадын жуулчдыг татах, салбарын орлогыг нэмэгдүүлэх чиглэлээр

- 3.1. Гадаадын жуулчдын Монгол орныг зорин аялахад нэн түрүүнд тулгамддаг асуудал нь аяллын талаарх зөвлөгөө мэдээлэл, тэдгээрийг өөрийн орны хэл дээр унших боломжгүй байгаа байдал юм. Иймд Монголын талаарх мэдээлэл, Монголд аялах зөвлөмж мэдээллийг байршуулсан нээлттэй мэдээллийн сан байгуулах,
- 3.2. Аялал жуулчлалын үзэсгэлэн дэх Монгол улсын байрыг сайжруулах, илүү олон тур операторууд үзэсгэлэнд оролцох боломжийг нэмэгдүүлэх,
- 3.3. Визийн төлбөр, виз хүсэх явцыг ихээхэн хүндрэл учруулж байна гэсэн тул онлайнаар виз авах боломжийг бий болгох, визгүй зорчих орнуудын тоог нэмэгдүүлэх,
- 3.4. Азийн зах зээлийн 55-аас дээш насны, ажлын амралтанд баригдахгүй жуулчид руу хандсан урт хугацаатай аяллын хөтөлбөр бий болгох боломж, хөтөлбөрийг гаргах

- 3.5. Аяллын үзвэр, үйлчилгээнд хамгийн бага зардлын хувь ноогдож байгаа боловч өндөр сэтгэл ханамжтай байгаа үзвэр, үйлчилгээний газруудын тоог нэмэгдүүлэх, тэдний үйл ажиллагааг дэмжих,
- 3.6. Улирлын зогсолтоос хамаарах татвар, хөнгөлөлтийн бодлого хэрэгжүүлэх,
- 3.7. Тур операторын 43 % нь 100 хүртэлх жуулчид авдаг хүчин чадал багатай байгаа бөгөөд түрээсийн зардал, ажиллах хүч, цалин хөлсний зардал, баяр наадмын үнийн хөөрөгдөл, үйл ажиллагааны зардал, сул зогсолт, нийлүүлэгчдээс ирэх гэнэтийн үнийн өсөлт зэрэг нь хамгийн их хүндрэлтэй асуудал болж байна. Нийт тур операторуудын 65% нь үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэхээр ажиллаж байгаа бөгөөд үүндээ дунджаар 328 сая төгрөгийн зээлийг хөнгөлттэй нөхцлөөр авч, 5-10 жилийн хугацаанд эргүүлэн төлөх боломжтой. Иймд тур операторуудыг чадавхижуулах, орлогыг нь нэмэгдүүлэх инкубатор төсөл хэрэгжүүлэх,

#### 4. Монгол дахь аяллын чанарыг сайжруулах чиглэлээр

- 4.1. Жуулчдын дайран өнгөрөх зогсолтын цэгүүдэд нийтийн бие засах газар байгуулах, тэдгээрийн бүрэн ажиллагааг хангах нь жуулчдын нийт сэтгэл ханамжид чухал нөлөө үзүүлэх,
- 4.2. Дэд бүтцийн хөгжил, тэр дундаа авто замын засвар, жуулчны улиралд замын хөдөлгөөний түгжрэлийн асуудлыг шийдвэрлэх,
- 4.3. Интернет, утсан холбооны асуудалд зах зээлийн байдлаас ихээхэн хамааралтай байна. 40 хүртэлх насны жуулчдын хувьд интернет, утсан холбоонд ихээхэн өндөр ач холбогдол өгч байгаа тул тур операторууд харилцаа холбооны компани, холбогдох байгууллагуудтай хамтарч ажиллах,
- 4.4. Халаасны хулгай, таксины үйлчилгээ, зам тээврийн байдал жуулчдыг аюулгүй байдалд заналхийлж байна. Жуулчны улиралд гадаадын жуулчдын аюулгүй байдлыг хамгаалах аюулгүй такси, халаасны хулгайгаас сэрэмжүүлэх тэмдэг тэмдэглэгээ, идэвхтэй цагдан сэргийлэх ажиллагаа, аялал жуулчлалын нийлүүлэгч байгууллагуудад анхаарал сэрэмжтэй байхыг анхааруулах, замын тэмдэг тэмдэглэгээг сайжруулах,
- 4.5. Үзвэр, үйлчилгээний байгууллагуудын үйлчилгээний чанарын стандарт шинэчлэн нэвтрүүлж, хэрэгжилтийг хангах,
- 4.6. Тур операторын тогтвортой үйл ажиллагаанд саад учруулж буй хамгийн том бэрхшээл нь үнийн тогтворгүй байдал байна гэжээ. Аялал жуулчлалын үйлчилгээ нийлүүлэгч байгууллагууд болох зочид буудал, жуулчны бааз, зоогийн газар, үзвэр үйлчилгээ, нислэгийн компаниудын үйл ажиллагааны тогтвортой байдал үүнтэй нягт холбоотой тул энэ чиглэлд судалгаа явуулж, гол асуудлуудыг илрүүлэх хэрэгцээ байна.

Энэхүү судалгааны цар хүрээг өргөжүүлэх, дараа дараагийн жилд дахин явуулснаар өмнөх жилийн байдалтай харьцуулсан судалгаа явуулах боломжтой болох бөгөөд энэ нь бодлогын чиглэлд авсан арга хэмжээний үр дүнг харж, Монголын аялал жуулчлалын чиг хандлагыг тодорхойлоход ихээхэн ач холбогдолтой юм.

Composition of White Paper on Tourism in Japan, 2019	
The White Paper on Tourism in Japan is submitted to the Diet every year in accordance with Article 8 of the Basic Act for Promoting a Tourism-Oriented Country. It consists of the following four parts.	
<b>Part I Tourism Trends in 2018</b>	
Chapter 1	Global Tourism Trends
Chapter 2	Tourism Trends in Japan
<b>Part II (Theme Chapter) Economic Effects of Tourism Expanding across Japan</b>	
Chapter 1	Impact of Increase in International Visitors to Japan on the Japanese Economy
Chapter 2	Impact of Increase in International Visitors to Japan on Tourist Destinations
Chapter 3	Impact of Natural Disasters on Travel
<b>Part III Measures Taken in FY 2018</b>	
Chapter 1	Enhance the Attractiveness of Tourism Resources to be the Foundation for "Regional Revitalization"
Chapter 2	Innovate the Tourism Industry to Enhance International Competitiveness and to Become Japan's Core Industry
Chapter 3	Create an Environment Where All Travelers can Enjoy Sightseeing Comfortably Without Stress
<b>Part IV Measures to be Taken in FY 2019</b>	
Chapter 1	Environmental Development for Setting Specifications that Foreigners can Truly Enjoy
Chapter 2	Development of New Regional Tourism Contents
Chapter 3	Appropriate Role Sharing and Strengthening Cooperation between the Japan National Tourism Organization and Regional Organizations (Local Governments and Destination Management/Marketing Organization)
Chapter 4	Other Measures Contributing to Increase in Consumption and Visitors in Outlying Areas

## [Part I] Tourism Trends in 2018

○ Global Tourism Trends in 2018.....	3
○ Tourism Trends in Japan in 2018 (Situation of Travel to Japan) .....	6
○ Tourism Trends in Japan in 2018 (Situation of Japanese Overseas Travel and Domestic Trips) .....	8
○ Tourism Trends in Japan in 2018 (Situation of Overnight Trips) .....	10
○ Tourism Trends in Japan in 2018 (Tourism Trends in Regional Areas) .....	13

