

### АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН МАРКЕТИНГИЙН НЭГЭН АСУУДАЛ /ДОТООДЫН АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛ/

#### 3.Ундрах

Орчин үед аялал жуулчлал дэлхийн аль ч улс оронд өргөн хүрээтэй үйл явц болон улам бүр хөгжиж байна. Улс орнуудын хөгжил, хамтын ажиллагаа, харилцан ойлголцох үйл явц нэмэгдэхийн хирээр аялал жуулчлалын хэрэгцээ ихээхэн өсч байна. Аялал жуулчлал гэсэн ойлголтонд хүмүүсийн аялал амралт, зугаалга, зочилох, төлөөлөгчид солилцох, урлаг, спортын уралдаан тэмцээнд оролцох зэрэг нь цөм багтдаг байна. Аялал жуулчлалын салбарыг “**утаагүй үйлдвэрлэл**” хэмээн дэлхий нийтээр ихэд сайшаан, цаашид хөгжүүлэх арга замыг ихээхэн эрэлхийлж байгаа бөгөөд Нэгдсэн Үндэсний Байгууллагаас аялал жуулчлалыг “өнгөрсөн зууны онцлог үзэгдэл” гэж нэрлэн шинэ мянганд энэ салбар улам эрч хүчээ авч, эдийн засгийн хамгийн тэргүүлэх салбар болно гэж тодорхойлсон.

#### Олон улсын аялал жуулчлалын бүсүүдийн хөгжил

Хүснэгт 1

Жуулчлалын бүс		1970	1980	1990	2000	2001	2002	2003
Европ	Ж.тоо*	113,0	190,0	280,6	392,7	390,8	399,8	401,5
	Ж.о.о**	12,0	62,0	140,0			240,5	281,9
Америк	Ж.тоо*	42,0	62,0	93,0	128,0	120,0	114,9	112,4
	Ж.о.о**	5,0	25,0	67,0			114,3	115,8
Ази/Номхон далай	Ж.тоо*	5,0	21,0	52,0	115,3	121,1	125,3	119,1
	Ж.о.о**	1,0	8,0	39,0			94,7	88,6
Африк	Ж.тоо*	2,0	7,0	15,0	27,4	28,3	29,1	30,5
	Ж.о.о**	0,5	3,0	5,0			11,8	14,0
Ойрхи Дорнод	Ж.тоо*	2,0	6,0	9,7	24,0	23,6	27,6	30,4
	Ж.о.о**	0,5	3,0	5,0			13,0	14,1

\* Ж.тоо – Хүлээж авсан жуулчдын тоо /сая хүн/

\*\* Ж.о.о – Жуулчлалаас орсон орлого /тэрбум доллар/

Эх сурвалж: Tourism Highlights-World Tourism Organisation, 2003

World Tourism Barometer- World Tourism Organisation, 2004-06

1970 онд дэлхий дээр Европ, Хойд Америк гэсэн хоёр том аялал жуулчлалын бүс байсан бол 1990-д он гэхэд жуулчдын урсгалын өсөлтийн хурдац хамгийн их байгаа Ази, Номхон далайн гэсэн гуравдагч том бүс нэмэгдсэн байна. Үүний үр дүнд энэ гурван гол бүсэд аялсан жуулчдын тоо нийт жуулчдын 92 %-ийг нь эзэлж байхад үлдсэн гурван бүсэд дөнгөж 8% нь оногдож байна. Үүнтэй холбоотойгоор эхний гурван гол бүс нь аялал жуулчлалаас олж буй орлогын 95%-ийг эзэлдэг.

Дэлхийн Аялал Жуулчлалын Байгууллагаас шинэ мянганы эхний 20 жил дэх аялал жуулчлалын хөгжлийн хэтийн төлөвийг тооцоолон гаргажээ. Энэ прогнозыг гаргахдаа 1995 оныг суурь оноор сонгож 25 жилийн үргэлжлэх хугацаатайгаар тооцсон байна.

#### Бүс нутгийн олон улсын жуулчдын тоо /сая хүн/

Хүснэгт 2

Бүс нутгууд	Суурь он 1995	2000	Хэтийн төлөв		Дундаж өсөлт /%/ 1995-2020	Эзлэх хувь /%/	
			2010	2020		1995	2020
<b>Нийт</b>	<b>565,4</b>	<b>687,3</b>	<b>1,006,4</b>	<b>1,561,1</b>	<b>4,1</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Африк	20,2	27,4	47,0	77,3	5,5	3,6	5,0
Америк	108,9	128,0	190,4	282,3	3,9	19,3	18,1
Ази/Номхон далай	81,4	115,3	195,2	397,2	6,5	14,4	25,4
Европ	338,4	392,7	527,3	717,0	3,0	59,8	45,9
Ойрхи Дорнод	12,4	24,0	35,9	68,5	7,1	2,2	4,4
Амнөд Ази	4,2	6,1	10,6	18,8	6,2	0,7	1,2

Эх сурвалж: Tourism Highlights-World Tourism Organisation, 2003

Blueprint for new tourism-World Travel and Tourism Council, 2003

Энэ хэтийн төлөвийн тооцоогоор 2020 онд дэлхийн хэмжээнд жуулчдын тоо 1,56 тэрбумд хүрэх бөгөөд Европ /717 сая/, Зүүн Ази Номхон далай /397 сая/, Америк /282 сая/ бүсүүд эхний гурван байрыг эзэлж байна. Дэлхийн хэмжээнд олон улсын жуулчдын тоо нь жилд дунджаар 4,1 хувь байхад үүнтэй харьцуулвал Зүүн Ази Номхон далай, Өмнөд Ази, Ойрхи Дорнод, Африкийн бүс нутгууд жилд дунджаар таваас илүү хувиар өсөх хандлагатай байна. Дэлхийн аялал жуулчлалын зах зээлд Европын бүс нутгийн эзлэх хувь хэмжээ нь 60 хувиас 46 хувь хүртэл буурч байгаа хэдий ч дэлхийн хэмжээнд хамгийн өндөр хувийг эзэлсэн тэргүүлэх бүс хэвээр байх төлөвтэй байна.

Мөн дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллагын экспертүүдийн судалгаагаар ойрын 10-20 жилд Ази, Номхон далайд зочлох жуулчдын тоо 20 гаруй хувиар өсч, манай хоёр хөрш оронд жуулчдын тоо 260 сая орчимд хүрэх магадлалтай байна.

Энэ бүх мэдээлэлд дүгнэлт хийхэд дэлхийн аялал жуулчлалын Ази тив рүү хандах хандлага цаашид хурдацтай өсөх магадлалтай байна. Энэхүү судалгаа нь манай орны аялал жуулчлалын салбарт хүчээ сорьдог аж ахуйн нэгжүүдэд нэн таатай буй заа. Үүнээс гадна дотоод зах зээл дээрх боломжийг харгалзан зарим үйл ажиллагааг тэдэнд хандуулах хэрэгтэй нь дараах судалгаанаас ажиглагдаж байна. Үүнийг толилуулъя.

### Дотоодын аялал жуулчлалын зах зээлийн судалгаа

#### Зорилго:

1. Хүмүүсийн амралтын хэв маяг, мөчлөгийг тодорхойлох
2. Аялал жуулчлалын байгууллагуудын дотоодын жуулчдад үзүүлэх үйлчилгээг тодорхойлох
3. Дотооддоо аялал жуулчлалын зах зээлийг өргөжүүлэх боломжийг нээн илрүүлэх

#### Судалгааны аргачлал:

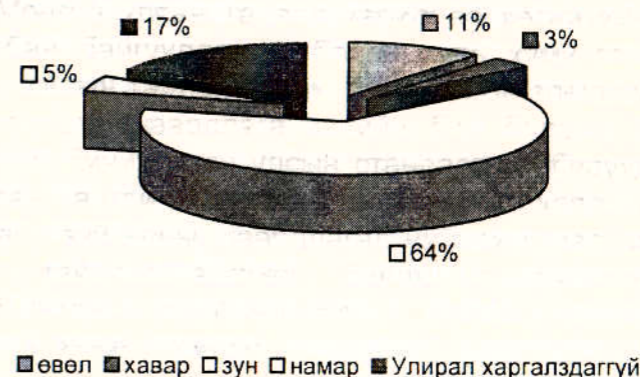
1. Судалгааны эх олонлог нь төв суурин газрын оршин суугчид байх бөгөөд Улаанбаатар хотын иргэдийг судалгаанд хамруулахаар төлөвлөв. Гурван төрлийн судалгааны нэгдэх судалгааны түүвэр олонлогийг 400 гэж тооцон санамсаргүй байдлаар сонгох нь зүйтэй гэж үзэв. Харин хоёр, гурав дах судалгааны түүвэр олонлогийг 200 гэж тооцон зориудын түүвэр судалгаа авахаар тогтоов.
2. Судалгааны анхдагч мэдээллийг цуглуулахдаа асуулгын анкетын аргыг хэрэглэхээр сонгож авав.
3. Судалгааны анкетуудыг дараах бүтэцтэйгээр хийсэн.
  - I. Санамсаргүй судалгаа авах асуулгын анкетыг 9 асуудалтай байхаар боловсруулав. Эдгээр асуудалын эхний хэсэгт тухайн асуулга өгөгчтэй холбоотой хувийн шинжтэй хялбар асуудалууд, дундах хоёр асуудал нь амралтын мөчлөг, хэлбэрийг тодорхойлохтой холбоотой, харин сүүлийн хоёр асуулгаар цаашид тусгай аялал жуулчлалын байгууллагаар үйлчлүүлэх хүсэлтэй эсэхийг тодруулахыг хүсэв.
  - II. Зориудын түүвэр судалгааны хоёр анкет нь 6 асуудлаас бүрдсэн. Энэ судалгаагаар тусгай аялал жуулчлалын байгууллагаар үйлчлүүлэгчид болон хувиараа аялал зохион байгуулагчидын аялалын зохион байгуулалт, үргэлжлэх хугацаа, зарцуулах дундаж зардал, аялалын үед төрсөн сэтгэгдэл зэргийг тодорхойлж тодруулахыг зорьсон.

#### Судалгаанаас гарсан дүгнэлт:

Манай орны жуулчлалын байгууллагууд аялал жуулчлалын үйл ажиллагаа явуулна гэдэг нь зөвхөн гадаадын иргэдэд үйлчилгээ үзүүлнэ гэдгээр өрөөсгөл, ташаа ойлгодог. Өөрөөр хэлбэл орох, гарах аялалыг зохион байгуулдаг ч дотооддоо хийх аялалыг авч үздэггүй бөгөөд дотоодын жуулчдад зориулсан тусгай үйлчилгээ явуулдаггүй, тэдэнд хандаж, үйл ажиллагаагаа таниулах зүйлийг бараг хийхгүй байна гэж дүгнэж болохоор байна.

- Дотоодын жуулчдын жилдээ амрах мөчлөг нь гадаадын жуулчдыг хүлээж авах хугацаатай давхцдаг. Тухайлбал, судалгаанд оролцогчидын 64.2 хувь нь зуны улиралд урт хугацаагаар амардаг гэж хариулсан байна.

Зураглал 2.10



- Судалгаанд оролцогчдын 58 орчим хувь нь гэртээ болон зусландаа гарч амардаг байна. 20 гаруй хувь нь аялалыг бие даан зохион байгуулдаг, харин дөнгөж 9.4 хувь нь аялал жуулчлалын байгууллагаар үйлчлүүлсэн байна.

- Нийт судалгаанд оролцогчдын 9.4 хувь нь аялал жуулчлалын байгууллагаар ямар нэгэн байдлаар үйлчлүүлсэн байна. Гэтэл оролцогчдын 75 хувь нь тусгай аялал жуулчлалын байгууллагаар үйлчлүүлэхийг хүсэж байна хэмээн хариулт өгсөн байна. Иймд зах зээл дээр хангагдаагүй эрэлт, хэрэгцээ байгааг илэрхий харж болохоор байна.

- Мөн аялал жуулчлалын салбарын талаарх мэдээлэл хомсдолтой байгаа нь нийт судалгаанд оролцогчдын 58.02 хувь нь хангалтгүй үнэлгээ өгсөнөөр илэрхийлэгдэж байна.

- Аялал жуулчлалын байгууллагаар болон хувиараа аялал зохион байгуулсан хүмүүсийн судалгааг аялалд оролцсон хүний тоо, аялсан хугацаа, аялалын зардлаар харьцуулан гаргав.

**Аялалтай холбоотой үзүүлэлтүүд /харьцуулсан байдлаар/**

**Хүснэгт 3**

№	Үзүүлэлтүүд	Зохион байгуулалттай аялал	Өөрөө зохион байгуулсан аялал
1	Аялалд оролцсон хүний дундаж тоо	4.3 хүн	5.3 хүн
2	Аялалын дундаж хугацаа	7.2 хоног	6.2 хоног
3	Нэг хүний дундаж зардал	68.4 мян.төг	59.3 мян.төг

Аялалаас төрсөн сэтгэгдэлийг авч үзвэл зохион байгуулалттай аялалд оролцогсодын 74 хувь нь дахин аялах сонирхолтой байсан, харин өөрөө бие даан аялалд оролцогсодын 37.5 хувь маш сайхан сэтгэгдэлтэй байхад, 55.2 хувь яахав зүгээр гэсэн хариултыг өгсөн байлаа. Энэхүү хувиараа аялагчдын судалгаанд оролцогсодын 55.2 хувийг эзлэсэн хүмүүсийн сэтгэгдэл нь аялалд явахад сайхан ч, ажиллагаа, хүндрэл ихтэй хэмээн хариулсан байна.

Судалгаанд үндэслэгдэн гарсан санал:

- Аялал жуулчлалын үйлчилгээ эрхлэгч аж ахуйн нэгжүүд дотоод зах зээлд чиглэсэн үйл ажиллагаа явуулах; Үүнд: Байгууллагын аялалын хөтөлбөр, үйл ажиллагааны танилцуулга зэргийг түгээх таниулах зорилготой, дотоодын аялагч, жуулчдад зориулсан нэгдсэн арга хэмжээг зохион байгуулдаг төвтэй болох.
- Дотоодын аялагч, жуулчин, сонирхогчдод өөрийн орны гайхамшигт байгаль, түүх дурсгалт газрууд, сонин содон байгалийн үзэгдлийг үзүүлэн таниулах, адал явдалт төрөл бүрийн аялал зохион байгуулах; Тухайлбал:

Зорилгот зах зээл	Аялалын төрөл	Хүрч болох үр дүн
Өсвөр насныхан	Спортын, адал явдалт аялал	Эх орноороо бахархах бахархалыг төлөвшүүлэх;
Дунд насныхан	Түүхийн, байгалийн, амрах аялал жуулчлал	Үзэсгэлэнт байгальд амралтаа өнгөрөөж биеийн алжаалаа тайлах;
Ахимаг насныхан	Шашин шүтлэгийн, эмчилгээний аялал	Тусгай маршрутаар дотооддоо мөргөл хийх; Эмгүй эмчилгээний зорилгыг хэрэгжүүлэх;