

МОНГОЛД АЯЛЖ БУЙ ХЯТАД ЖУУЛЧДЫН ЗОРИХ ГАЗАР БА СЭТГЭЛ ХАНАМЖИЙН СУДАЛГААНЫ ЗАРИМ ҮР ДҮН

Б.Өрнөлт*, Х.Цогбадрал**

Хураангуй: Монгол орны байгалийн өвөрмөц сонин тогтоц, ховор ан амьтан, ургамал, нүүдлийн соёл иргэншил, ард түмний зан заншил, ахуй, өвөрмөц аж төрөх ёс, түүх, соёл, архелогийн дурсгал нь аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх үндэс болно. 1990 оноос аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх, аялал жуулчлал хөгжих бүс нутгийг тогтоох, хөгжлийн хандлагыг тодорхойлох оролдлогыг төр засгаас үе шаттай авч эхэлсэн. Монгол орны аялал жуулчлалын салбарт бүс нутгийн аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх бодлого, төлөвлөлт, менежментийг боловсронгуй болгох шаардлагатай юм. Дэлхийн улс орнууд зорих газар, зорих газрын өрсөлдөх чадварын менежментэд тулгуурлан аялал жуулчлалаа хөгжүүлэх арга хэмжээг авч байгаатай уялдуулан Монгол орны аялал жуулчлалын салбарт бүс нутагт аялал жуулчлал хөгжүүлэх бодлого, төлөвлөлт болон менежментийг боловсронгуй болгохын тулд аялал жуулчлалын бүс нутаг, зорих газруудын хөгжлийн өнөөгийн төлөв байдлыг судлан, тэдгээрийн хөгжлийн төвшинг харьцуулах, өрсөлдөх чадварыг нэмэгдүүлэх зайлшгүй шаардлагатай байна.

Монголд аялж буй Хятад жуулчдын сэтгэл ханамжид нөлөөлөх хүчин зүйлсийн эрэмбийн судалгааг 2018-2019 онд Монгол улсад аялсан Хятадын жуулчдаас (нийт 750), санамсаргүй түүврийн аргаар судалж зорин очих газрын байршил болон байгалийн нөөц, дэд бүтэц, жуулчны баазын байршил зэргийг үндэслэн аяллын 9 бүс болгож бүс тус бүр дээр 9 хүчин зүйлийг тодорхойлж зураглан эцсийн бүлэгт шатлан эрэмбэлж өрсөлдөх чадвараар нь бүсчилсэн болно.

Түлхүүр үгс: Зорих газар, Өрсөлдөх чадвар, Жуулчдын сэтгэл ханамж, АНР

RESULT STUDY OF DESTINATION AND SATISFACTION OF CHINESE TOURISTS, VISITING MONGOLIA

Abstract: With the increasing number of foreign tourists visiting Mongolia, new tourist products and regional destinations are emerging. In recent years, the number of foreign tourists visiting Mongolia has increased, with Chinese tourists accounting for one-third of the market, and this growth is expected to continue. Thus, the results of a sample survey of 750 tourists and residents of Chinese tour operators in Mongolia were compiled 74 (18 groups) indicators reflecting the direction and satisfaction of Chinese tourists visiting Mongolia.

The results of the study identified 9 regions where Chinese tourists are more inclined to travel to Mongolia and summarized 9 factors necessary to improve Destination management.

The results of the study were ranked according to the Gray method, and the satisfaction score was assessed by quantitative and qualitative methods. As a result of this assessment, this paper shows that Ulaanbaatar, Gorkhi-Terelge National Park and border regions are more satisfied.

Keywords: Destination, competitiveness, Tourists' satisfaction, Destination ranking, Gray method

* МУБИС, (E-mail): 18847948703@163.com, <https://orcid.org/0000-0002-5227-2660>

** МУБИС, (E-mail): tsogbadral@msue.edu.mn, <https://orcid.org/0000-0003-4494-0494>

ОРШИЛ

Аялал жуулчлалын үндсэн чухал ухагдахууны нэг бол жуулчдын *зорин очих газрын* тухай ойлголт юм. Жуулчлалаар очиж буй газар хэмээн томъёолж буй газрыг аялал жуулчлал судлалд destination буюу “зорих газар” гэнэ. Судлаач Кларе А.Гунн (Gunn, 1997) жуулчны зорих газрыг дараах байдлаар тодорхойлсон байна. “Жуулчдын зорих газар гэдэг нь аялагчдын амралт, чөлөөт цагаа ая таатай өнгөрүүлэхэд зориулагдсан үйлчилгээ, үзмэрүүдийг төвлөрүүлсэн газрыг хэлнэ” гэж тодорхойлжээ. Эндээс үзвэл аялал жуулчлалын зорих газарт: Жуулчдын сонирхлыг татахуйц объектууд, жуулчдын аяллын явцад үүсэх үйлдвэрлэл, үйлчилгээ, жуулчдын аюулгүй, тав тухтай аялах боломжийг хангах дэд бүтэц гэсэн зүйлс зайлшгүй багтаана.

Зорих газрын өрсөлдөх чадвар-ыг тодорхойлох нь аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын нэг чухал зүйл бөгөөд түүнийг тооцох оролдлогууд 1990-ээд оноос эхэлжээ. Судлаачдын үзэж байгаагаар, зорих газрууд өрсөлдөөний дунд оршин тогтнох бөгөөд хүрээлэн буй орчны менежментийг хэрэгжүүлж, төр, хувийн хэвшлийн оролцоог ханган зах зээлд байр сууриа дээшлүүлэх замаар тэргүүлнэ гэж үздэг (Beneditti, 2010). Харин *аялал жуулчлалын зорих газрын өрсөлдөх чадвар* (Баатарцоож, 2006) гэдэгт зах зээл дээрх хүч нөлөөтэй, үр ашигтай байнгын байр суурийг гэж үздэг. Өрсөлдөх чадварыг дэмжих гол арга зам бол зорих газрын аялал жуулчлалын орлого ба жуулчдын тооны өсөлтийг хангах, сэтгэл ханамжийн судалгааны үр дүнд түшиглэсэн бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг үзүүлэх, шинээр нэвтрүүлэхтэй холбоотой байна.

СЭДВИЙН СУДЛАГДСАН БАЙДАЛ

Аялал жуулчлалын салбар дахь жуулчдын зорин очих газар, өрсөлдөх чадвар, зорих газрын эрэмбэ, жуулчдын сэтгэл ханамжийн судалгааны талаарх судалгаа, эрдэм шинжилгээний ажлыг олон судлаачид хийсэн байна.

Тухайлбал:

Судлаач Катарина Маркуэс өөрийн судалгаандаа зорих газрын имиж нь жуулчдын аяллын дараах зан төлөвт нөлөөлдөг мөн зорих газрын бүтээгдэхүүн худалдан авах хүсэл ба зорих газрыг бусдад санал болгох хоёр нь хоорондоо холбоотой болох талаар судлаач Катарина Маркуэс (Catarina, Rui, & Stanislava, 2021).

Жуулчдын сэтгэл ханамж болон эргэн ирэлтэд эрсдлийн мэдрэмж шууд нөлөөлдөг (Song, 2021).

Зорих газрын нийгмийн эрсдлийн талаарх уур амьсгал нь жуулчдын аяллын аюулгүй байдлын зан төлөв, зорих газрын имижд нөлөөлдөг (Chaowu,

Qian, Zhibin, & Yanying, 2020).

Гоо зүй нь зорих газрын орчин төлөвт эерэг нөлөөлдөг, газрын орчин төлөв нь жуулчны сэтгэл ханамжид, жуулчны сэтгэл ханамж нь эрэн ирэлтэд эерэг нөлөөлдөг (Chin S, et al., 2020) нарын эрдэмтэд өөрсдийн судалгаандаа тус тус дурьдсан байна.

Гэхдээ жуулчдын зорих очих газрын сэтгэл ханамжийн судалгааг Грэй аргаар судалсан байдал маш бага байгаа бөгөөд Монгол орны хэмжээнд судлаач У.Хишигдалай “Аялал жуулчлалын зорих газрын өрсөлдөх чадвар”-ын судалгааг хийсэн байдаг.

СУДАЛГААНЫ ЗОРИЛГО

Монгол улсад аялж буй БНХАУ-ын жуулчдын өнөөгийн байдал, сэтгэл ханамжид дүн шинжилгээ хийх замаар зорих газрын нөөцийн болон өрсөлдөх чадварыг судалж, эрэмбэлнэ. Ингэснээр БНХАУ-аас ирэх жуулчдад санал болгох аяллын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг жуулчны эрэлтэд нийцүүлэн шинэчлэх, тоог нэмэгдүүлэх суурь нөхцөлийг бүрдүүлэхэд оршино.

СУДАЛГААНЫ МАТЕРИАЛ, АРГАЗҮЙ

Монгол улсад аялж буй БНХАУ-ын жуулчдын өнөөгийн байдал, сэтгэл ханамжид дүн шинжилгээ хийх замаар Монголд аялж буй Хятад жуулчдын сэтгэл ханамжид нөлөөлөх хүчин зүйлсийн эрэмбийн судалгааг 2018-2019 онд Монгол улсад аялсан Хятадын жуулчдаас (нийт 750), санамсаргүй түүврийн аргаар, судлаачдын боловсруулсан (Ли Тиян Юань, 2012) “Жуулчдын сэтгэл ханамжид нөлөөлөх хүчин зүйл”-ийн судалгааны загвар 8 бүлэг, 33 үзүүлэлтээр, Монгол улсын аялал жуулчлалын голлох бүс нутаг, зорих газрын 1 бүлэг 4 үзүүлэлтээр нийт 9 бүлгийн 37 үзүүлэлт, тус хүчин зүйлийн сэтгэл ханамжийн түвшинг 1-5 шатлалаар үнэлж, хүчин зүйлсийн эрэмбийг Grey харилцан хамаарлын аргаар хийсэн.

Орчин үед эрэмбийг тодорхойлоход Grey харилцан хамаарлын аргыг түгээмэл хэрэглэж байна. Grey харилцан хамаарлын шинжилгээ нь тодорхой статистикийн тархалт гэхгүйгээр энгийн тооцоолоор эрэмбийн дарааллыг тодорхойлоход чиглэгдсэн бөгөөд ерөнхийдөө Дэлхийн эдийн засгийн форумын өрсөлдөх чадварын индексийг тооцох аргачлалтай төстэй боловч олон салбарын шинжилгээнд хэрэглэгддэг, үр дүнтэй, уян хатан арга юм. Grey системийн давуу тал нь тодорхой асуудал, бүрэн бус мэдээллийн аль алийг нь шинжлэх боломжтой. Энэ нь ялангуяа мэдээлэл байхгүй тохиолдолд шинжилгээний хэрэгсэл болдог. Үүнийг Grey системийн онолд нийцүүлэн БНХАУ-ын

Huazhong Шинжлэх Ухаан, Технологийн их сургуулийн эрдэмтэн Дэн Жулун (Roselina, Siti, & Sity Zaiton, 1998) дэвшүүлсэн.

Grey харилцан хамаарлын шинжилгээ нь хүчин зүйлсийн хоорондын хамаарлыг хэмжих арга дээр үндэслэсэн. Grey харилцан хамаарал нь бага хэмжээний мэдээлэл шаардлагатай, тодорхой статистикийн тархалт гэхгүйгээр энгийн тооцооллоор эрэмбийн дарааллыг тодорхойлоход чиглэсэн арга юм. Grey харилцан хамаарлын шинжилгээ нь үндсэн 5 алхамтай.

Алхам 1. Үндсэн дараалаар хамгийн их утга, хамгийн бага утгыг олох

Алхам 2. Дараа нь хамаарлыг тогтооно.

a. Ихээс бага руу: БНХАУ-аас зорих газар хүртэлх зай ихээс бага руу жагсаагдах үзүүлэлтүүдийг хамруулна.

$$x_i^*(k) = \frac{x_i^{(0)}(k) - \min\{x_i^{(0)}(k)\}}{\max\{x_i^{(0)}(k)\} - \min\{x_i^{(0)}(k)\}}$$

i – хүчин зүйл

k – сэтгэл ханамжийн түвшин

$x_i^{(0)}$ – нь хэвийн коэффициент буюу үндсэн дараалал

$x_i^*(k)$ – нь харьцуулсан дараалал, i хүчин зүйл ба (k)

сэтгэл ханамжийн түвшин

б. Багаас их рүү: БНХАУ-аас зорих газар хүртэлх зай зэрэг багаас их рүү жагсаагдах үзүүлэлтүүдийг хамруулна.

$$x_i^*(k) = \frac{\max\{x_i^{(0)}(k)\} - x_i^{(0)}(k)}{\max\{x_i^{(0)}(k)\} - \min\{x_i^{(0)}(k)\}}$$

Дараа нь дээрх коэффициентоос хамгийн их утгыг олох ба хамгийн их утга нь 1-тэй тэнцүү байна.

Алхам 3. $x_n^*(k)$ ба $x_0^{*i}(k)$ хоорондын абсолют утгыг тооцно: $\Delta_{oi}(k) = x_0^*(k) - x_i^*(k)$ Өөрөөр хэлбэл харьцуулсан дарааллын хамгийн их утгаас харьцуулсан дарааллын утга тус бүрийг хасна.

Алхам 4. Харилцан хамаарлыг тооцно. $x_0 \in X_0$ үндсэн дараалал ба

$x_{0i} \in X_i$ харьцуулсан дараалал нь X хүчин зүйлийн олонлог болно. Мөн $x_0(k), x_i(k)$ -ийн харилцан хамаарлын коэффициентийг төлөөлөх болно.

$$r_k^0(x_0(k), x_i(k)) = \frac{\min_i \min_k \{x_0(k) - x_i(k)\} + \zeta \max_i \max_k \{x_0(k) - x_i(k)\}}{x_0(k) - x_i(k) \zeta \max_i \max_k \{x_0(k) - x_i(k)\}}$$

ζ (ялгах коэффициент) $\in [0, \infty]$ хооронд харьяалагдах боловч ерөнхийдөө $[0; 1]$ -н хооронд утга авна. ζ нь бага байх тусмаа ялгах чадвар өндөр, ерөнхийдөө 0.5-аас багагүй байна.

$$\Delta_{\min} = \min_{A \in i} \min_{A \in k} \Delta_{oj}(k) = \min_{A \in i} \min_{A \in k} \{x_o - x_k\}$$

$$\Delta_{\max} = \max_{A \in i} \max_{A \in k} \Delta_{oj}(k) = \max_{A \in i} \max_{A \in k} \{x_o - x_k\}$$

Ялгах коэффициент ζ -ийн гол үйл ажиллагаа нь суурь утга ба хэмжсэн утга ба хэмжсэн утга хоорондын харилцааг тохируулна.

Алхам 5. Харилцан хамаарлын эрэмбийг тооцно. Grey харилцан хамаарлын зэргийг дараах томъёогоор тооцно.

$$r_k^0(x_i, x_i) = \frac{1}{n_k} \sum_{k=1}^n r(x_i(k), x_i(k))$$

$r_k^0(x_i, x_i)$ хүчин зүйл (0)-ын k үзүүлэлтийн нэгдсэн индекс, n_k нь k үзүүлэлт дэх хувьсагчийн тоо.

ҮР ДҮН БА ХЭЛЭЛЦҮҮЛЭГ

Судалгааны асуулгыг доорх асуулт (Хүснэгт 1.) -ын дагуу 750 субъектээс түүврийн аргаар авч нэгтгэн дүгнэв.

Хүснэгт 1. Ерөнхий мэдээлэл (тоогоор, хувиар)

ҮНДСЭН МЭДЭЭЛЭЛ	ДАВТАМЖ	ЭЗЛЭХ ХУВЬ	
Жүйс	Эр	347	46.3
	Эм	403	53.7
	20 оос доош	6	0.8
Насны бүтэц	21-30 нас	108	14.4
	31-40 нас	198	26.4
	41-50 нас	217	28.9

Насны бүтэц	51-60 нас	133	17.7
	60-аас дээш	88	11.7
Ажил мэргэжил	Оюутан	11	1.5
	Хувиараа хөдөлмөр эрхлэгч	139	18.5
	Тэтгэвэрт	91	12.1
	Ажилчин	21	2.8
	Гариланч малчин	95	12.7
	Бизнес эрхлэгч	79	10.5
	Төрийн албан хаагч	314	41.9
	Бага сургууль	70	9.3
Боловсрол	Ахлах, техникийн сургууль	89	11.9
	Коллеж	151	20.1
	Их, дээд сургууль	345	46.0
	Төгсөлтийн дараах сургууль	95	12.7
Орлогын хэмжээ (сараар)	2000 юаниас доош	29	3.9
	2001-4000 юань	157	20.9
	4001-6000	187	24.9
	6001-8000	164	21.9
	8001-10000	122	16.3
	10001-20000	72	9.6
	20001 ээш дээш	19	2.5
Аяллын давтамж	1 удаа	401	53.5
	2 удаа	245	32.7
	3 ба түүнээс дээш	104	13.9
Аяллын хугацаа	2 ба түүнээс доош	10	1.3
	3-4 хоног	130	17.3
	5-6 хоног	248	33.1
	7 ба түүнээс дээш	362	48.3
	3000 ба түүнээс доош	79	10.5
Аяллын зардал нийт	3001-5000	244	32.5
	5001-8000	195	26.0
	8001-10000	142	18.9
	10001-15000	67	8.9
	15000 ба түүнээс дээш	23	3.1

Эх сурвалж: Судалгааны үр дүн

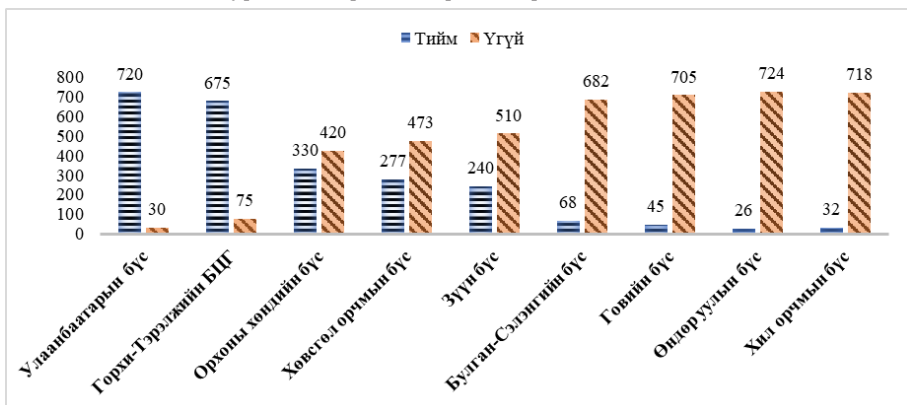
Судалгаанд оролцогчдыг хүйсийн байдлаар нь үзвэл 53,7 хувь эмэгтэй, 46,3 хувь нь эрэгтэй байна. Насны бүтцийн хувьд 31-40 насны оролцогчид 26,4 хувь, 41-50 насны оролцогчид 28,9 хувь буюу нийт 65,3 хувийг эзэлж байна. Харин 20-оос доош насныхан хамгийн бага буюу 0,8 хувийг эзэлж байна.

Ажил мэргэжлийн хувьд төрийн албан хаагч хамгийн их буюу 41,9 хувь хамгийн бага хувийг оюутан болон ажилчин гэсэн бүлэгт хамаарах оролцогчид байна. Боловсролын түвшний тухайд коллежоос төгсөлтийн дараах сургуулийг төгссөн буюу дээд боловсролтой оролцогчид 58,7 хувийг тус тус эзэлсэн ба сарын орлогын түвшнээр үзвэл 2001-8000 юанийн орлоготой оролцогчид 67,7 хувь байна.

Аялын давтамжийн хувьд анх удаа Монголд ирж буй жуулчид 53,5 хувь байгаа ба аялын хугацааны хувьд 5-6 хоног ба 7-оос дээш хоног аялсан жуулчдын хувь өндөр, нийт 81,4 хувийг, нэг жуулчны зарцуулсан нийт зардлын хэмжээ нь 3001-10000 юань хооронд ба нийт 77,5 хувийг эзэлж байна.

Судалгаанд оролцогчдыг зорих газрыг давтамжит байдлын тоо (Зураг 1.)-гоор бүсээр нь тооцоход Улаанбаатар орчмын бүсэд хамгийн их буюу 720 оролцогч, Горхи-Тэрэлжийн БЦГ-т 675, Орхоны хөндийн бүсэд 330, Хөвсгөл орчмын бүсэд-36.9 хувь, Зүүн бүсэд-32 хувь, Булган-Сэлэнгийнх-9,1 хувь нь Говийн бүсэд -6 хувь, Өндөр уулын бүсэд- 35 хувь, Хил орчмын бүсийг 4.3 хувь тус тус сонгож аялсан байна.

Зураг 1. Зорих газар бүсээр, давтамжтай



Эх сурвалж: Судалгааны үр дүн

Сэтгэл ханамжид нөлөөлөх хүчин зүйлийн үзүүлэлтэд судалгааны дараах үзүүлэлт (Хүснэгт 2.)-үүд багтаж байна.

Хүснэгт 2. Сэтгэл ханамжинд нөлөөлөх хүчин зүйлс

№	Хүчин зүйл	Сэтгэл ханамж
1	Байгалийн үзмэрийн сэтгэл ханамж	Байгалийн үзмэрийн үнэ цэнэ, төрөл, онцлог шинж, тасалбарын үнэ
2	Аяллын орчин ба цаг агаар, уур амьсгалын сэтгэл ханамж	Хот хөдөөгийн хэв маяг, цэвэр орчин, уур амьсгалын тааламжтай байдал, нийгмийн аюулгүй байдал
3	Байрлах газрын сэтгэл ханамж	Байрлах газрын үнэ, тав тух, чанар
4	Хоолны үйлчилгээний сэтгэл ханамж	Хоолны онцлог шинж, үнэ, тохиромжтой байдал, эрүүл ахуй
5	Бэлэг дурсгалын сэтгэл ханамж	Орон нутгийн бэлэг дурсгал, бэлэг дурсгалын үнэ, сонголт, зах зээлийн эрэлт хэрэгцээ
6	Үйл явдал / эвент/	Тэмдэглэлт үйл явдлын онцлог шинж, төрөл, үнэ, чанар
7	Тээврийн үйлчилгээ сэтгэл ханамж	Тээврийн үйлчилгээ, төрөл, харилцаа холбоо, хатуу хучилттай зам
8	Аяллын үйлчилгээний сэтгэл ханамж	Хөтөчийн ур чадвар, нутгийн иргэдийн найрсаг байдал, аяллын мэдээллийн нэгдсэн систем, чиглэл тэмдэг тэмдэглэгээ
9	Зорих газар	Зорих газрын сонголт, түүх соёлын үзмэр, хүрэх боломж, зорих газарт өгөх хувийн үнэлгээ

Эх сурвалж: Судалгааны цр дүн

Оролцогчдыг судалгааны 9 бүлэг, 37 үзүүлэлт тус бүрт 1-5 оноогоор (“маш сайн-5, сайн-4, дунд-3, муу-2, маш муу-1”) үнэлсэн. Үнэлгээг нэгтгэж, “SPSS” программыг ашиглан дунджийг гаргахдаа:

“маш сайн+сайн үнэлгээ”-г нэгтгэн “НЭН ТААЛАМЖТАЙ”;

“дунд” үнэлгээг “ТААЛАМЖТАЙ”

“муу+маш муу”=“ТААЛАМЖГҮЙ” гэсэн үнэлгээгээр нэгтгэн тооцсон.

Нэн тааламжтай гэж үзсэн оролцогчдын тоонд үндэслэн Греу харилцан хамаарлын аргаар хүчин зүйлийн эрэмбийг тооцлоо.

Жуулчдын сэтгэл ханамжинд нөлөөлөх хүчин зүйлийн үзүүлэлт (давтамжит байдал) ба “Зорих газар”-ын эрэмбэ

Оролцогчид судалгааны 9 бүлэг, 37 үзүүлэлт тус бүрт 1-5 оноогоор (“маш сайн-5, сайн-4, дунд-3, муу-2, маш муу-1”) үнэлгээ өгсөн. Үнэлгээг нэгтгэж “SPSS” программыг ашиглан үзүүлэлтүүдийн дунджийг гаргасан бөгөөд “*маш сайн+сайн*= Нэн тааламжтай”, “*дунд*= тааламжтай, *муу+маш муу*=тааламжгүй” гэсэн байдлаар нэгтгэн тооцсон.

Нэн тааламжтай гэж үзсэн оролцогчдын нийт тоонд үндэслэн Grey харилцан хамаарлын аргаар “Зорих газрын эрэмбэ”-ийг тооцов. Үзүүлэлт (Хүснэгт.3) тус бүрийн эрэмбийг оноо руу шилжүүлж, оноог нэгтгэн ерөнхий эрэмбийг гаргав. Сэтгэл ханамжийн үзүүлэлт тус бүрийн Эрэмбэ I-ийг 9 оноо, Эрэмбэ II-ийг 8 оноо, Эрэмбэ III-ийг 7 оноогоор гэх мэтчилэн шилжүүлж зорих газар тус бүрийн нийт оноог тооцон, ерөнхий эрэмбэ (Хүснэгт 3.)-ийг гаргасан.

Хүснэгт 3. Өрсөлдөх чадварын эрэмбэ (Грэй арга)

№	Зорих газрууд	Байгалийн тааламжтай байдал		Орчины тааламжтай байдал		Хоолны үйлчилгээ		Бэлэг дурсгал		Байр, сууц	
		эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо
1	Улаанбаатар	IV	6	II	8	VI	4	IV	6	IV	6
		Үйл явдал		Тээвэр, үйлчилгээ		Аялалын үйлчилгээ		Зорих газар		Нийт	
		эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо
		IV	6	VI	4	IV	6	IV	6	II	52
2	Горхи-Тэрэлж	Байгалийн тааламжтай байдал		Орчины тааламжтай байдал		Хоолны үйлчилгээ		Бэлэг дурсгал		Байр, сууц	
		эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо
		III	7	VI	4	V	5	III	7	V	5
		Үйл явдал		Тээвэр, үйлчилгээ		Аялалын үйлчилгээ		Зорих газар		Нийт	
		эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо
		V	5	IV	6	IX	1	VI	3	VI	43

3	Орхоны хөндий	Байгалийн тааламжтай байдал		Орчины тааламжтай байдал		Хоолны үйлчилгээ		Бэлэг дурсгал		Байр, сууц							
		эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо						
		Ү	5	ҮП	3	ГҮ	6	П	8	ҮП	4						
		Үйл явдал		Тээвэр, үйлчилгээ		Аялалын үйлчилгээ		Зорих газар		Нийт							
		эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо						
	П	8		П	8		ҮП	4		III	7		П	4		I	53

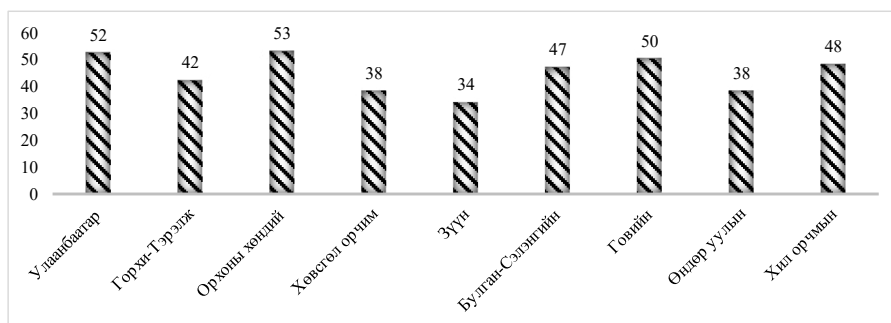
Эх сурвалж: Судалгааны үр дүн

Энэхүү ерөнхий эрэмбэ нь зөвхөн судалгааны асуулгын дагуу үнэлэгдсэн сэтгэл ханамжийн 9 хүчин зүйлээр зорих газрууд (Зураг 2.)-тай холбогдоно. Өөрөөр хэлбэл Монгол улсад аялах бүс нутгуудыг санал асуулгын судалгааны үр дүнгээс гарган тэдгээрт аялах жуулчдын сэтгэл ханамжийн судалгаатай нэгтгэн эрэмбэлэн үзэв.

Зураг 2. Зорих газрын ерөнхий эрэмбийн үнэлгээ (оноогоор)

№	Зорих газрууд	Байгалийн тааламжтай байдал		Орчины тааламжтай байдал		Хоолны үйлчилгээ		Бэлэг дурсгал		Байр, сууц				
		эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо			
		ҮП	4	Ү	5	ҮП	3	ҮП	4	III	7			
		Үйл явдал		Тээвэр, үйлчилгээ		Аялалын үйлчилгээ		Зорих газар		Нийт				
		эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо			
	ҮП	4		ҮП	3		ҮП	3		Ү	5		ҮП	38
5	Зүүн	Байгалийн тааламжтай байдал		Орчины тааламжтай байдал		Хоолны үйлчилгээ		Бэлэг дурсгал		Байр, сууц				
		эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо			
		ҮП	3	ГҮ	6	ҮП	2	ҮП	3	ҮП	3			
		Үйл явдал		Тээвэр, үйлчилгээ		Аялалын үйлчилгээ		Зорих газар		Нийт				
		эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо			
	ҮП	3		Ү	5		Ү	5		ҮП	4		IX	34
6	Булган-Сэлэнгийн	Байгалийн тааламжтай байдал		Орчины тааламжтай байдал		Хоолны үйлчилгээ		Бэлэг дурсгал		Байр, сууц				
		эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо			
		IX	1	IX	1	IX	1	I	9	I	9			
		Үйл явдал		Тээвэр, үйлчилгээ		Аялалын үйлчилгээ		Зорих газар		Нийт				
		эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо			
	III	7		I	9		III	7		ҮП	2		Ү	46

7	Говийн	Байгалийн тааламжтай байдал		Орчины тааламжтай байдал		Хоолны үйлчилгээ		Бэлэг дурсгал		Байр, сууц	
		эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо
		II	8	III	7	III	7	IX	1	II	8
		Үйл явдал		Тээвэр, үйлчилгээ		Аялалын үйлчилгээ		Зорих газар		Нийт	
эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо		
YIII	2	III	7	I	9	IX	1	III	50		
8	Өндөр уулын	Байгалийн тааламжтай байдал		Орчины тааламжтай байдал		Хоолны үйлчилгээ		Бэлэг дурсгал		Байр, сууц	
		эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо
		YIII	2	YIII	2	I	9	Y	5	YIII	2
		Үйл явдал		Тээвэр, үйлчилгээ		Аялалын үйлчилгээ		Зорих газар		Нийт	
эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо	эрэмбэ	оноо		
I	9	IX	1	YIII	2	II	8	YII	40		



Эх сурвалж: Судалгааны үр дүн

Grey харилцан хамаарлын аргаар “Зорих газрын эрэмбэ”-ийг тооцон тоон утгад хөрвүүлэн аяллын 9 бүс нутгийн эрэмбийг тогтоолоо. Эндээс үзэхэд өрсөлдөх чадвараар Орхоны хөндий, Улаанбаатар, Говийн бүсүүдэд Хятад жуулчид зорьдог болох нь харагдаж байна. Тухайн бүс нутаг нь өрсөлдөх чадвараар өндөр байна гэдэг нь зорих газарт нөлөөлөгч 9 хүчин зүйлээс хамаарч энэхүү судалгаанд харилцан адилгүй гарч байна. Зорих газар бүрт сэтгэл ханамжийн хүчин зүйлийн үзүүлэлтийн эрэмбийг (Зураг 3.) авч үзэв.

Зураг 3. Зорих газрын хүчин зүйлүүдийн эрэмбэ (оноогоор)



Эх сурвалж: Судалгааны цр дүн

ДҮГНЭЛТ

Аялал жуулчлалын бүс нутгуудын өрсөлдөх чадварыг тодорхойлох нь тухайн бүс нутгийн давуу талыг бэхжүүлж, сул талуудыг сайжруулах, тогтвортой хөгжлийн бодлогыг боловсруулахад чухал. Улаанбаатар, Орхоны хөндий, Говь болон хил орчмын бүс нутгууд өрсөлдөх чадвараар тэргүүлж сул бүс нутагт Зүүн бүс, баруун буюу Өндөр уулын бүс, Хөвсгөл орчмын бүсүүд багтав. Эдгээр бүс нь орон зайн хувьд алслагдмал, үзмэрийн зай хол, зам харилцаа, дэд бүтэц сул хөгжсөн зэрэг нь өрсөлдөх чадвараар сул байхад нөлөөлж байна.

Монголд аялж буй 170 орчим мянган Хятадын жуулчдын (БОАЖЯ-ны тайлан, 2019) сэтгэл ханамжид үндэслэн зорин очих газрын эрэмбийг Grey харилцан хамаарлын аргаар хийж дараах байдлаар дүгнэв. Үүнд:

- Газар нутгийн хувьд ойр хэдий ч орлогын түвшин болон аялын зорилгоос хамаарч богино хугацаатай (5-7 хоног), хямд үнэтэй (1000 орчим юань) аялыг худалдан авч байна;
- Жуулчид байгаль, түүхийн болон хотын аялаар аялах сонирхолтой бөгөөд мэдээллээр хангагдах нөхцөл тааруу, виз олголтод үүсэх бэрхшээл зэргээс жуулчдын тоо өсөхгүй байгаа нөхцөл байна.

Эцэст нь Монгол улсын Засгийн газраас Хятадын жуулчдын тоог тогтмол нэмэгдүүлэх, голлох зах зээл гэж тооцон бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний тоог өсгөх, дэд бүтцийн асуудлыг шийдвэрлэх зорилт(БОАЖЯ-ны АЖБЗГ-ын даргын илтгэл, 2019)-ыг хангах, шийдвэр гаргахад энэхүү судалгаа суурь мэдээлэл болох боломжтой юм.

Ашигласан материал

- Beneditti, J. (2010). *The competitiveness of Brazil as Dutch holiday destination*.
- Catarina, M., Rui, V., & Stanislava, A. (2021). Image, satisfaction, destination and product post-visit behaviours: How do they relate in emerging destinations? *Tourism management*.
- Chaowu, X., Qian, H., Zhibin, L., & Yanying, C. (2020). Destination risk perception, image and satisfaction.
- Chin S, L., Hsiang K, W., Chi W, C., Hiu Y, M., Ka W, M., & Ting C, Y. (2020). How port aesthetics affect destination image, tourist satisfaction and tourist loyalty.
- Cong, L. C. (2021). Perceived risk and destination knowledge in the satisfaction-loyalty intention relationship.
- Gunn, C. (1997). *Vacationscape*. Washington DC.
- Roselina, S., Siti, M., & Sity Zaiton, M. (1998). Grey Relational Analysis and its application on Multivariate time series.
- Баатарцоож, Г. (2006). *Тогтвортой аялал жуулчлал*. Улаанбаатар.