

## ИРГЭДИЙН АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН ЭДИЙН ЗАСГИЙН НӨЛӨӨЛЛИЙН ТАЛААРХ ОЙЛГОЛТЫН СУДАЛГАА

Б.Халиун\*, С. Амаржаргал\*\*, М.Билэгсайхан\*\*\*

**Хураангуй:** Орон нутгийн хөгжил дэхь аялал жуулчлалын оролцоо болон төлөвлөсөн арга хэмжээг хэрэгжүүлэх санаачилга нь иргэдийн аялал жуулчлалын талаарх мэдлэг, ойлголтын түвшингээс хамаарч байгаа нь бодит зүйл юм.

Орон нутгийн иргэдийн бодлоор аялал жуулчлалын хөгжил, үйл ажиллагаа нь эерэг болон сөрөг нөлөөг зэрэгцэн үзүүлдэг ч аялал жуулчлалын эдийн засгийн эерэг нөлөөллийг илүүтэй мэддэг болох нь (дундаж утга 3.38) батлагдаж байна.

Орон нутгийн худалдаа, үйлчилгээ идэвхжиж, түүнийг дагасан ажлын байр нэмэгддэг гэдэг бодол хамгийн өндөр үзүүлэлттэй байна. Энэ нь орон нутгийн чанартай бизнесийг хөгжүүлэх, ажил эрхлэлтийг нэмэгдүүлэх боломжтой салбар гэж хүлээн зөвшөөрч байгаа нэг хэлбэр юм.

Эдийн засгийн сөрөг нөлөөллийн ойлголтоос хамгийн өндөр үзүүлэлтийг үнэ тарифын болон үл хөдлөхийн үнийн өсөлт хөөрөгдөл гэсэн ойлголтыг онцложээ. Эдийн засгийн эерэг ойлголтууд нь сөрөг ойлголтоос өндөр үзүүлэлттэй, түүнчлэн эдийн засгийн өөрчлөлт нь бусад хувьсагчидтайгаа эерэг бөгөөд сайн хамааралтай гэсэн үр дүнтэй гарав.

Аялал жуулчлалын хөгжил, үйл ажиллагааг ерөнхийдөө сөрөг нөлөөтэй гэж үздэг ч эдийн засаг талаасаа өгөөжтэй байгаа нь батлагдаж байна. Гэхдээ аялал жуулчлалын нөлөөллийн сөрөг эсвэл хийвэр хүлээлтээс сэргийлэхийн тулд аймагт бүрт аялал жуулчлалын үр өгөөж, үр нөлөө, үнэ цэнийг иргэдэд хүргэж, ойлгуулж, тэдний оролцоог хангаж байгаа нөхцөлд аялал жуулчлалын хөгжлийн эдийн засгийн өгөөжтэй төлөвлөгөө боловсруулагдаж, хэрэгжилтүүд нь үр дүнтэй байх боломжтой юм.

**Түлхүүр үгс:** эдийн засаг, нутгийн иргэд, аялал жуулчлал, ойлголт, нөлөөлөл

### RESIDENTS' PERCEPTIONS OF TOURISM'S ECONOMIC IMPACT

#### Abstract

It is a fact that the tourism sector's inputs to local development and the implementation of planned activities and initiatives depend on the level of perception about tourism by the communities.

The local people perceive that tourism development and related activities have both positive and negative effects, and the studies indicate that communities were more aware of the positive economic impact of tourism (average value 3.38).

The most powerful indication of positivity is an expansion of trade and services in local areas, which consequently lead to an increased number of jobs. This is another recognition that tourism can be a sector with quality business and employment opportunities at the local level. The rise of tariffs and prices for real estate is the most noticeable indicator to demonstrate the negative economic impacts. The study results showed that positive economic perceptions have outperformed the negative ones, and economic change indicators have a positive and high level of correlation with other variables.

It was confirmed again that tourism development and related activities are generally considered to have negative impacts, however, from the economic perspective they are beneficial. Subsequently, in order to prevent negative or pursued expectations of tourism impact, it is possible to develop and implement an economically viable tourism development plan in each aimag, and complement with extensive and robust communication and awareness building regarding the benefits, effects, and values of tourism and role of local stakeholders.

**Keywords:** economic, community, tourism, perception, impact

\* ХҮИС, (E-mail): khaliun@nucb.edu.mn, <https://orcid.org/0000-0001-7037-4356>

\*\* ХҮИС, (E-mail): amarjargal@nucb.edu.mn, <https://orcid.org/0000-0002-9119-7093>

\*\*\* ХҮИС, (E-mail): bilegsaikhan@nucb.edu.mn, <https://orcid.org/0000-0003-2870-343X>

### Судалгааны үндэслэл

Монголын 21 аймгийн мал аж ахуй, газар тариалан эрхлэлт нь уур амьсгалын өөрчлөлт, дэлхийн дулаарал, малын бэлчээрийн хомсдол зэргээс шалтгаалан бүтээмж нь улам буурч, ажлын байр болон орлогын эх сурвалж нь эрсдэлд орох давтамж нэмэгдэх болов. Аялал жуулчлалын хөгжил, үйл ажиллагаа нь иргэдийн орлогыг нөхөх нэг боломж, гарц гэж үзэж орон нутгийн хөгжлийн бодлогод ямар нэгэн хэмжээнд дурьдах боллоо. 2008 оноос аялал жуулчлалыг эдийн засгийн бодит салбар (УИХ, 2008)-аар тодорхойлсон ч аялал жуулчлалын салбарт ажилладаг эсвэл ойр дотны хүн байдаг иргэдийн ойлголт болон орлого нь аялал жуулчлалыг мэдэхгүй хүмүүсээс өндөр байдаг (Vanessa, Luis, & Núria, 2018).

Аялал жуулчлал нь шинэ ажлын байрыг бий болгосноор ажилгүйдлийг бууруулдаг (Sheldon & Var, 1984), дэд бүтцийн бүтээн байгуулалт, харилцаа холбоо болон тээврийн салбарын хөрөнгө оруулалтыг идэвхжүүлдэг (Inskoop, 1991), орон нутгийн татварын хэмжээ хэмжээг нэмэгдүүлж, эдийн засгийг солонгоруулах эх үүсвэр (Yasong Wang et al., Morais, 2007) болдог ч сайн төлөвлөгөө, хяналтгүй тогтолцооноос үүдэн аялал жуулчлалын эерэг нөлөөллийн үр дүнг буурч, эсрэгээрээ сөрөг нөлөөллийг хүчтэй болгон харагдуулдаг гэсэн судлаачдын дүгнэлт нь Монголын нөхцөлд ямар байгаа нь сонирол татаж байна.

Аялагч, жуулчдын өндөр эрэлт нь бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний үнэ болоод амьдралын өртөг нэмэгдүүлж (An, 2016), байр түрээсийн үнэ, газрын үнийг улирлын шинжтэй өсгөдөг. Аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нь нийгмийн бүлгийн ялгарал үүсч хэт баян хэсэг буюу бизнес эрхлэгч, газрын эзэд байх бол эсрэг талдаа хэт ядуу нийгмийн бүлэг үүсэх эрсдэлтэй (de Kadt, 1979) тул иргэдийн аялал жуулчлалын талаарх мэдлэг, ойлголт нэмэгдүүлж, иргэдийн оролцоо нь эдийн засгийн хөгжлийн арга замыг (Cursoy et al., 2002) эрэлхийх шаардлагатай болж байна. Тэгээд ч иргэдийн хандлага ба ойлголтын онол, загварууд хөгжиж буй орнуудад тохиромж муутай (Javier & Hazel, 2016) мөн нутгийн иргэдийг бусад оролцогч талуудтай ойртуулах үр ашигтай арга бол аялал жуулчлалын тухай ойлголтыг нэмэгдүүлэхийн (Javier & Hazel, 2016) тулд ямар арга хэмжээг авч хэрэгжүүлэх үндэслэл шаардлагатай байдаг.

Өмнөх олон судалгаанд аялал жуулчлалын эдийн засаг, нийгэм соёл, байгаль орчны нөлөөнд илүү анхаарч, дараагаар нь аялал жуулчлалын хөгжлийн улс төрийн асуудлуудыг сонирхож (Jamal, T., & Camargo, B. A., 2018), (Hong Wu et al., 2020) иржээ.

Аялал жуулчлалын хөгжил, үйл ажиллагаа нь жуулчдын тоо, тэдний яс үндэс, эдийн засгийн үзүүлэлт, аяллын хугацаа, соёлын арга хэмжээнээс ихээхэн хамаардаг нь цаанаа орон нутгийн иргэд, бизнесийн эдийн засагт харилцан нөлөөллийн асуудлыг агуулж байна гэж үзэв. Орон нутгийн иргэдийн дэмжлэг, оролцоо өндөр байдаг нутгаар аялал жуулчлалын хөгжил эрчимжиж байгаа нь сүүлийн хорь гаруй жилийн судалгаагаар нотлогдож (Цзгьг et al., 1985) байгаа тул нутгийн иргэдийн хандлага судлалд анхаарах болов.

### **Судалгааны зорилго, зорилт**

Судалгааны зорилго нь 21 аймгийн иргэдийн аялал жуулчлалын хөгжил, үйл ажиллагааны эдийн засгийн эерэг болон сөрөг нөлөөллийн талаарх ойлголтыг Ап болон Кромптоны тодорхойлсон нөлөөллийн үзүүлэлтүүдээр тодорхойлоход оршино. Үүний тулд дараах зорилтуудыг дэвшүүлэв.

- “Эдийн засгийн өөрчлөлтүүд”-ийн хүчин зүйлийн болон найдвартай байдлын шинжилгээг 10 асуулыг боловсруулах,
- “Эдийн засгийн өөрчлөлтүүд”-ийн дундаж утгыг тодорхойлох,
- Аялал жуулчлалын эдийн засгийн эерэг болон сөрөг нөлөөллийн хамгийн өндөр үзүүлэлтийг тодорхойлох,
- Хувьсагчидын хувьд эерэг болон сөрөг ойлголтын ялгаатай байдлыг илрүүлэх.

*Ач холбогдол:* Уг судалгааг орон нутгийн иргэдийн одоогийн ойлголт, хандлагад тулгуурлан тэдний оролцоог нэмэгдүүлэх оновчтой арга замыг боловсруулах боломжийг олгоно.

### **Судалгааны аргазүй**

Судалгааны объектоор Монгол улсын 21 аймгийн иргэдийг сонгов. 2021 оны 7-р сарын 1-ээс 9-р сарын 20 хүртэл санамсаргүй түүврийн аргаар авсан судалгааны 4415 судалгааг шаардлага хангаж, үүнээс онлайн хэлбэрээр 1604 асуулгын линкийг хамтатгаж боловсруулалт хийв. Оролцогчдийн тоон үзүүлэлт нь эх олонлогоо төлөөлөх хангалттай чадвартай гэж үзэж байна. Хүснэгт 1.

## Хүснэгт 1. Шаардлага хангасан асуулгын тоон үзүүлэлт (аймгаар)

№	Аймаг	Хэвлэмэл асуулгын тоо		Онлайн асуулгын тоо	Нийт тоо
		Урьдчилсан судалгаа	Үндсэн судалгаа		
1	Архангай	461	70	69	600
2	Баян-Өлгий		104	21	125
3	Баянхонгор		96	163	259
4	Булган		100	67	167
5	Говь-Алтай		31	29	60
6	Говьсүмбэр		134	17	151
7	Дархан-Уул		95	71	166
8	Дорноговь		211	144	355
9	Дорнод		94	58	152
10	Дундговь		104	135	239
11	Завхан		101	75	176
12	Орхон	393	-	135	528
13	Өвөрхангай		-	41	41
14	Өмнөговь		103	157	260
15	Сүхбаатар		133	75	208
16	Сэлэнгэ		104	11	115
17	Төв		-	28	28
18	Увс		129	107	236
19	Ховд	180	91	67	338
20	Хөвсгөл		33	35	68
21	Хэнтий		45	98	143
	Нийт	1034	1778	1603	4415

Эх сурвалж: Судалгааны үр дүн

### Судалгааны аргачлал

Судалгаа оролцогчдын ерөнхий нөхцөлийн талаархи 6 асуулга, эдийн засгийн өөрчлөлтүүдийн талаархи 10 асуулгаас бүрдсэн. Аялал жуулчлалын нөлөөлөл бүхий өөрчлөлтүүдийн хувьсагчдыг үнэлэхдээ Лайкертын 5 шатлал онооны хэмжилтээр шалгасан болно. Үүнд: Судалгаанд оролцогч иргэн тухайн нөлөөллийн талаархи өөрийн мэдлэг ойлголтоо үнэлэхдээ “Мэдэхгүй” бол 1 оноо, “Бага зэрэг” мэдэх бол 2 оноо, “Дунд зэрэг” мэдэх бол 3 оноо, “Их” мэдлэгтэй бол 4 оноо, “Маш их” мэдлэгтэй бол 5 оноогоор үнэлэх юм.

Судалгааны үр дүнг IBM SPSS 26 програм ашиглан боловсруулалт

хийсэн ба “эдийн засгийн талаарх орон нутгийн иргэдийн ойлголтын түвшинг аймаг бүрээр тодорхойлох”-ын тулд тойм статистикийн шинжилгээ, мөн “ойлголтуудын харилцан хамаарлыг тодорхойлох”-н зорилтыг хангахын тулд хүчин зүйлсийн найдвартай байдлын шинжилгээ, корреляцийн шинжилгээ, хоёр үл хамаарсан түүврийн т шалгуурын шинжилгээнүүдийг хийсэн болно.

## Судалгааны үр дүн

### Судалгаанд оролцогчдын талаархи ерөнхий мэдээлэл

Судалгаанд оролцогчдын 57.1% нь эмэгтэй, 25-44 насныхан 58.4% байна. Судалгааг онлайн болон цаасан хэлбэрээр авсан ба 17.8% нь нутагтаа 16-20 жил оршин сууж байгаа, 46.0% нь 20 жилээс дээш амьдарч байгаа нутгийн уугуул иргэд байна.

Судалгаанд оролцогчдын 45.1% нь төрийн албан хаагч бөгөөд 21.9% нь бусад (малчин, тариаланчин зэрэг) ангилалд багтаж байна. Эрхэлж буй ажил, хөдөлмөр, бизнесийн үйл ажиллагаа аялал жуулчлалтай хамааралтай эсэхэд 41.6% нь огт хамааралгүй, 37.4% нь дам хамааралтай, 21.0% нь шууд хамааралтай байна. Хүснэгт 2.

Аялал жуулчлал нь нэмүү өртөг шингээлт, хөрөнгө оруулалт, бизнес эрхлэлтэд шууд болон шууд бусаар нөлөөлж (Stefano et al., 2020), орон нутгийн бизнесийг хөгжүүлэх, ажил эрхлэлтийг нэмэгдүүлэх боломжтой салбар гэж хүлээн зөвшөөрдөг (Giaccio, Giannelli, & Mastronardi, 2018) гэдэгтэй нийцтэй байна.

Хүснэгт 2. Судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн ерөнхий мэдээлэл  
(бүх аймгаар)

Хүйс	Тоо	Хувь	Оршин суугаа аймаг	Тоо	Хувь
Эрэгтэй	1892	42.9	Архангай	600	13.6
Эмэгтэй	2523	57.1	Баян-Өлгий	125	2.8
Нас	Тоо	Хувь	Баянхонгор	260	5.9
15~24	926	21.0	Булган	167	3.8
25~34	1600	36.2	Говь-Алтай	60	1.4
35~44	979	22.2	Говьсүмбэр	151	3.4
45~54	623	14.1	Дархан-Уул	166	3.8
55~64	232	5.3	Дорноговь	355	8.0
65-с дээш	55	1.2	Дорнод	152	3.4

Эрхэлж буй ажил, хөдөлмөр, үйл ажиллагаа	Тоо	Хувь	Дундговь	239	5.4
Оюутан, сурагч	609	13.8	Завхан	176	4.0
Үйлчилгээ эрхлэгч	443	10.0	Орхон	528	12.0
Үйлдвэрлэл эрхлэгч	403	9.1	Өвөрхангай	41	.9
Төрийн албан хаагч	1993	45.1	Өмнөговь	260	5.9
Бусад	967	21.9	Сүхбаатар	208	4.7
Эрхэлж буй ажил, хөдөлмөр, бизнесийн үйл ажиллагаа аялал жуулчлалтай хамааралтай эсэх	Тоо	Хувь	Сэлэнгэ	115	2.6
			Төв	28	.6
			Увс	236	5.3
Огт хамааралгүй	1835	41.6	Ховд	338	7.7
Дам хамааралтай	1653	37.4	Хөвсгөл	67	1.5
Шууд хамааралтай	927	21.0	Хэнтий	143	3.2
Тухайн аймагтаа оршин сууж байгаа жил	Тоо	Хувь		Тоо	Хувь
1-5 жил	410	9.3			
6-10 жил	545	12.3	16-20 жил	784	17.8
11-15 жил	643	14.6	20 жилээс дээш	2033	46.0
Нийт	4415	100	Нийт	4415	100

Эх сурвалж: Судалгааны үр дүн

### Аялал жуулчлалын нөлөөллийн үнэлгээ

Тойм статистикийн шинжилгээг асуулга бүрийг үнэлсэн дундаж үнэлгээгээр тодорхойлсон бөгөөд үр дүнг нэгтгэв. Хүснэгт 3. Судалгааны үр дүнд иргэдийн аялал жуулчлалын нөлөөлөл бүхий өөрчлөлтүүдийн талаархи ерөнхий ойлголт бага, дунд зэрэг гэсэн үзүүлэлттэй байна. (5 хүртэлх онооны шатлалаас  $m=2.52-3.66$ )

Өндөр үнэлгээтэй буюу “их болон маш их” мэдлэгтэй гэсэн үнэлгээтэй асуулга гараагүй ба эдийн засгийн *ЭЕРЭГ* өөрчлөлтүүд өндөр байна. Үүнд: “Орон нутгийн худалдаа, үйлчилгээг идэвхжүүлдэг”, “Худалдаа, үйлчилгээний ажлын байрыг нэмэгдүүлдэг” зэрэг эдийн засгийн өөрчлөлтүүдийн асуултанд нутгийн иргэд “*ДУНД*” зэрэг мэднэ ( $m=3.42$ -с дээш) гэж хариулжээ. Иргэдийн ойлголт, хандлагад олон хүчин зүйл нөлөөлдөг (Gursoy, Chi, & Dyer, An Examination of Locals' Attitudes, 2009) ч ажлын байр (Kim, J, & M. & Jang, 2006), аж амьдралын түвшинг сайжруулах (Brida, J et al., 2008) (Javier & Hazel, 2016) гэхээс илүү аялал жуулчлалыг орлогын хэмжээгээр жишиж мэддэг ч мэдлэг, боловсрол, мэдээллийн дутагдал нь танин мэдэхүйн

хүрээг хязгаарлаж (Javier & Hazel, 2016) байж болох юм. Нөгөө талдаа мал аж ахуй, газар тариаланчид аялал жуулчлалын үйл ажиллагаа эрхлэхийг сонирхдог (Акбар, I, et al., 2020) ч аялал жуулчлалыг дагаж бизнесийн шинэ төрлүүд бий болж (Giaccio et al., 2018), аялал жуулчлалын эрэлт нэмэгдэхэд дэд бүтцийн хөрөнгө оруулалт идэвхждэг (Inskoop, 1991) талаар ерөнхий мэдээлэлтэй байна гэж үзэхээр байна.

“Аялал жуулчлал нь орон нутгийн татвар, хураамжийн орлогыг нэмэгдүүлдэг” ( $m=3.30$ ), “Аялал жуулчлалын бизнес хувь хүн, өрхийн орлогыг нэмэгдүүлдэг” ( $m=3.23$ ), “Аялал жуулчлал нь өргөн хэрэглээний бараа, үйлчилгээний үнэ, тарифыг хөөрөгддөг” ( $m=3.10$ ), “Аялал жуулчлалыг дагаж газар, үл хөдлөх хөрөнгийн үнэ өсдөг” ( $m=3.00$ ) талаарх мэдлэг, ойлголт нь дундаж байгаа нь орлого, үнэ, тарифын талаарх хангалттай мэдлэгтэй байгааг илэрхийлэх бөгөөд урт хугацаандаа эдгээр хүчин зүйлсийг нөлөөллийг сааруулах эсвэл хязгаарлах арга замыг хамтын оролцоотой шийдвэрлэх боломжтой гэдэг нь харагдаж байна. Иргэдийн эдийн засаг, нийгэм, соёл, дэд бүтцээс хүртэх ашиг, үр өгөөж нь өндөр байх тусам тэдний стратеги төлөвлөлтөд оролцох (Iulia, et al., 2016), орон нутгийн эдийн засгийн өгөөж, хүртээмжийг нэмэгдүүлэх (Iulia et al., 2016), иргэдийн эдийн засгийн ашиг, үр өгөөж нь өндөр байгах (Iulia et al., 2016), амралт, аяллын бизнесийг төрөлжүүлэх, орон нутгийн дэд бүтцээр дамжуулан хүртэх (Iulia et al., 2016) зэрэг эдийн засгийн эерэг нөлөөллийг төлөвлөлтийн оролцоогоор сайжруулах боломж байгааг харуулж байна.

Хамгийн бага үнэлгээ буюу “мэдэхгүй” гэсэн үнэлгээ дундаж үзүүлэлтээр гараагүй бөгөөд уг судалгаанд хамгийн бага үзүүлэлттэй нь “Аялал жуулчлалын улирлаар үйлчилгээний газруудад татвар, торгуулийн дарамт нэмэгддэг”, “Аялал жуулчлалыг хөгжүүлснээр ХАА-н (газар тариалан, мал аж ахуй) ажиллах хүчний хомсдол үүсдэг” зэрэг өөрчлөлтүүдийн асуултанд нутгийн иргэд “БАГА” зэрэг мэднэ ( $m=2.70$ -с доош) гэж хариулжээ.

### Хүснэгт 3. Аялал жуулчлалын нөлөөллийн үнэлгээний түвшин (улсын дундаж)

Асуулгын утга	Дундаж утга	Стандарт хазайлт
<b>Эдийн засгийн өөрчлөлтүүд</b>	<b>3.10</b>	<b>.813</b>
<b>ЭЭРЭГ НӨЛӨӨЛӨЛ</b>	3.38	.958
Аялал жуулчлал нь орон нутгийн худалдаа, үйлчилгээг идэвхжүүлдэг	3.53	1.137

Аялал жуулчлал нь худалдаа, үйлчилгээний ажлын байрыг нэмэгдүүлдэг	3.42	1.150
Аялал жуулчлалыг дагаж бизнесийн шинэ төрлүүд нэмэгддэг	3.42	1.156
Аялал жуулчлал нь орон нутгийн татвар, хураамжийн орлогыг нэмэгдүүлдэг	3.30	1.215
Аялал жуулчлалын бизнес хувь хүн, өрхийн орлогыг нэмэгдүүлдэг	3.23	1.250
<b>СӨРӨГ НӨЛӨӨЛӨЛ</b>	<b>2.83</b>	<b>.966</b>
Аялал жуулчлал нь өргөн хэрэглээний бараа, үйлчилгээний үнэ, тарифыг хөөрөгддөг	3.10	1.167
Аялал жуулчлалыг дагаж газар, үл хөдлөх хөрөнгийн үнэ өсдөг	3.00	1.253
Аялал жуулчлалын улирал дуусахад ажилгүй иргэдийн тоо нэмэгддэг	2.88	1.196
Аялал жуулчлалын улирлаар үйлчилгээний газруудад татвар, торгуулийн дарамт нэмэгддэг	2.66	1.265
Аялал жуулчлалыг хөгжүүлснээр ХАА-н (газар тариалан, мал аж ахуй) ажиллах хүчний хомсдол үүсдэг	2.52	1.231

*Эх сурвалж: Судалгааны үр дүн*

“Аялал жуулчлал нь орон нутгийн худалдаа, үйлчилгээг идэвхжүүлдэг” Эдийн засгийн эерэг нөлөөлөл нь Говь-Алтай ( $m=4.13$ ) ба Хөвсгөл аймаг ( $m=4.02$ ) өндөр үнэлгээг өгсөн нь ажил, үйлчилгээний бизнест инновацийн чиг баримжаатай шинэлэг шийдлийн эрэлт хэрэгцээ үүссэн байж болзошгүй юм. Харин “Аялал жуулчлалыг хөгжүүлснээр ХАА-н (газар тариалан, мал аж ахуй) ажиллах хүчний хомсдол үүсдэг” сөрөг нөлөөллийн хамгийн бага үнэлгээг Дундговь ( $m=1.85$ ) болон Төв аймгийн ( $m=1.86$ ) иргэд өгсөн байна. Энэ нь эдгээр бичил, жижиг дунд аж ахуйн үйл ажиллагаа тогтворжсон мөн аялал жуулчлалын төвлөрөл биш зөвхөн дамжин өнгөрөгч нутаг гэсэн ойлголттой холбоотой байж болох юм.

### **Судалгааны найдвартай ба үндэслэлтэй байдал**

Иргэдийн аялал жуулчлалын талаарх мэдлэг, ойлголтын талаархи хүчин зүйлийн шинжилгээний үр дүн болон найдвартай байдлын шинжилгээний үр дүнг Хүснэгт 5-д үзүүллээ. КМО шалгуурын үр дүн 0.961, бодит гүйцэтгэл



57.212% гарсан нь түүврийн тоо хангалттай хүрэлцээтэй, Бартлеттийн тестийн ач холбогдол илэрхийлэх утга ( $\text{sig}=.000$ ) статистик ач холбогдолтой гарсан тул хүчин зүйлийн шинжилгээ үр дүнтэй гарсан болно. Хувьсагчдын өндөр ачаалалтай утгыг 0.5-с их байхаар тогтоож, 0.5-с бага утга үзүүлсэн асуулга гарвал хасч тооцоолох болно. Уг судалгаанд хасагдсан утга байхгүй, хувьсагчийг тайлбарлах хүч статистик ач холбогдолтой асуултууд байсан. Асуултуудын найдвартай байдлыг илэрхийлэх Кронбах альфа коэффициент 1-д их ойрхон, буюу 0.8-с их гарсан (0.845-0.889) судалгааны асуулга оновчтой гэж дүгнэн, дараах 4 бүлэг 40 асуулгуудаар боловсруулалт хийх нь ҮНДЭСЛЭЛТЭЙ бөгөөд НАЙДВАРТАЙ гэж үзээд дараагийн шинжилгээнүүд болох ялгаатай утга илрүүлэх болох харилцан хамаарлын шинжилгээнүүдийг хийсэн болно.

Хүснэгт 4. Хүчин зүйлийн шинжилгээний үр дүн болон найдвартай байдлын шинжилгээ (бүх аймгаар)

Хувьсагч	Асуулгын утга	Factor loading	Eigen value	% of variance	Cronbach's Alpha
Эдийн засгийн өөрчлөлтүүд	Аялал жуулчлал нь орон нутгийн татвар, хураамжийн орлогыг нэмэгдүүлдэг	.725	13.749	34.373	.868
	Аялал жуулчлал нь худалдаа, үйлчилгээний ажлын байрыг нэмэгдүүлдэг	.725			
	Аялал жуулчлалыг дагаж бизнесийн шинэ төрлүүд нэмэгддэг	.712			
	Аялал жуулчлалыг дагаж газар, үл хөдлөх хөрөнгийн үнэ өсдөг	.702			
	Аялал жуулчлал нь өргөн хэрэглээний бараа, үйлчилгээний үнэ, тарифыг хөөрөгддөг	.675			
	Аялал жуулчлал нь орон нутгийн худалдаа, үйлчилгээг идэвхжүүлдэг	.672			
	Аялал жуулчлалын бизнес хувь хүн, өрхийн орлогыг нэмэгдүүлдэг	.656			
	Аялал жуулчлалын улирлаар үйлчилгээний газруудад татвар, торгуулийн дарамт нэмэгддэг	.644			
	Аялал жуулчлалын улирал дуусахад ажилгүй иргэдийн тоо нэмэгддэг	.635			

Эдийн засгийн өөрчлөлтүүд	Аялал жуулчлалыг хөгжүүлснээр ХАА-н (газар тариалан, мал аж ахуй) ажиллах хүчний хомсдол үүсдэг	.620	13.749	34.373	.868
		Бодит гүйцэтгэлийн хувь 57.212 КМО = .961 Bartlett's test $\chi^2=109687.378$ (df=780, sig=.000)			

Эх сурвалж: Судалгааны үр дүн

### Аялал жуулчлалын эерэг ба сөрөг нөлөөллийн тухай ойлголтын зөрүү

Иргэдийн аялал жуулчлалын нөлөөллийн тухай ойлголтыг эерэг болон сөрөг гэсэн 2 бүлэгт хуваан, хувьсагчдын хувьд ялгаатай үзүүлэлт байгаа эсэхийг хоёр үл хамаарсан түүврийн t шалгуураар хийж Хүснэгт 6-д харууллаа.

Иргэд “Эдийн засгийн өөрчлөлтүүд”-ийн эерэг нөлөөлөлийг сөрөг нөлөөлөлөөс илүү мэддэг гэсэн үнэлгээг тус тус өгсөн байна.

### Хүснэгт 5. Хоёр үл хамаарсан түүврийн t шалгуурын үр дүн (бүх аймгаар)

	Эерэг нөлөөлөл		Сөрөг нөлөөлөл		Difference (Эерэг-Сөрөг)	t value	p value
	Mean	St dev	Mean	St dev			
Эдийн засгийн өөрчлөлтүүд	3.38	.957	2.83	.966	.577	35.405	**

Эх сурвалж: Судалгааны үр дүн

\*  $\rho < 0.05$  \*\*  $\rho < 0.01$

### Аялал жуулчлалын эдийн засгийн үзүүлэлт хоорондын хамаарал

Эдийн засгийн үзүүлэлт хоорондын хамаарлыг тогтоох зорилгоор корреляцийн шинжилгээг хийж үр дүнг гаргав. Хүснэгт 7. Корреляцийн шинжилгээнд хамаарлын коэффициентийн авах утга -1-д ойртох тусам хүчтэй сөрөг, 1-д ойртох тусам хүчтэй эерэг, 0-д ойрхон байх тусам сул хамааралтай гэж тооцсон болно.

Аялал жуулчлалын эдийн засгийн үзүүлэлтүүд хоорондоо эерэг бөгөөд сул болон сайн хамааралтай ( $r=0.148-0.649$ ,  $N=4415$ ,  $\rho < 0.01$ ) гарчээ. Өөрөөр хэлбэл аялал жуулчлалын эдийн засгийн үзүүлэлтүүд хоорондын нөлөө нь нэг нь нэг пунктээр өөрчлөгдөхөд бусад үзүүлэлт дагаж 15-65 %-иар өөрчлөлт

ордог гэсэн гэсэн утгатай.

Хамгийн сайн эерэг хамаарал орон нутгийн худалдаа, үйлчилгээ идэвхжсэнээр ажлын байр нэмэгддэг ( $r=0.649$ ), үйлчилгээний газруудад татвар, торгуулийн дарамт нэмэгдсэнээр газар тариалан, мал аж ахуйн салбарт ажиллах хүчний хомсдол үүсдэг ( $r=0.648$ ), орон нутгийн бизнесийн шинэ төрлүүд нэмэгддэгсэнээр татвар, хураамжийн орлого нэмэгддэг ( $r=0.603$ ) гэсэн үзүүлэлтүүд гарсан. Хамгийн сул эерэг хамааралтай нь орон нутгийн худалдаа, үйлчилгээ идэвхжсэнээр үйлчилгээний газруудад татвар, торгуулийн дарамт нэмэгддэг ( $r=0.173$ ), мөн газар тариалан, мал аж ахуйн салбарт ажиллах хүчний хомсдол үүсдэг ( $r=0.148$ ) хэмээх үзүүлэлт тус тус гарсан байна.

Хүснэгт 6. Корреляцийн шинжилгээний үр дүн

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Орлого нэмэгддэг (1)	1									
Худалдаа, үйлчилгээг идэвхждэг (2)	.571**	1								
Ажлын байр нэмэгддэг (3)	.556**	.649**	1							
Бизнесийн шинэ төрлүүд нэмэгддэг (4)	.525**	.587**	.634**	1						
Татвар, хураамжийн орлого нэмэгддэг (5)	.477**	.547**	.580**	.603**	1					
Газар, үл хөдлөх хөрөнгийн үнэ өсдөг (6)	.333**	.301**	.353**	.349**	.393**	1				
Өргөн хэрэглээний бараа, үйлчилгээний үнэ, тарифыг хөөрөгддөг (7)	.258**	.270**	.284**	.298**	.320**	.612**	1			
Үйлчилгээний газруудад татвар, торгуулийн дарамт нэмэгддэг (8)	.239**	.173**	.250**	.238**	.306**	.506**	.575**	1		

Газар тариалан, мал аж ахуйн салбарт ажиллах хүчний хомсдол үүсдэг (9)	.205**	.148**	.229**	.230**	.288**	.470**	.527**	.648**	1	
Аялал жуулчлалын улирал дуусахад ажилгүй иргэдийн тоо нэмэгддэг (10)	.254**	.246**	.295**	.284**	.328**	.445**	.468**	.506**	.551**	1

Эх сурвалж: Судалгааны үр дүн

\*  $p < 0.05$  \*\*  $p < 0.01$

### Дүгнэлт

Аялал жуулчлалын тогтвортой хөгжлийг хангах гол түлхүүр элементүүдийн нэг болох орон нутгийн иргэдийн аялал жуулчлалын эдийн засгийн нөлөөллийн талаарх мэдлэг, ойлголтыг тодорхойлох зорилгоор 21 аймгийн 4415 иргэдийн санал бодлыг судлан, дараах судалгааны дүгнэлтийг хийлээ.

1. Уг судалгаанд оролцсон иргэдийн бизнесийн үйл ажиллагаа аялал жуулчлалтай дам болон шууд хамааралтай байсан ба үйлдвэрлэл эрхлэгч, үйлчилгээ эрхлэгч, төрийн албан хаагчдын оролцоо жигд байсан. Мөн 63.8 хувь нь тухайн орон нутагтаа 16-с дээш жил амьдарч буй иргэд хамрагдсан нь судалгаа зорилгот бүлэгтээ хүрч чадсан гэж үзэж байна. Энэ үр дүн нь орон нутгийн төлөвлөлт, үйл ажиллагааны тогтвортой менежментийн тогтолцоо, стандартыг тогтоох (Cottrell, Vaske, & Shen F, 2007) болон аялал жуулчлалын хөгжилд нутгийн иргэдийн оролцоог (Javier & Hazel, 2016) төлөөлөх боломжтой гэж үзэв.
2. Хүчин зүйлийн болон найдвартай байдлын шинжилгээгээр “Эдийн засгийн өөрчлөлтүүд”-ийн 10 асуулгаар судалгааг авч боловсруулалт хийх нь үндэслэлтэй бөгөөд найдвартай гэж үзсэн болно.
3. Судалгааны “Эдийн засгийн өөрчлөлтүүд”-ийн дундаж утга 3.10 гарсан. Озгүр (1985) нарын судалгаагаар нутгийн иргэд аялал жуулчлалын эдийн засгийн нөлөөллийг илүүтэй мэддэг болох нь батлагдсан болно. (Özgür et al., 1985) Жиасио (2018) нарын болон Кроексийн (2014) судалгаанд оролцогчид эдийн засгийн эерэг нөлөөллийн талаарх ойлголтыг голлох үзүүлэлт болгож байдаг. (Croes, 2014). Энэ үр дүнг нь манай судалгаагаар мөн адил эерэг нөлөөллийн ойлголт нь сөрөг нөлөөллийн ойлголтоосоо өндөр буюу 3.38 гэсэн дундаж утгатайгаар батлагдаж байна. Мөн бидний судалгааны үр дүнд эдийн

засгийн эерэг нөлөөллийн хамгийн өндөр үзүүлэлтийг орон нутгийн худалдаа, үйлчилгээг идэвхжүүлдэг ( $m=3.53$ ), үүнийг дагасан ажлын байр нэмэгдүүлдэг ( $m=3.42$ ) гэсэн байна. Тиймээс нутгийн иргэд аялал жуулчлалыг дотоодын бизнесийг хөгжүүлэх, ажил эрхлэлтийг нэмэгдүүлэх боломжтой салбар гэж хүлээн зөвшөөрч байна. (Giaccio et al., 2018) Аялал жуулчлалыг дагаж бизнесийн шинэ төрлүүд нэмэгддэг гэсэн ойлголт нь өндөр үнэлгээтэй ( $m=3.42$ ) гарсан ба энэ судлаач Жиасио нарын судалгааны адилаар жижиг дунд бизнесийн боломжийг нэмэгдүүлдэг гэдэг үр дүнтэй адил гарчээ. (Giaccio, Giannelli, & Mastronardi, 2018) Эдийн засгийн сөрөг нөлөөллийн ойлголтоос хамгийн өндөр үзүүлэлтийг үнэ тарифын ( $m=3.10$ ) болон үл хөдлөхийн үнийн өсөлт хөөрөгдөл ( $m=3.0$ ) гэсэн ойлголт нь Лиү Ли нарын судалгааны үр дүнтэй ижил байна. (Liu & Li, 2018) Мөн түүнчлэн улирлын чанартайгаар бизнесүүд тогтворгүйжих (Duro & Turrión-Prats, 2019), орлогын ялгаатай байдал үүсэх (Alam & Paramati) гэх мэт сөрөг нөлөөлүүд үүсдэг болдог нь улирлаас хамаарч ажилгүй иргэдийн тоо өсдөг, татвар, торгуулийн дарамт нэмэгддэг, ажиллах хүчний хомдол үүсдгийг анхаарах хэрэгтэй байна. Аялал жуулчлалын оргил ачааллын үеэр нутгийн иргэд газар тарилан, мал аж ахуйн салбарт ажиллах хэрэгцээ үүсдэг нь аялал жуулчлалын салбарт ажиллах хүчний тоог бууруулж нэмэлт орлого олох боломжийг бүрэн ашиглаж чадахгүй байна. Энэ талаарх ойлголтыг ( $m=2.52$ ) нутгийн иргэдэд цаашид ойлгуулах шаардлага үүсч байна. Хувьсагчидын хувьд эерэг болон сөрөг ойлголтын ялгаатай байдлыг илрүүлэх шинжилгээгээр эдийн засгийн эерэг ойлголт сөргөөсөө илүү үзүүлэлттэй, хоорондын хамаарлын шинжилгээгээр эдийн засгийн өөрчлөлт нь бусад хувьсагчидтайгаа эерэг бөгөөд сайн хамааралтай гэсэн үр дүнтэй гарав.

### **Зөвлөмж**

Орон нутгийн хэмжээний аялал жуулчлалын хөгжлийн бодлого, төлөвлөлтийг иргэдэд эдийн засгийн хувьд өгөөжтэй байх хандлагатай (Özgür et al., 1985) болгож, иргэдийг аялал жуулчлалын талаарх хуурамч хүлээлтээс сэргийлэх (Javier & Hazel, 2016) зарчмыг баримтаж байх нь зүйтэй гэж үзэв. Аялал жуулчлалын үр өгөөж, үр нөлөө, үнэ цэнийг иргэдэд хүргэж, олон нийтэд ач холбогдол, үнэ цэнийг ойлгуулж (Javier & Hazel, 2016), улмаар иргэдийн аялал жуулчлалын төлөвлөлт, удирдлагад оролцох санаачилга, эрх, үүргээ хэрэгжүүлэх соёлыг дэлгэрүүлэх (Hrechyshkina O. O, 2017), аялал жуулчлалыг эдийн засгийн өгөөжтэй төлөвлөгөөгөөр хөгжүүлэх (An, 2016)

зэрэг арга хэмжээ, ур чадварын асуудлыг шат шатны бодлого боловсруулагчид анхаарах шаардлагатай байна.

### **Ашигласан материал**

- УИХ. (2008). Монгол Улсын Мянганы хөгжлийн зорилгод суурилсан Үндэсний хөгжлийн цогц бодлого. *XII тогтоол*. Улаанбаатар.
- Akbar, I, Yang, Z, Mazbayev, O, & Seken, A. & Uda. (2020). Tourism is developing in Tulkibas district. *Turkistan International*.
- Alam, M. & Paramati, S. (n.d.). The impact of tourism on income inequality in developing economies: Does Kuznets curve hypothesis exist? *Annals of Tourism Research*, 111-126.
- Alipour Eshliki, S. & Kaboudi, M. (2001). Community Perception of Tourism Impacts and Their Participation in Tourism Planning: A Case Study of Ramsar, Iran. *ASEAN Conference on Environment-Behaviour Studies, Savoy Homann Bidakara*. Bandung.
- An, Y. (2016). Resident's Perception of Tourism Development in Greenville, SC, USA. *All Theses*, 2418.
- B. Tovar, R. Espino. & F. Lopez-del-Pino. (2020). Residents' perceptions and attitudes towards the cruise tourism impact in gran Canaria. *Research in Transportation Business & Management*.
- Barnes, J. (2015). Perception in tourism & hospitality: A meta analysis. *Assumption Journal*, 89-107.
- Brayley,R, Var,T. & Sheldon,P. (1990). Perceived in fluence of tourism on social issues. *Annals of Tourism Research*, 285-289.
- Brida, J. G, C. & E. J. S. & Risso, W. A. . (2008). Tourism's impacts on Long- Run Mexican Economic growth. . *Economic growth "Economic Bulletin*, 3(2), 1-8.
- Coccosis, H. & A. Parpairis. (1992). Assessing the interaction between Environment and Tourism: Case study of the island of Myconos. Paper. *Congress of the IRSA Palma de Mallorca*. Paper presented at the IV World Congress of the IRSA Palma de Mallorca. the IV World.
- Cottrell, S., Vaske, J. & Shen F. (2007). Modeling Resident Perceptionsof Sustainable Tourism Development: Applications in Holland and China. *China Tourism Research*, P. 219–234.
- Croes. (2014). The role of tourism in poverty reduction: An empirical assessment. *Tourism Economics*, 207-226.

- De Kadt, E. (1979). *Tourism-Passport to Development?* New York: Oxford University Press.
- Dogan Gursoya, E. B. (2019). Residents' perceptions of hotels' corporate social responsibility initiatives and its impact on residents' sentiments to community and support for additional tourism development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 117–128.
- Dogan, H. (1989). Forms of Adjustment: Socio Cultural Impacts of Tourism. *Tourism Research*, 216-236.
- Duro, J. & Turriyn-Prats, J. (2019). Tourism seasonality world- wide. *Tourism Management Perspectives*, *Tourism Management Perspectives*, 38-53.
- Giaccio, Giannelli. & Mastronardi. (2018). Explaining determinants of agri-tourism income: Evidence from Italy. *Tourism Review*, 216-229.
- Gursoy, D., Jurowski, C. & Uysal, M. (2002). Resident Attitudes: A structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 79-105.
- Gursoy, D., Chi, C. & Dyer, P. (2009). An Examination of Locals' Attitudes. *Annals of Tourism Research*, 36 (4), 723–726.
- Hong Wu, Seongseop (Sam) Kim, & Antony King Fung Wo. (2020). Residents' perceptions of desired and perceived tourism impact in Hainan Island. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 583-601.
- Hrechyshkina O. O. (2017). Management of sustainable tourism development in region Corporate Governance and Innovative Economic Development of the North, : Bulletin of Research Center of Corporate Law, Management and Venture Investment of Syktyvkar State University, Электронное периодическое издание 4 выпуск, pp 29-40
- Huang, Y., & Stewart, W. (1996). Rural tourism development: Shifting basis of community solidarity. *Journal of Travel Research*, 26-32.
- Inskip, E. (1991). *Tourism Planning - An Integrated and Sustainable Development*.
- Iulia, C., Camelia, F. & Rezhn, H. (2016). Local Residents' Attitude toward Sustainable Rural Tourism Development. doi:10.3390/su8010100, www.mdpi.com/journal/sustainability.
- Jamal, T. & Camargo, B. A. (2018). Tourism governance and policy. *Tourism Management Perspectives*, 205-208.
- Javier & Hazel, H. (2016). An Ethnographic Evaluation of Local Residents' Perceptions of Tourism in the PreTourism Phase: The Case of Burdeos. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, 1. <https://scholarworks.umass.edu/ttra/2012/Visual/1>.

- Jurowski, C. Uysal, M. & D.R. Williams. (1997). A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactionsto Tourism. *Journal of Travel Researc*, 3-11.
- Khoshkam, M., Marzuki, A. & Al-Mulali, U. (2016). Socio-demographic effects on Anzali wetland tourism development. *Tourism Management*, 96-106.
- Kim, H., J. C. & M. & Jang, S. (2006). Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan. *Tourism Management*, 27(5), 925-933.
- Kim, W., Jun, H. & Walker, M. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events. *Tourism Management*, 21-32.
- LeBlanc, G. (1992). Factors Affecting Customer Evaluations of Service Quality in Travel Agencies: An Investigation of Customer Perspectives. *Journal of Travel Research*, 10-16.
- Liang, Z. & Hui, T. (2016). Residents' quality of life and attitudes toward tourism development in China. *Tourism Management*, 56-67.
- Ling Zhang, Sen Yang, Danni Wang. & Emily Ma. (2020). Perceived value of, and experience with, a World Heritage Site in China—the case of Kaiping Diaolou and villages in China. *Journal of Heritage Tourism*.
- Liu, X. & Li, J. (2018). ost perceptions of tourism impact and stage of destination development in a developing country. *Sustainability*, 2300.
- Ozgür, H., Tatoğlu, E., Erdal, U. & Azakli, S. (1985). Resident perceptions of the impact of tourism in a Turkish resort town. *Annals of Tourism Research*, 652-658.
- Nuray Tırker. & Sevgi Öztürk. (2013). Perceptions of Residents Towards The Impacts of Tourism in the Kırse Mountains National Park, Turkey. *International Journal of Business and Social Science*.
- Sheldon, P. & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management*, 40-48.
- Sirakaya, Jamal, & Choi. (2001). Developing tourism indicators for destination sustainability. *The encyclopedia of ecotourism*, 411-432.
- Sirakaya, E. & Choi HwanSuk, C. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 1274–1289.
- Stankova, T. & Vassenska, V. (2015). Raising cultural awareness of local traditions through festival tourism. *Tourism & Management Studies*, 120-127.
- Stefano, T., Meri, R. & DaviDe, V. (2020). Benefits for the local society attached to rural landscape: An analysis of residents' perception of ecosystem services.. *Bio-based and Applied Economics* , 9(2): 155-170,. DOI: 10.13128/bae-



8340. ISSN 2280-617.

- Szell, A. B. (2012). Attitudes and Perceptions of Local Residents and Tourists Toward the Protected Area of Retezat National Park, Romania. *Master thesis*, 59.
- Vanessa, M., Lluís, C. & Núria, G. (2018). Overtourism: Residents' Perceptions of Tourism Impact as an Indicator of Resident Social Carrying Capacity - Case Study of A Spanish Heritage Town,. *Tourism Review Manuscript*.
- Yasong Wang, Robert E. Pfister. & Duarte B. Morais. (2007). Residents' attitudes toward tourism development: a case study of Washington, NC. *Department of Agriculture, Forest Service, Northern Research Station*, 411-419.
- Yu WANG., Gang LI, & Xuemei BAI. (2005). A Residential Survey on Urban Tourism Impacts in Harbin. *China Tourism Research*, 116-129.
- WCED (1987). *Our common future*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- WTO (2002). *Glossary*. Retrieved from WTO: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>.