

# Соёлын аялал жуулчлал

## Судалгааны тайлан

**Судалгааны баг:**

**Багийн ахлагч, зохиогч:**

Ж. Долгорсүрэн. Соёл судлалын ухааны доктор, дэд профессор

**Төслийн менежер:** С. Мэндээ. Соёл судлалын магистр

**Багийн гишүүд:**

Ц. Уртнасан. Доктор (Ph.D), профессор

Б. Сумьяа. Доктор (Ph.D), дэд профессор

К. Жапах. Эдийн засгийн ухааны доктор

Б. Баяраа. Дэд профессор

Н. Борхүү. Магистр

Б. Цэцэнцолмон. Урлаг судлалын магистр

Ж. Батжаргал. Социологийн магистр

Ч. Мөнхжаргал. Газар зүй, аялал жуулчлалын магистр

Д. Мөнхтуул. Соёлын аялал жуулчлалын магистрант

Ж. Эрдэнэцэцэг. Докторант

Эрик Трифт. ЮНЕСКО-ийн Монголын Үндэсний комиссын соёлын өвийн хөтөлбөрийн мэргэжилтэн

“Төв болон Зүүн Өмнөд Азийн Соёлын аялал жуулчлалын түншлэл” олон улсын зөвлөлгөөнд зориулав

Улаанбаатар  
2004

## Гарчиг

### Зохиогчийн зурвас

#### Удиртгал

##### Нэг. Соёлын аялал жуулчлал

1. Соёлын аялал жуулчлалын тухай ойлголт
2. Соёлын аялал жуулчлалын бүтэц
3. Соёлын аялал жуулчлалын нөөц
4. Өрсөлдөх чадвар, ач холбогдол
5. Удирдлагын технологи

#### Хоёр. “Монгол дахь соёлын аялал жуулчлал: өнөөгийн байдал, сайжруулах арга зам” судалгааны дүн

##### I. Судалгааны арга зүй, аргачлал

- I.1 Судалгааны үндэслэл
- I.2 Судалгааны зорилго
- I.3 Судалгааг явуулсан хугацаа, судалгааны объект
- I.4 Судалгааны зохион байгуулалт
- I.5 Судалгааны аргачлал

##### 2. Жуулчдын төлөв байдал

- 2.1 Монголд ирж буй жуулчид ямар улсаас ирж байна вэ?
- 2.2 Монголд аялахдаа жуулчид хаанаас мэдээлэл авч байна вэ?
- 2.3 Жуулчдын бүрэлдэхүүн
- 2.4 Жуулчлалын хэлбэр
- 2.5 Аялан жуулчлах хугацаа
- 2.6 Монголд аялсан жуулчид дахин ирж байна уу?

##### 3. Монголд жуулчид хэрхэн аялаж байна вэ?

- 3.1 Аяллын зорилго
- 3.2 Жуулчид юу сонирхож юу үзэж байна вэ?
- 3.3 Жуулчид юу үзэж сонирхохыг хүсдэг вэ?
- 3.4 Жуулчид юунд сэтгэл дундуур байна вэ?
- 3.5 Аяллын зардал
  - 3.5.1 Соёлын үйл ажиллагаанд зарцуулсан зардал
  - 3.5.2 Бэлэг дурсгалын зүйл авахад гаргасан зардал
  - 3.5.3 Бусад зардал

##### 4. Жуулчидтай холбогдох санал, дүгнэлт

- 4.1 Гадаад дахь сурталчилгааны талаар
- 4.2 Аялал жуулчлалын талаар дотооддоо хийх ажил

##### 5. Аялал жуулчлалын байгууллага

- 5.1 Судлах асуудлын үндэслэл
- 5.2 Аялал жуулчлалын шинэ байгууллагын төлөвшил, үйл ажиллагааны чиглэл
  - 5.2.1 Ажлын туршлага
  - 5.2.2 Үйл ажиллагааны хэлбэр
- 5.3 Ажиллагсдын бүрэлдэхүүн

#### 5.4 Аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх талаарх санал дүгнэлт

### 6. Соёлын аялал жуулчлал хөгжүүлэх асуудал

- 6.1 Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх шаардлага
- 6.2 Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх боломж
- 6.3 Соёл, урлагийн байгууллага ба аялал жуулчлал
  - 6.3.1 Соёл урлагийн байгууллагаас жуулчдад үзүүлж буй үйлчилгээ
  - 6.3.2 Жуулчдаас орох орлого
  - 6.3.3 Соёл урлагийн байгууллагын хөгжилд жуулчдын үзүүлэх нөлөө
- 6.4 Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхэд юу дутагдаж байсан бэ?
- 6.5 Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхийн ач холбогдол
- 6.6 Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх талаар санал дүгнэлт

### Ном зүй

### Хавсралт

1. "Соёлын аялал жуулчлал" Судалгааны нэгдсэн дүн
2. "Аялал жуулчлалын байгууллага" Судалгааны нэгдсэн дүн
3. "Соёл урлагийн байгууллага" Судалгааны нэгдсэн дүн

### Хүснэгт

1. Жуулчдын нас, хүйсийг тэдний хамрагдах зах зээлээр харьцуулсан нь
2. Аялал жуулчлалын зах зээл дэх мэдээллийн эх сурвалжийн байдал (% , баганаар)
3. Судалгаанд хамрагдсан жуулчдын аяллын хугацааг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал
4. Аяллын зорилгыг аяллын үргэлжлэх хугацаагаар нь харуулсан байдал
5. Судалгаанд оролцсон жуулчдыг хамрагдах зах зээл, аяллын зорилгоор бүлэглэн харуулсан байдал (% , баганаар)
6. Аяллын зорилгыг Монголд ирсэн аяллын давтамжаар нь харуулсан байдал
7. Түүх соёлын ямар дурсгал Таны сэтгэлийг / анхаарлыг/ татсан бэ?
8. Монголын ямар музей Таны сонирхлыг татав?
9. Төвийн мэргэжлийн урлагийн байгууллагын 2002, 2003 оны зарим үзүүлэлт
10. Аялал жуулчлалын салбарт явуулдаг үйл ажиллагааны чиглэл
11. Аялал жуулчлалын салбарт ажиллагсдын мэргэжил, мэргэшсэн ажил үйлчилгээний чиглэл
12. Монгол оронд соёлын аялал жуулчлал хөгжүүлэх нөөц бололцоо байна уу?
13. Монголд соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нийгмийн эрэлт хэрэгцээ байна уу?
14. Соёлын аялал жуулчлалын хөгжүүлэх боломжтой чиглэл
15. Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх бололцоо юу болох
16. Соёл урлагийн ажилтны насны бүтэц
17. Соёл урлагийн ажилтны боловсролын байдал
18. Төвийн музейнүүдийн 2002, 2003 оны зарим үзүүлэлт
19. Танай байгууллага Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлбэл эдийн засгийн илүү үр ашигтай ажиллах боломжтой эсэх

## ГРАФИК /ДИАГРАММ/

1. Судалгаанд хамрагдсан жуулчдын иргэний харъяалал
2. Судалгаанд хамрагдагсдын мэдээлэл олж авч буй эх сурвалж
3. Судалгаанд хамрагдагсдын насны бүтэц (хувиар)
4. Судалгаанд хамрагдагсдын боловсролын байдал (хувиар)
5. Аялах хугацаа
6. Монголд ирж буй аяллын давтамж
7. Жуулчдын оролцохыг хүсэж буй соёлын үйл явдал, баяр ёслол
8. Жуулчдын үзэж сонирхохыг хүсэж буй урлагийн тоглолт
9. Аяллын нийт зардал (доллараар)
10. Соёлын үйл ажиллагааны зардал (доллараар)
11. Бэлэг дурсгал авахад гарсан зардал (доллараар)
12. Аяллын бусад зардал (доллараар)
13. Судалгаанд хамрагдсан аялал жуулчлалын байгууллага
14. Судалгаанд хамрагдсан аялал жуулчлалын байгууллагын байгуулагдсан жил
15. Насны бүтэц /аялал жуулчлалын байгууллагад ажиллагсдын/
16. Хүйсийн байдал /аялал жуулчлалын байгууллагад ажиллагсдын/
17. Боловсролын байдал /аялал жуулчлалын байгууллагад ажиллагсдын/
18. Эрхлэж буй ажил /аялал жуулчлалын байгууллагад ажиллагсдын/
19. Нийт ажилласан жил /аялал жуулчлалын байгууллагад ажиллагсдын/
20. Аялал жуулчлалын байгууллагын үйл ажиллагааны чиглэл өөрчлөгдөх эсэх
21. Нийт ажилласан жил /соёл урлагийн ажилтны/
22. Соёл урлагийн байгууллагад ажилласан жил
23. Урлагийн байгууллагад жилд зочилдог жуулчдын тоо /дунджаар
24. Урлагийн байгууллагын жуулчдад үзүүлдэг үйлчилгээний төрөл
25. Танай байгууллагын (соёл урлагийн) жилийн орлогын хэдэн хувийг жуулчид оруулдаг вэ?
26. Танай (аялал жуулчлалын) байгууллагын нийт орлогын хэдэн хувь нь соёлын арга хэмжээнээс ордог вэ?
27. Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхийн нийгмийн үр ашиг, ач холбогдол
28. Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх эрх зүйн орчин бүрдсэн эсэх

## Зохиогчийн зурвас

Олон улсын хамтын ажиллагааны хамгийн ирээдүйтэй чиглэл бол аялал жуулчлалын салбар бөгөөд энэ нь олон соёлын харилцан нэвтрэлцэх, баяжих хийгээд нийлэгжих үйл явцын бодит орчин мөн. Дэлхийн олон нийт өөр хоорондоо соёлоороо ялгарч, бас соёлоороо ойртон нягтарч, хамтран ажиллах болсон өнөө үед аялал жуулчлал нэг ёсондоо соёлын идэвхитэй зуучийн үүрэг гүйцэтгэх болжээ. Дэлхийн бөмбөрцгийн янз бүрийн өнцөг буланд орших ард түмний соёл өөр хоорондоо идэвхитэй харилцах, зэрэгцэн орших, харилцан биесээс суралцах өргөн боломжийг өдгөө аялал жуулчлалын салбар улам идэвхитэй нээж өгч байна.

Хүн төрөлхтний амьдрал даяарчлагдаж, нэг чиг хандлагаар тодорхойлогдож буй өнөөгийн дэлхий ертөнцөд хүрээлэн буй байгаль орчин, соёлын үнэт зүйлсийг хамгаалж, соёлын олон янз байдлыг хөгжүүлэх явдал юу юунаас чухлаар тавигдах болов. Онгон дагшин байгаль, түүх соёлын дурсгалууд эдийн засгийн сувдаг сонирхол, хэрцгий балмад явдлын золиос болох нь ихсэж буй энэ үед аялал жуулчлалыг соёлын агуулгаар баяжуулан хөгжүүлэх замаар байгаль, түүх соёлын өвийг хадгалж хамгаалах, олон нийтэд таниулах шаардлага улам бүр нэмэгдэж байна. Байгалийн болон соёлын өв бүх нийтэд хамаатай бөгөөд тэдгээрийг хүмүүс хадгалж хамгаалах үүрэгтэй төдийгүй, хүртэн эзэмших эрхтэй. Энэ хүмүүнлэг эрх, үүргийн нэгдлийг зөвхөн соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх замаар хангаж чадна гэж 1999 оны 10-р сард Мехикод болсон ICOMOS (Түүх соёлын дурсгалт газруудын олон улсын зөвлөл)-ын XII чуулганаар баталсан “Олон Улсын Соёлын Аялал жуулчлал”-ын тунхагт тэмдэглэсэн байна.

Монголд ирж буй жуулчдын 74% нь монгол орны онгон байгальд цэвэр агаараар амьсгалж, цэнгэг усыг нь хүртэж, цэлмэг хөх тэнгэр харж, чив чимээгүй тэнүүн уудам талд нүд билчээн бие, сэтгэлийн алжаал тайлахаар ирээд, монголын нүүдэлчний түүх, соёлын гайхамшигт өв санд сэтгэл татагдан дахин эргэж ирэх хүслийг өвөрлөөд буцдаг нь бидний судалгаанаас харагдав. Энэ нь Монголд аялал жуулчлалыг соёлын агуулгаар баяжуулан хөгжүүлэх эрэлт хэрэгцээ их байгааг харуулна.

Судалгааны явцад аялал жуулчлал эрхэлж буй байгууллага, хүмүүс соёлын аялал жуулчлал гэдгийг төдийлөн ойлгохгүй байв. Энэ нь аялал жуулчлалын талаарх судалгаа хомс, сургалтын чанар учир дутагдалтай, тэр хэмжээгээр зарим мэргэжлийн хэллэг, нэр томъёо нийтийн хүртээл болж хэвшээгүй, аялал жуулчлалын байгууллагууд мэргэжлийн боловсон хүчнээр бүрэн хангагдаагүй, аялал жуулчлалын үйлчилгээний технологи олон улсын стандартын түвшинд хүрч хөгжөөгүй зэрэг олон хүчин зүйлтэй холбоотой юм. Нөгөөтэйгүүр аялал жуулчлалын зарим байгууллага, хүмүүс соёлын аялал жуулчлал гэдгийг зөвхөн урлагаар үйлчлэх гэсэн утгаар ойлгож байгаа учраас ашгийн төлөө ажиллаж буй тэдэнд энэ нь илүүц зүйл болж ойлгогдож байгаа нь судалгааны явцад ажиглагдав. Соёлын үйлчилгээнээс ашиг олохгүй, харин ч алдагдал гарна гэсэн болгоомжлол зарим хуучинсаг хүмүүст байгаа нь нууц биш. Тэгвэл аялал жуулчлалыг мэргэжлийн түвшинд эрхлэх эрмэлзлэлтэй хэсгийнхний дотор хандлага их өөр байна. Тэд аялал жуулчлалыг аль болох соёлын агуулгаар баяжуулан хөгжүүлэх нь экологийн эмзэг орчинтой Монгол орны тухайд илүү ач холбогдолтой хэмээн үзэж байна. Энэ чиглэлээр мэдлэг, мэргэжлээ дээшлүүлэх, соёлын мэргэжлийн менежертэй болж, аялалын маршрут хөтөлбөртөө соёлын үйлчилгээг түлхүү тусгаж ажиллах нь жуулчдын ирэлтийг нэмэгдүүлэх, аялал жуулчлалын улирлыг уртасгах ач холбогдолтой гэдгийг тэд аль хэдийнээ мэдэрсэн хэдий ч, үүнийг хэрхэн яаж зохион байгуулах арга эвээ олохгүй байгаа нь ажиглагдав. Эд бүгдээс үүдээд юуны өмнө соёлын аялал жуулчлалын талаарх ойлголтыг дэлгэрэнгүй авч үзэх шаардлага гарч ирсэн юм. Учир нь соёлын аялал жуулчлал сэдвийн хүрээнд монгол хэлээр бичигдсэн ном гарын авлага байхгүй байна. Эдгээр нөхцөл байдалтай холбоотойгоор аялал жуулчлал судлалын өмнө дэвшигдэж буй шинэ шинэ

зорилтыг шийдвэрлэх далай их ажилд дуслын төдий ч нэмэр болохсон гэсэн чин хүслийн үүднээс эл бяцхан бүтээлээ толилуулж байна.

Энэ удаад бид соёлын аялал жуулчлалыг шинжлэх ухаанд болон дэлхийн олон нийт хэрхэн үздэг хийгээд, соёлын аялал жуулчлалын бүтэц бүрэлдэхүүн, нөөц, дэлхийн зах зээлд өрсөлдөх давуу тал, түүнийг хөгжүүлэхийн ач холбогдлыг судлан тодруулахыг зорьсон болно. Үүнтэйгээ уялдуулаад Монгол оронд соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нөөц, түүнийг ашиглах зарим нөхцөл боломжийг тодруулах, түүний үндсэн дээр Монголд ирж буй гадаадын жуулчдын соёлын эрэлт хэрэгцээг судлах зорилгоор “Монгол дахь соёлын аялал жуулчлал: өнөөгийн байдал, сайжруулах арга зам” судалгаа явуулсан юм. Энэ бүх ажлыг 2004 оны X сард Улаанбаатар хотноо болох “Төв болон Зүүн өмнөд Азийн Соёлын аялал жуулчлалын түншлэл” олон улсын зөвлөлгөөнийг угтаж Монголын Урлагийн Зөвлөлийн санаачлага, тэтгэлэгээр зохион байгууллаа.

“Монгол дахь соёлын аялал жуулчлал: өнөөгийн байдал, сайжруулах арга зам” судалгааг Соёл урлаг судлалын хүрээлэн, ШУА-ийн Философи Социологи Эрхийн хүрээлэн, СУИС-ийн эрдэмтэн судлаач, багш нарын туслалцаатайгаар, Монголын Аялал Жуулчлалын Газар, Монголын Аялал Жуулчлалын холбооны холбогдох ажил мэргэжлийн хүмүүс, мэргэжилтнүүдийн санал зөвлөлгөөнд үндэслэн хамтарч явуулсан юм.

Судалгаа явуулах хийгээд номыг бүтээхэд ажилласан цаг хугацааны хязгаарлагдмал байдлаас шалтгаалан соёлын аялал жуулчлалын тухай асуудлыг онол, практикийн нэгдэлд нь олон улсын хүрээгээр бус, зөвхөн эл судалгааны хүрээнд олдсон гарын авлага материал, мэдээлэл болон судалгаа явуулсан бүс нутаг, аймгуудын хүрээнд тоймлон авч үзэх анхны оролдлого хийснийхээ төлөө хүндэд гэмшин хүлцэл өчиж байгааг минь уншигч Та ойлгон хүлээн авах болов уу хэмээн найдна. Нэн өргөн дэлгэр бөгөөд судлаачаас урт хугацааны нөр няхуур хөдөлмөр шаардсан, орчин үеийн нийгэм, соёлын амьдрал, аялал жуулчлалын хөгжилд чухлаар дэвшигдэх болсон эл сэдвийг зөвхөн захаас нь хөндөх төдий хийсэн энэ удаагийн оролдлого нь дараа дараагийн судлаач түүнийг залган авч соёлын аялал жуулчлалын өнөөгийн болон ирээдүйн төлөв чухам ямар байх ёстойг шинжлэх ухааны мэдлэгийн арвин баялаг хөрсөн дээр судлан шинжлэх нь лавтай гэсэн таатай итгэлээр дүүрэн байгаагаа тэмдэглэе.

Судалгаа явуулах болон уг бүтээлийг бүтээхэд сэтгэл харамгүй туслалцаа үзүүлсэн дээр нэр дурдсан бүх байгууллага, хүмүүст талархалаа илэрхийлье.

*Соёл судлалын ухааны доктор, дэд профессор  
Жамъянгийн Долгорсүрэн*

## Удиртгал

Соёлын аялал жуулчлал гэдгийг тайлбарлахын тулд юуны өмнө соёл хэмээх ойлголтыг авч үзэх шаардлагатай юм. Соёл гэдгийг шинжлэх ухаанд олон талаас нь олон янзаар тайлбарласан байх бөгөөд өдгөө соёлын тухай мянга орчим тодорхойлолт байна. Тэдгээрийг хамгийн өргөн утгаар нь тоймлон авч үзвэл соёл гэдэг нь үндэстэн, ард түмний ертөнцийг үзэхүй, үнэлэмж баримтлалд тулгуурлан үүсч бүтээгдсэн үнэт зүйлсийн цогц, амьдарч аж төрөх арга ухаан, үндэстний оршихуйн үндсийг хангагч гол хүчин зүйлс аж. Энэ нь соёлыг зөвхөн урлаг хэмээх ойлголтын хүрээнд явцуу ойлгож болохгүйг илтгэнэ. Түүнчилэн соёлыг судлах шинжлэх ухааны олон арван бие даасан дэг сургууль, онол, арга зүйн хандлагууд байдаг. Ингэж соёлыг олон зуун янзаар тодорхойлж, олон талаас нь судалж, танин мэдэхийг оролдож байгаа явдал бол нэг талаас соёл хэмээх ойлголт ухагдахууны олон талт нийлэг шинж, гүн гүнзгий утга чанар бүхий агуулгатай холбоотой. Нөгөө талаас соёл нь бүтээн тээгч хүмүүнийхээ амьдрал, үйл ажиллагааны олон талд холбогддог учраас хүн ба нийгмийн мөн чанар соёлоороо илэрхийлэгдэн оршдог түгээмэл зүй тогтлыг илтгэж байна. Соёл нэгэнт хүн, нийгмийн амьдралын олон талд холбогдон оршдог учраас аялал жуулчлал хэмээх хүний үйл ажиллагааны идэвхитэй хүрээ соёлоос ангид хэрэгжих боломжгүй нь тодорхой. Хүмүүний олон талт үйл ажиллагааг соёл хэмээн үзэх соёл судлалын үйл ажиллагааны хандлагын үүднээс авч үзвэл аялал жуулчлал өөрөө соёлын томоохон хүрээ мөн. **Учир нь соёл бол хүний мөн чанарыг илэрхийлэн орших олон талт үйл ажиллагааны арга, хэлбэр, хэрэгслийн тогтолцоо мөн билээ.** Энэ нь итгэл үнэмшил, үнэлэмж баримтлал, зан авир, заншил ухаанаар тэтгэгдэн амьдралд биелэлээ олж байдаг. Энэ утгаараа хүмүүсийн янз бүрийн нийтлэгүүд/үндэстэн угсаатан, ястан/-ийн үндэстний ухамсар, сэтгэлгээ, аж төрөх арга ухаан, тэдгээрийн дахин давтагдашгүй өвөрмөц шинж чанарыг тээн илэрхийлж буй амьдралын хэв маяг, үндэстний үйлдвэрлэл, техник, технологи, аж төрөх ёсны бүхий л хүрээнд соёл оршин байдаг онцлогтой. Өөрөөр хэлбэл үндэстэн угсаатан өөрсдийн амьдарч аж төрж буй байгаль газар зүйн орчин, нийгэм түүхийн онцлогоос үүдэлтэй өөрийн гэсэн өвөрмөц үнэлэмж, үнэт зүйлсийн тогтолцоог бүрэлдүүлсэн байх агаад энэ нь тухайн үндэстний соёлын цөм болдог. Тийм ч учраас дэлхийн олон үндэстэн угсаатнуудыг бие биесээс ялгаруулж байдаг цорын ганц зүйл бол соёл мөн. Өөр хоорондоо ихээхэн өвөрмөц ялгаа бүхий үндэстний соёлын үнэт зүйлс нь хүмүүс биеэр очиж үзэх, судлах, аялал жуулчлал хийх шалтгааныг нөхцөлдүүлсээр ирсэн бөгөөд энэ нь соёлын аялал жуулчлал үүсч хөгжих эх сурвалж болсоор байна. Ерөөс соёлын агуулгагүй тийм аялал жуулчлалын төрөл гэж үгүй. Учир нь хүмүүс өөр улс оронд ямар ч зорилгоор аялсан, очиж буй улс үндэстнийхээ хэл соёлын хүрээнд орж, тэр үндэстний хэлээр ярихгүй ч, хөндлөнгөөс нь сонсон мэдэрч, соёлын тэмдэг, дохиог нь нүдээр үзэх, радио, телевиз, театр урлагийн тоглолт үзэж сонирхохоос эхлээд үндэстний хоол ундаар дайлуулж, орон гэр, хувцас хунар, тээвэр холбоогоор үйлчлүүлж, түүх соёлтой танилцаж соёлын нийтлэг харилцаа бүхий бэлгэ тэмдгийн ахуйд хүссэн хүсээгүй ороод явчихдаг. Энэ утгаараа **соёл бол аялал жуулчлалын хамгийн анхдагч орчин нь болдог** байна. Соёлын харилцан уусч нэвчдэг, харилцан нөлөөлдөг хөдөлгөөнт /динамик/ олон талт шинж чанар нь аялал жуулчлалын явцад амьдралын хэв маяг, хэл соёлоор ихээхэн ялгаатай улс орны хүмүүс нэг цаг хугацаа, орон зайд харилцан ойлголцож, оюун сэтгэлээрээ нэвтрэлцэх нөхцөл боломжийг буй болгож өгдөг онцлогтой. Үүнийг аялал жуулчлалын үндсийг судалсан гадаад дотоодын зарим судлаачид “аялал жуулчлалын үзмэр” /Д.Гантөмөр. 2003.97/ гэж нэрлээд, түүнийгээ хатуу үзмэр /cultural hard attraction/, зөөлөн үзмэр /cultural soft attraction/ гэсэн хоёр ангилалд хуваан авч үзсэн байна. Хатуу үзмэр гэдэгт түүх соёлын өв, музей, архитектур, хөшөө дурсгал, шашны сүм хийд, соёл урлагийн төвүүд, гудамж талбай, барилга байшин, археологийн дурсгалууд болон ард түмний амьдралын хэв маяг зэргийг хамруулжээ. Зөөлөн үзмэр гэдэгт дуу хөгжим, жүжиг, шүлэг найраг, уран зохиол, уран зураг, уран баримал, ардын язгуур урлаг, гар урлал /Мөн тэнд/ зэргийг багтаажээ.

Соёлын үнэт зүйл бүхэн нэг талаас аялал жуулчлалын соёлын үзмэр мөн боловч нөгөө талаасаа энэ нь ердөө үзмэрийн төдийхөнд үр нөлөө, хүртээмж нь хязгаарлагдахгүй нэн өргөн хүрээгээр жуулчдад идэвхитэй үйлчилж, нөлөөлдөг аялал жуулчлалын бүхэл бүтэн орчин юм. Соёл нь аливаа хүн тодорхой газар нутагт аялал жуулчлал хийх бодит шалтгаан болоод зогсохгүй, уг аялалын бүтээгдэхүүн нь болдог. Иймээс соёлын тодорхой зорилгоор, соёлын үнэт зүйлийг үндсэн бүтээгдэхүүнээ болгож буй аялал жуулчлалын үйлдвэрлэлийг соёлын аялал жуулчлал хэмээн ойлгож болно. Аялал жуулчлалын судалгааны бүтээлүүдэд соёлын аялал жуулчлалыг угсаатны соёлыг сонирхох аялал, түүхийн аялал, урлагийн аялал, хот суурин газрын амьдралыг сонирхох аялал гэж ангилсан байна. Юутай ч аялал жуулчлалыг соёлоос ангид авч үзэх боломжгүй бөгөөд энэ нь соёл болон хөгжил хоорондын харилцааг идэвхижүүлэн бэхжүүлэх үндсэн арга зам мөн.

Аялал жуулчлалд оролцож буй хүмүүсийн ажил үйлчилээний зорилго, чиглэл, онцлогоос үүдээд тухайн үндэстэн угсаатны өвөрмөц соёлыг удирдлага болгон хүмүүс харилцаанд ордог бөгөөд үүнийг үндэстэн төвт соёл буюу *ethnocentric culture* гэдэг. Харин өөр өөр онцлог бүхий соёлын хүмүүс хоорондоо ойлголцох, улмаар уусах, нэгдэх замаар нийтлэг нэгэн хэв маягийг олохыг соёлын нэгдэлт (*Cultural fix*, *Cultural relativism*, *Cultural similarity* гэх мэт) гэдэг. Аялал жуулчлалын үйл явц нь соёлын эдгээр ялгарал, нэгдлийг идэвхитэй үүсгэн хөгжүүлдэг соёлын солилцооны өвөрмөц орчин мөн.

Үнэлэмж, үнэт зүйлс, үндэсний ухамсраар өөр хоорондоо ихээхэн ялгаатай хүмүүсийн хооронд идэвхитэй харилцан ойлголцол буй болох нь соёлын аялал жуулчлалын гол үр дүн мөн. Өөрөөр хэлбэл өөр соёлын хүн аялал жуулчлалын явцад өөр нэг соёлын онцлог орчинд харилцаанд орж өөр соёлын орчиныг бие, сэтгэлээрээ мэдрэхийг соёлын нэвтрэлт буюу ялгаатай олон соёлын уулзвар харилцаа (*intercultural communication*) үүсэх үйл явц гэдэг. Аялал жуулчлал өөрийн үйлдвэрлэл, үйлчилгээний олон талдаа соёлын дээрхи олон янз харилцааг үүсгэж байдаг онцлогтой учраас энд олон соёлын ялгарлыг ч, бас нэгдэлтийг ч олж харж болно.

## **Нэг. Соёлын аялал жуулчлал**

**Соёлын аялал жуулчлалын тухай ойлголт** Орчин үед дэлхий дахины хөгжлийн ерөнхий чиг хандлага нь зохистой хэрэглээ бүхий байгаль орчин, нийгэм, соёлд ээлтэй үйлдвэрлэлийг хөгжүүлэх, улс түмнүүд өөр өөрсдийн өвөрмөц онцлог шинж төрх, нөөц баялагаа хадгалах замаар улам бүр даяарчлагдах шинжтэй болж байна. Ийм үндсэн чиглэлтэй ихээхэн уялдаж буй салбар бол аялал жуулчлалын салбар мөн. Гэхдээ аялал жуулчлалыг зөв оновчтой бодлого, төлөвлөлт, зохицуулалтаар удирдан хөгжүүлэхгүй бол, энэ нь тухайн улс орны байгаль экологи, нийгэм, эдийн засаг, соёлын хөгжилд нилээдгүй сөрөг үр дагавар авч ирдэг болохыг аялал жуулчлалын хөгжлийн дэлхий дахины түүхэн сургамж бэлхнээ харуулж байна.

Экологийн эмзэг орчинтой, байгалийн нөхөн сэргэх чадвар сул Монгол орны тухайд аялал жуулчлалын ихээхэн оновчтой бодлого, төлөвлөлт, зохицуулалтыг хийх шаардлага зүй ёсоор дэвшигдэж байгаа билээ. Бодлого зохицуулалтын гол нь байгаль экологид хор уршиг багатай, үндэсний оршин тогтнолд эерэг нөлөөтэй, эдийн засгийн өндөр үр ашигтай аялал жуулчлалын төрөл чиглэл, арга технологийг хөгжүүлэхэд оршиж байгаа юм. Тийм аялал жуулчлалын төрөл бол өдгөө идэвхитэй хөгжих хандлагатай байгаа **cultural tourism** буюу **соёлын аялал жуулчлал** юм. “Соёлын аялал жуулчлал” хэмээх нэр томъёо аялал жуулчлалын хөгжлийн нилээд хожуу үе болох 1970-аад оноос аялал жуулчлалын онол арга зүйн судалгааны бүтээлүүдэд бичигдэх болсноор нийтийн хүртээл болсон. “Соёлын аялал жуулчлал” нэр томъёо “*аялал жуулчлалын үйлдвэрлэл*” хэмээх ойлголтын хүрээнд аялал жуулчлалын *нөөц, бүтээгдэхүүн, технологи* зэрэг нэр томъёонуудтай хамт үүссэн гэдэг. 1980-аад оноос америкийн мэргэжилтнүүд соёлын аялал жуулчлал хэмээх ойлголтыг **heritage tourism** буюу **өвийн аялал жуулчлал** гэсэн нэрээр түүх соёлын өвийг бодит амьдрал дээр харж танилцах, дурсгалт газруудаар аялах гэсэн арай өөр утгаар хэрэглэж байв.

Нийгмийн амьдрал даяарчлагдаж, аялал жуулчлал эрчимтэй хөгжихийн хэрээр жуулчлалаас байгаль, нийгэм, түүх, соёлын өвийн газруудад учруулж буй эерэг болон сөрөг үр дагавар ихсэх болсонтой уялдаж аялалын арга технологиор нь түүнийг соёлтой, соёлгүй “зэрлэг” /дикий/ аялал хэмээн үзэх хандлага буй болжээ. Зөвхөн аж үйлдвэрлэлийн хүрээнд яригддаг байсан “технологи” хэмээх ойлголт сүүлийн үед оюуны үйлдвэрлэлийн хүрээг ч бас хамрах болж, боловсролын, улс төрийн, харилцаа мэдээллийн технологи гэх зэрэг нийгэм хүмүүнлигийн технологид соёлын аялал жуулчлалыг аялал жуулчлалын үйл ажиллагааны технологи болох үүднээс авч үзэх шинэ хандлага ч бас байна.

1976 оны Брюсельд болсон олон улсын бага хурлаар “Соёлын аялал жуулчлалын тунхаг бичиг”-ийг, 1999 оны 10-р сард Мехикод болсон ICOMOS (түүх соёлын дурсгалт газруудын олон улсын зөвлөл)-ын XII чуулганаар “Олон Улсын Соёлын Аялал жуулчлал”-ын тунхагийг тус тус хэлэлцэж баталсан. Эдгээр баримт бичигийн үндсэн агуулга нь “аялал жуулчлалын гол нөөц болох соёлын өвийн хадгалалт хамгаалалтыг сайжруулах үүднээс соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх тухай асуудлууд байв. Язгуур соёлын нөөц хомсдож, өвийн хадгалалт хамгаалалт муудаж, хадгалан тээгчид нь жилээс жилд цөөрч, үндэсний соёлын өвөрмөц өв санг дэлхийн олон нийтэд үзүүлэн таниулах хэрэгцээ улам нэмэгдэж байгаа өнөө үед соёлын солилцооны гол хөтлөх хүч нь дотоодын болон олон улсын соёлын аялал жуулчлал болж байна.

Соёлын аялал жуулчлалын онцлог нь дараах үндсэн зарчмуудаар тодорхойлогдоно. Үүнд:

- Дотоодын болоод олон улсын аялал жуулчлал нь соёлын солилцооны зарчимд тулгуурлах
- Байгалийн болон соёлын өвийн газрууд, аялал жуулчлал хоёр өөр хоорондоо харилцан шүтэлцээтэй хөгжих
- Өвийн газруудаар аялах жуулчлалын төлөвлөлт нь жуулчдын эрэлт, таашаалыг буй болгох үндсэд тулгуурлан хийгдсэн байх

- Аялал жуулчлалын төлөвлөлтөд орон нутгийн хүн амын онцлогийг тодорхой тусгасан байх

- Соёлын аялал жуулчлал орон нутгийн хүн амын амьжиргаа, нийгэм, эдийн засгийн хөгжилд үр ашгаа өгөхөд чиглэгдэх

- Аялал жуулчлалын хөтөлбөр байгалийн болон соёлын өвийн хадгалалт хамгаалалтыг бэхжүүлэхэд чиглэгдэх” (<http://www.icomos.org/tourism/charter.html>) зэрэг болно.

Балтийн орнуудын соёлын аялал жуулчлалын бодлогын бичигт соёлын аялал жуулчлал гэдгийг байгаль, түүх, соёл урлаг, үндэстний амьдралын хэв маяг, үнэт зүйл, үнэлэмж, уламжлал төдийгүй соёл хоорондын харилцаа, солилцооны бүтээлч үйл ажиллагааны олон арга замыг өөртөө багтаасан өөр соёлын орчинтой биечлэн танилцах (бусдын соёлыг өөрийн бие, сэтгэлээр мэдэрч, судлах) аялал хэмээн тодорхойлсон байна. (<http://www.unesco.ee/bct>)

Соёлын аялал жуулчлалыг зөвхөн байгалийн болон соёлын нөөц баялагийг үзэж сонирхох төдийхнөөр хязгаарлах бус, тэдгээрийг хүлээн авч мэдэх, мэдрэх, түгээн дэлгэрүүлэх, хадгалж хамгаалах, аялал жуулчлалыг орчин үеийн дэлхий нийтийн стандартад нийцүүлэн зохион байгуулах үйл ажиллагааны арга технологийг багтаасан **аялал жуулчлалын үйлдвэрлэл** гэдэг өргөн утгаар ойлгох хандлагатай байна. Ерөөс үндэсний соёлын өвөрмөц байдлыг аялал жуулчлалын нөөц болгон ашиглаж, түүнийг арилжааны үндсэн зорилго болгох арга замыг эрэлхийлэх ялдамд жуулчин болгоныг соёл судлаач, соёлын өвөрмөцийг нээгч болгон төлөвшүүлэхэд соёлын аялал жуулчлалын үндсэн зорилго оршино.

**Соёлын аялал жуулчлалын бүтэц** Орчин үеийн соёлын аялал жуулчлалыг *а. Шинжлэх ухааны эрэл хайгуулын судалгаа. б. Шинжлэх ухааны мэдлэгийг тайлан тайлбарлаж хүнд хүргэх үйлчилгээ, в. Бүтээлчээр хүлээн авч, сэтгэн бодох үйл ажиллагаа буюу оюуны үйлдвэрлэл* гэсэн үндсэн гурван талт бүтэц бүхий элементүүдийн зохист нэгдмэл харилцаанд хөгжих ёстой гэж мэргэжилтнүүд үзэж байна. Энэ технологийн үндсэн дээр:

- архивын болон хээрийн шинжилгээний материалыг эрж хайх, судлан сурвалжлах, тайлан тайлбарлах, олон нийттэй харилцах хамгийн орчин үеийн арга технологи
- мэдээлэл, харилцаа холбоо болон бусад төрлийн үйлчилгээний орчин үеийн өндөр хөгжил
- маш нарийн технологи бүхий мэдээллийн менежмент, аялал жуулчлалын үйл ажиллагааны бүхий л субъектуудын хамтын ажиллагааны сүлжээ
- аялал жуулчлалын салбарт ажиллагсдын оюуны өндөр чадамж, бүтээлч хандлагын арвин их нөөц тус тус бүрэлдэх болно.

Энэ утгаараа “соёлын аялал жуулчлал” хэмээх нэр томъёо аялал жуулчлалын үйлдвэрлэлийн нэг төрөл гэхээсээ илүү, амьдралын чанар, шинэ хэв маяг, шинж төрх, ертөнцийг үзэхүйн шинэ хандлагын үйлдвэрлэлийн технологи гэх утгаар давамгайлан хөгжих болов. Тийм ч учраас соёлын аялал жуулчлалын ерөнхий бүтэц нь нэг талаас соёлын зорилгоор хийж буй аялал жуулчлал, нөгөө талаас орчин үеийн дэлхий нийтийн аялал жуулчлалын стандартад нийцсэн соёлтой үйлчилгээний технологи, байгалийн болон соёлын өвийг нийтийн хүртээл болгох арга зүйгээр тодорхойлогдож байна. Энэхүү технологийг чанд мөрдөж, дэд бүтцийн хөгжилд гойд анхаарах нь соёлын аялал жуулчлалын гол онцлог юм. Соёлын аялал жуулчлалын амжилт нь дэд бүтцийг хэрхэн бүрдүүлж чадсанаас хамаарна. Аялал жуулчлалын дэд бүтцийг ерөнхийд нь зам тээвэр, харилцаа холбоо, хэвлэл мэдээлэл, нийтийн хоол, зочид буудлын үйлчилгээ, алжаал тайлах төвүүд, амралт цэнгээний газрууд, даатгал, эрүүл мэнд, аюулгүй байдал, банк санхүүгийн үйлчилгээ, боловсрол, соёл, шинжлэх ухаан, шашин болон олон нийтийн мэдээллийн сүлжээ /интернет-кафе/ зэрэг олон салбар бүрдүүлдэг. Эдгээр ерөнхий чиглэл бүр дотроо өөр өөрийн өвөрмөц, бас их баялаг дэд бүтцүүдтэй юм. Ерөөс дэд бүтэц гэдэг ойлголт бол

маш өргөн дэлгэр, бас их гүн гүнзгий утга чанар бүхий бөгөөд энэ нь аялал жуулчлалын салбарт туроператор хэмээх ойлголтын хувьсалтай нягт холбоотой явагддаг үйл явц гэнэ. Орчин үеийн хүний үнэлэмж, эрэлт хэрэгцээний эрчимлэг өөрчлөлтийг дагаад аялал жуулчлалын дэд бүтэц байнга баяжигдаж байна.

Соёлын аялал жуулчлалын хамгийн гол асуудал бол нөөцөө тодорхойлох, бүрдүүлэх, түүний ашиглалтын арга хэлбэрийг оновчтой зохион байгуулах явдал юм.

**Соёлын аялал жуулчлалын нөөц** “Байгалийн болон соёлын өв бол аялал жуулчлалын хөгжлийг бүрэн хангаж чадах оюуны болон материаллаг нөөц юм” гэж Олон Улсын Соёлын Аялал жуулчлалын Мехикогийн тунхагт тодорхойлсон (<http://www.icomos.org/tourism/charter.html>). Энэ хүрээнд зөвхөн музей, түүх соёлын дурсгалт зүйлсийг хамруулаад зогсохгүй аялал жуулчлалын үйлчилгээнд хамрагдаж болох бүхий л үйлчилгээний нөөцийг багтаан ойлгох нь чухал. Үүнд:

- байгаль газар зүйн сонирхлын бүс нутаг, түүний экологийн өвөрмөц бүрдлүүд.,
- тухайн улс, орон нутгийн үндэсний соёлыг хадгалан тээгч хүн ам.,
- түүх, соёлын дурсгалт газрууд.,
- угсаатны өвөрмөц соёлын илрэлүүд (нутгийн аман аялгуу, бөө мөргөл гэх мэт язгуур соёлын элементүүд),.
- түүх, соёлын төвүүд.,
- түүх, соёлын дурсгалыг сэргээн засварлах газрууд.,
- язгуур урлагийн төвүүд.,
- үндэсний технологи, гар урлалын төвүүд (уран дархан, баримал, сийлбэр, оёдол, хатгамал, эсгий болон арьсан урлал, хоол хүнс, орон гэрийн үйлдвэрлэл гэх мэт),.
- театр, концертын танхимууд.,
- соёлын амьдралд онцгой үйл явдал болсон газрууд.,
- орон нутгийн урчууд, оршин суугчдын бүтээн туурвих авьяас чадавхи /потенциал/,.
- аялал жуулчлалын маршрут.,
- шашны сүм хийд, хурал номын газрууд.,
- булш, бунхан, хиргисүр, буган чулуун хөшөө, хадны сүг зураг зэрэг эртний соёлын дурсгалууд.,
- орчин үеийн холбоо, мэдээллийн сүлжээ.,
- аялал жуулчлалын орчин үеийн стандартыг хангаж ажиллах чадвар бүхий хүний нөөц.,
- бүс нутаг болон орон нутгийн хөгжлийн бодлого, төлөвлөлт.,
- улс, орон нутгийн нийгэм, эдийн засгийн дэд бүтэц гэх мэт болой

Нэгэнт тодорхой болсон нөөцийг аялал жуулчлалын тогтолцоонд хэрхэн хамруулах, ямар арга, хэлбэрээр яаж ашиглахыг тодорхойлох асуудал чухалаар тавигддаг. Үүнд соёлын аялал жуулчлалын бодлого, төлөвлөлт онцгой үүрэгтэй.

Соёлын аялал жуулчлалын нөөцийг өргөтгөх, шинээр бүтээж улам баялаг болгох талаар улс орон болгон өөрийн гэсэн өвөрмөц бодлого, төлөвлөлт, зохион байгуулалтын арга хэмжээ авч ажилладаг. Тухайлбал, Шотландад 1985-1996 онд жуулчлалд зориулж 165 объект буй болгосон байна. Үүнээс 30% нь зочдын тав тухыг хангах төрөл бүрийн үйлчилгээний төвүүд, 24% нь музей, галерей юм. Сүүлийн арван жилд гэхэд л жуулчид хүлээж авах төвүүд 50, 40-орчим музей шинээр нээсэн байна. Хамгийн сонирхолтой зүйлийн нэг бол 1990-ээд онд “Whisky Trail” гэдэг соёлын аялал жуулчлалын шинэ маршрут нээсэн нь Шотландын эдийн засаг болон аялал жуулчлалын хөгжилд ихээхэн амжилт авч ирсэн гэдэг. Энэ маршрут Шотландын үндэсний ундаа үйлдвэрлэлийн нэртэй 7 үйлдвэрийг нэгтгэж, жилд 200 000 жуулчныг өөртөө татсан “Вискиний зам” нэртэй

аялалыг амжилттай хөгжүүлсэн юм. Одоо Шотландад ийм төрлийн 60 гаруй объект жилд 100 000 гаруй жуулчин хүлээн авч байна.

Хорват өнөөг хүртэл далайн эрэг орчмын жуулчлалын нэг л чиглэлд зөвхөн нар, тэнгис хоёрыг жуулчдад худалдаж байгаадаа дүгнэлт хийж, аялал жуулчлалын газар зүйн байршлыг өргөтгөх, жуулчлалын улирлыг уртасгах, тогтвортой байдлыг баталгаажуулах, жижиг бизнесийн хөгжил болон эдийн засгийн таатай нөхцөл байдлыг дэмжих зорилтууд дэвшүүлсэн Хорватын соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх стратеги төлөвлөгөө боловсруулсан байна. Тэд зунаас бусад улиралд соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх бүх талын боломжийг судалсны үндсэн дээр Хорват түүхийн хувьд Австри-Унгарын соёлд харьяалагддаг учир үүнийгээ жуулчлалын нөөц болгон ашиглаж орчин үеийн хамгийн сонирхолтой соёлын аялал жуулчлалын маршрутуудыг бий болгохыг зорьж байна. Түүнчилэн орон нутгийн байгалийн өвөрмөцийг түүх соёлын өвөрмөцтэй хослуулсан уулын аялал, агуй судлал, ургамал, амьтны аймгийн танилцуулга, үндэсний хоол унд, хувцас хунар, аж байдал, гар урлал, үндэсний үйлдвэрлэлийн технологи зэрэг орон нутгийн амьдралын хэв маягтай хослуулан жуулчлалын нөөцийг бүрдүүлэх ажлыг зохион байгуулж байна. (Чарльз Ландри. 1999. 60)

Монгол улс 1995 онд аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх үндсэн чиглэлээ тодорхойлж, 2000 онд “Аялал жуулчлалын тухай” хуультай болж, “Монгол оронд аялал жуулчлалыг 2015 он хүртэл хөгжүүлэх мастер төлөвлөгөөг Японы хамтын ажиллагааны Жайка байгууллагын туслалцаатайгаар боловсруулсан. Түүний үндсэн дээр аймаг бүр өөрийн нутаг дэвсгэр дээр аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нөөцөө тодорхойлж, аялал жуулчлал хөгжүүлэх дэд хөтөлбөр боловсруулан мөрдөж ажиллаж байна. Ингэхдээ аялал жуулчлалын маршрутад түүх соёлын дурсгалт зүйлсийг аль болох өргөн хамруулах, тэдгээрийн хадгалалт хамгаалалтыг сайжруулах тал дээр анхаарах бодлого баримталж байна. Үүний үр дүнд соёлын аялал жуулчлалыг монголын нөөц баялагтаа түшиглэн тодорхой чиглэлүүдээр эрхлэн хөгжүүлэх байгууллага, хүмүүсийн санаачлага идэвхижиж “Туурайн төвөргөөн, “Бүргэдчдийн баяр, “Тэмээн поло” зэрэг наадам, фестиваль зохион байгуулагдан тогтмолжиж байна. Ингэж улс орон болгон өөр өөрийн өвөрмөц байдалд тохирсон соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нөөцийг тал бүрээс нь бүрдүүлэх арга хэмжээ системтэй авч амжилт олж байна.

**Өрсөлдөх чадвар, ач холбогдол** Соёлын аялал жуулчлал дэлхийн аялал жуулчлалын зах зээл дээр өрсөлдөх хэд хэдэн давуу талтай юм. Үүнд:

- жуулчдад дахин ирэх сонирхолыг төрүүлэх, гүнзгий сэтгэгдэл үлдээх чадвар (олны танил болсон баяр наадам, фестиваль, үндэсний соёл урлагийн баялаг сан хөмрөг болон орчин үеийн жуулчны олон талт, өндөр эрэлт хэрэгцээнд нийцсэн үйлчилгээний чанар)
- жуулчдад санал болгох өргөн хүрээтэй үйлчилгээний нөөц
- улирал харгалзалгүй үйлчлэх боломж
- соёлын жуулчин зорьж ирсэн газраа харьцангуй удаан хугацаагаар үлдэх боломжтой бөгөөд түүндээ илүү их мөнгө зарцуулдаг онцлог зэрэг болно.

Эдгээр давуу шинжээрээ соёлын аялал жуулчлал бусад аялал жуулчлалын төрөлөөс ялгагдах төдийгүй, илүү амжилттай хөгжих боломжтой. Тухайлбал, Барри Лайтоны судалгаанаас үзэхэд 1999 онд соёлын аялал жуулчлал 200%-иар, тэр дундаа хөгжмийн урлагийг сонирхсон аялал жуулчлал 400%-иар тус тус өссөн нь (Leighton Barry. Get ready for the German revolution /Operators urged to prepare for massive changes in nation's holiday habits // TTB ITB Daily 14.03.2000) европын аялал жуулчлалыг тэргүүлэгчдийн нэг германы жуулчдын далай тэнгис, элсэн манханд тэмүүлдэг сонирхол ихээхэн өөрчлөгдсөнийг харуулж байна. Шотландад нийт жуулчдын 80% нь улирал харгалзахгүй ирсэн байгааг мөн л соёлын аялал жуулчлалын давуу талтай холбож үздэг. “Сүүлийн жилүүдэд европод жилд 1-2 мянган олон улсын фестиваль болдог бөгөөд эдгээр нь жуулчдыг өөртөө татах замаар тухайн орныхоо эдийн засагт асар өндөр үр ашиг авч ирдэг байна. Зальцбургийн

Худалдааны танхимаас хийсэн судалгаагаар Зальцбургийн Фестиваль Австрийн эдийн засагт 180 сая евротой тэнцэх ашиг орлогыг оруулсан” ([www.salzburgfestival.at](http://www.salzburgfestival.at)) байна. Шотландын судлаачдын соёлын аялал жуулчлалаар хийсэн судалгаанд соёлын зорилгоор айлчилсан америкийн жуулчдын дундаж үргэлжлэх хугацаа 4.7 хоног байхад энгийн жуулчдынх 2.9 хоног байна(Forum Journal, 1999, стр.27). АНУ-д олон нийтийн соёлын хөгжлийг соёлын аялал жуулчлал тэргүүлж байна. Тухайлбал, Америкийн музейнуудыг жил бүр 220 сая хүн үзсэн байдаг нь бусад соёл урлагийн байгууллагын үзэгчдийн үзүүлэлтээс хол давуу байгаа юм. Америкийн жуулчдын гурван хүний нэг нь соёлын жуулчин байдаг гэсэн мэдээ бий.

Соёлын аялал жуулчлал улс орны эдийн засаг болон нийгэмд үзүүлэх олон талын эерэг нөлөөлөл, ач холбогдол ихтэй юм. Европын орнуудад гэхэд л бүс нутгийн хөгжлийн стратегийн үндсэн хэрэгсэл нь соёлын аялал жуулчлал болдог. Энэ нь зөвхөн соёл түүхийн нөөцийг ашиглаад зогсохгүй, эдийн засгийн бусад бүх салбаруудтай нягт холбогддог учраас тэр хэмжээгээр орон нутгийн үйлдвэрлэлийг нэмэгдүүлдэг. Соёлын аялал жуулчлалын олон талт, өргөн хүрээтэй ажил үйлчилгээ нэмэгдэхийн хэрээр, орон нутагт ажил эрхлэлт өсдөг. Тэр хэмжээгээр нутгийн иргэдийн ашиг орлого нэмэгдэж, нийгмийн асуудлыг шийдвэрлэх хөшүүрэг болдог байна. Орон нутагт соёлын аялал жуулчлалыг орчин үеийн технологи, стандартын шаардлагад нийцүүлэн хөгжүүлэх нь дэд бүтцийг хөгжүүлэх, ингэснээр хүмүүс, ялангуяа залуучууд орон нутагт суурьшиж амьдрах таатай нөхцөлийг бүрдүүлэн өгч, улмаар төв суурин газрын хүн амын нягтралыг саармагжуулах, орон нутгийн хүн амын өсөлтийг нэмэгдүүлэх ихээхэн ач холбогдолтой юм.

Соёлын аялал жуулчлал амьдралын шинэ хэв загвар, шинэ үнэт зүйлс, үнэлэмж, дээд чанарт тэмүүлдэг учраас хүмүүсийг өөртөө татах чадвар сайтай байдаг. Тэр чанараараа соёлын аялал жуулчлалд татагдан орсон хүмүүс орон нутгийн үйлдвэрлэлийн бүтээгдэхүүнийг зах зээл дээр гаргахад туслах гол хүч болдог. Ингэж соёлын аялал жуулчлал хүмүүст шинэ санаа бэлэглэж, орон нутгийн хүн амын дотор хамтран ажиллаж амьдрах шинэ уур амьсгал хүсэл сонирхлыг төрүүлж, ажил үйлчилгээг дээд зэргийн чанартай эрхлэн явуулах эрмэлзлэлийг буй болгож, амьдралын дээд чанарт тэмүүлэх идэвхийг өрнүүлдэг учраас нийгмийн хөгжил, эдийн засаг, соёлын амьдралд эерэгээр нөлөөлдөг.

Соёлын аялал жуулчлал үндэсний соёлын өвөрмөц хэв маягийг тодруулах, түүнийг бэхжүүлэхэд тусалдаг бөгөөд энэ нь үндэсний бахархал, урам зоригийг сэргээж, соёлын дархлааг идэвхижүүлэх ач холбогдолтой юм. Соёлын өвийн өвөрмөц шинж , үндэсний соёлын язгуур чанар нь тухайн улс орны оршин тогтнохуйн дүр төрхийг буй болгодог чухал элемент учраас соёлын аялал жуулчлал нь улс орны эерэг дүр төрхийг олон улсын тавцанд бэхжүүлэх үндсэн хэрэгслийн нэг болдогоороо нийгэм улс төрийн ихээхэн ач холбогдолтой юм.

Соёлын аялал жуулчлалын орчин үеийн менежмент, маркетингийн технологи нь үндэсний соёлын талаарх өргөн дэлгэр мэдээллийг дэлхийн олон нийтийн сонорт хүргэж, олон орны жуулчдын сонирхлыг тухайн улс орны зүг хандуулж, улмаар соёлын уламжлалыг амьдаар нь хадгалж, хамгаалах арга хэрэгслээр хангагдгаараа ач холбогдолтой билээ. Энэ нь соёлын өвийг сонирхох жуулчдын эрэлтийг ихэсгэх, жуулчлалын хугацааг уртасгах, түүх, соёлын өвийн газруудад хандах жуулчлалын сонирхолыг нэмэгдүүлж, улмаар аялал жуулчлалын менежментийн бодлогыг дэмжих, соёлын өвийг хамгаалах үндэс нь болдог давхар ач холбогдолтой. Сайн зохион байгуулсан соёлын аялал жуулчлал соёлын уламжлал шинэчлэлийн зохист харьцааг бүрдүүлэх, түүх, соёлын дурсгалын хадгалалт, сэргээн засварлалтыг дэмжих, соёлын өвийн хадгалалт, хамгаалалт болон хэрэглээний хоорондын тэнцвэржилтийг олох боломжийг буй болгодог онцлогтой. **Мэдээж үндэсний соёлын өв байхгүй л бол соёлын аялал жуулчлалын тухай ярих нь утгагүй болох бөгөөд ерөөс аялал жуулчлалын хөгжил өөрөө мухардалд орох магадлалтай юм.** Тийм

ч учраас соёлын аялал жуулчлалыг дэмжих дэлхийн улс түмнүүдийн үзэл бодлын хэрэгцээ асар их байдаг нь судалгаанаас харагдаж байна.

Соёлын аялал жуулчлалын бас нэг чухал ач холбогдол нь гадныхныг ялгаварлан үзэх, бусдын соёлыг өөрийнхөөс доогуур тавих үзэл зэргийг арилгах, соёл хоорондын зохицол, ойлголцлыг идэвхижүүлэхэд оршино. Бусад ард түмний соёлын талаар жуулчдын илүү ихийг мэдэх хүсэл эрмэлзлэл нь ойлголцлыг дэмжиж, хамтран ажиллаж амьдрах өргөн боломжийг буй болгодог. Тийм ч учраас соёлын аялал жуулчлал хүн төрөлхтний хөгжлийн орчин үеийн чиг хандлагуудтай зэрэгцэн оршиж, түүгээрээ дамжуулан аялал жуулчлалын салбарын ирээдүйн өсөлтийг хангах магадлалыг буй болгож байна.

Соёлын аялал жуулчлал боловсролын түвшинг ахиулах, хүн амын наслалтыг уртасгах, эмэгтэйчүүдийн эдийн засгийн үүргийг нэмэгдүүлэх, богино хугацааны аялалуудыг олшруулах, хүмүүсийн амьдралын чанарыг сайжруулах, шинэ эрэлт хэрэгцээ, үнэлэмжийг буй болгох зэрэг нийгэм, хүмүүнлигийн олон талт ач холбогдолтой юм. Орчин үеийн соёл иргэншлийн хэв маягаас үүдсэн амьдралын хурд нь чөлөөт цагаа идэвхитэй зохион байгуулах, уламжлалт үнэт зүйлсээ хадгалж хамгаалах, түүнийг амьдаар тээгчидтэй ойртон дотносох эрэлт хэрэгцээг улам бүр нэмэгдүүлж байгаа учраас соёлын аялал жуулчлал бол өрсөлдөх чадвар сайтай, өндөр үр ашигтай бизнес мөн.

**Удирдлагын технологи** Улс орон болгонд аялал жуулчлалын асуудлыг мэргэжлийн яам эсвэл Засгийн Газрын агентлаг удирддаг. Гэхдээ аялал жуулчлалын үйлдвэрлэл, үйлчилгээнд оролцогчдын харилцаа, хамтын ажиллагаа, үйл ажиллагааны дотоод зохион байгуулалтыг хорших, хамтран ажиллах сүлжээ байгуулах явдал бол соёлын аялал жуулчлалын удирдлагын үндсэн шинж мөн. Тухайлбал, 1996 онд АНУ-д “Өвийн аялал жуулчлал болон соёлын салбарын хөгжлийг дэмжих түншлэл “партнёрство” гэдэг байгууллага байгуулагдсан. Үүнд:

- Америкийн музейн ассоциаци
- “Урлагийн төлөө америкчууд” ассоциаци
- Улсын хүмүүнлэгийн зөвлөлүүдийн холбоо
- Урлагийн агентуудын үндэсний ассамблей
- Афро-америк хүн амын үндэсний ассоциаци
- Өвийн хөгжлийн үндэсний төв
- Соёлын өвийг хамгаалах мэргэжилтнүүдийн үндэсний бага хурал
- Түүхийг хамгаалах үндэсний фонд гэх мэт 12 байгууллага нэгдсэний дотор 4 яам, 8 үндэсний ассоциаци орсон байна.

Тэд дотоодын болон олон улсын аялал жуулчлалын хөгжилд соёлын өвийн гүйцэтгэх үүргийг дээшлүүлэх, соёл урлаг, хүмүүнлэгийн үйл ажиллагаа эрхэлдэг байгууллагуудын хамтын ажиллагааг идэвхижүүлэх зорилгоор зохион байгуулалтын өргөн хүрээтэй үйл ажиллагаа явуулж байна.

1998 онд Шотландад соёлын аялал жуулчлалаар “Task Force” (Удирдлагын хүч) нэртэй мэргэжлийн хороо байгуулагдаж, түүнд 10 байгууллага нэгдэн орсон. Үүнд:

- Британий зөвлөл
- Эдинбургийн фестивалийн удирдах зөвлөл
- Аж үйлдвэрлэлийн ассоциаци
- Шотландын музейн зөвлөл
- Кино үйлдвэрлэгчдийн зөвлөл
- Уран бүтээлчдийн эвлэл гэх мэт.

Балти орчмын орнуудад 2006 он гэхэд соёлын аялал жуулчлалыг үндэсний эдийн засгийн болон аялал жуулчлалын тэргүүлэх чиглэлийн хэмжээнд хүргэж хөгжүүлэх зорилт тавьж олон талт арга хэмжээ авч байна. Балтийн орнуудын соёлын аялал жуулчлалын бодлогын баримт бичгийн бүрэн эрхийг хэрэгжүүлэх төслийг ЮНЕСКО-гийн дэргэдэх Эстонийн үндэсний зөвлөл, Латви, Литвийн үндэсний зөвлөлүүдтэй хамтран 2001-2003

онд хэрэгжүүлсэн. Энэхүү баримт бичгийг хэрэгжүүлэх нь “үндэсний соёлын өвөрмөц байдлыг хамгаалах, олон ургальч үзэл болон соёл хоорондын харилцааг дэмжих” гэсэн ЮНЕСКО-гоос соёлын салбарт баримталж буй тэргүүлэх зорилгод хүрэхэд зохих хувь нэмрээ оруулна хэмээн үзэж байна. Энэ баримт бичгийн хэлэлцүүлэг ЮНЕСКО, дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллага(WTO), Балтийн аялал жуулчлалын зөвлөл, Европын холбоо, Түүх соёлын дурсгалт газруудын олон улсын зөвлөл /ICOMOS/, олон улсын музейн зөвлөл /ICOM/, Скандинавын үндэстний сайд нарын зөвлөл болон холбогдох улсуудын удирдлагууд хамтран 2003 оны 5-р сард Таллинд зохион байгуулсан “Балтийн соёлын аялал жуулчлалын бага хурал”-аар сайшаагдсан юм. Балтийн орнуудын соёлын аялал жуулчлалын хөгжилтэй холбоотой асуудлыг зохицуулах яам хоорондын ажлын бүлгийг байгуулж удирдлагаар хангаж ажиллахаар уг баримт бичигт зөвлөжээ. Яам хоорондын ажлын бүлэг сонгогдсоны дараа энэ бүлгийг Балти орчмын бүх оронд аялал жуулчлалын хөгжлийн асуудлыг хариуцдаг Эдийн засгийн яамны төлөөллөөр удирдуулах нь зүйтэй гэж үзсэн байна.

Хорвагад соёлын болон аялал жуулчлалын салбарын төвлөрлийг сааруулах, Хорватын соёлын хөгжлийн стратегид соёлын аялал жуулчлалын асуудлыг тодорхой оруулж өгөх, орон нутагт соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх бодлого, төлөвлөлтийг нарийвчлан боловсруулах зэрэг удирдлага зохион байгуулалтын ажлыг идэвхижүүлж байна.

1995 оноос Монгол оронд аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх үндсэн чиглэлээ тодорхойлж, 1999 онд “Аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх мастер төлөвлөгөө”-г Японы олон улсын хамтын ажиллагааны Жайка (JICA) байгууллагатай хамтран боловсруулж, 2000 онд “Аялал жуулчлалын тухай” Монгол улсын хууль батлан, тэдгээрийг удирдан зохион байгуулж хэрэгжүүлэх төрийн захиргааны төв байгууллагын эрх, үүрэг бүхий Монголын Аялал Жуулчлалын Газрыг 2000 онд байгуулан ажиллаж байна.

Ерөөс соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх бодлого, төлөвлөлт, түүний хэрэгжилтийг хангах удирдлага зохион байгуулалт нь санхүү эдийн засаг, бизнес, соёл, урлаг, боловсрол, шашин, аялал жуулчлал, эрүүл мэнд, байгаль орчин, хот төлөвлөлт, тээвэр харилцаа холбоо, мэдээллийн технологи, зочид буудал, нийтийн хоол, хөдөө аж ахуй зэрэг олон салбар хоорондын заагт хэрэгждэг онцлогтой. Ийнхүү соёлын аялал жуулчлал бол олон салбар хоорондын идэвхитэй хамтын ажиллагаанд тулгуурлан, хамтын удирдлага зохион байгуулалтын дор хөгжих онцлогтой нийгэм, түүхийн үйл явц юм.

## **Хоёр. “Монгол дахь соёлын аялал жуулчлал: өнөөгийн байдал, сайжруулах арга зам” судалгааны дүн**

### НЭГ. СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ, АРГАЧЛАЛ

#### **1.1 Судалгааны үндэслэл**

Сүүлийн жилүүдэд аялал жуулчлал манай оронд эрчимтэй хөгжиж байна. Энэ салбарын зүй зохистой бодлого, үйл ажиллагааг төлөвшүүлж чадвал монголын эдийн засагт ихээхэн ашиг оруулна гэж гадаад дотоодын эрдэмтэд дүгнэж буй. Тийм учраас аялал жуулчлал эрхэлсэн аж ахуйн тоо байнга өсч, гадаадаас ирэх жуулчдын тоо ч нэмэгдэх болов. Аялал жуулчлалын үйл ажиллагааны хэлбэрийг шинэчилж, тав тухтай орчин, сэтгэлд хоногшсон үйлчилгээг хэвшүүлэх нь олон мянган жилийн турш Монголчуудын бүтээсэн эдийн боловсрол, утга соёлын өвийг гадаадад сурталчлах, Монгол улсын нэр хүндийг олон улсын тавцанд дээшлүүлэх нэг суваг болох учиртай. Ийм боломжийг бүрдүүлэхийн тулд аялал жуулчлалын байгууллага, түүний үйл ажиллагаа ямар төвшинд байна вэ? аялан ирсэн жуулчид энэ талаар ямар үнэлэлт дүгнэлт өгч байгааг юуны өмнө судлан шинжилж, танин мэдэх шаардлагатай. Энэ үүднээс хэрэгжүүлж буй төслийн хүрээнд "Соёлын аялал жуулчлал: өнөөгийн байдал, сайжруулах арга зам" сэдэвт судалгааг явуулсан юм.

#### **1.2 Судалгааны зорилго**

Манай орны аялал жуулчлалын байгууллагууд гадаадын жуулчдад монголын нүүдэлчний соёлыг ямар арга хэлбэрээр яаж хүргэж байгааг тодруулах, соёлын аялал жуулчлалын бие даасан төрөлийг хөгжүүлэх боломж ямархуу байгааг тодруулахыг судалгааны үндсэн зорилго болгон дэвшүүллээ. Энэ зорилгыг шийдвэрлэх үүднээс дараахь зорилт (асуудал)-ыг шинжилсэн болно. Үүнд:

- Монгол орны талаарх гадаадын жуулчдын үнэлгээг тодруулах.,
- Аяллын зорилго, сонирхлын төвшинг тогтоох.,
- Аялал жуулчлалын байгууллага, тэдгээрийн үйл ажиллагааны өнөөгийн байдлыг мэдэх.,
- Аялал жуулчлалын үйл ажиллагаанд соёл урлагийн байгууллага хэрхэн оролцож байгааг болон цаашид ямар хэлбэрээр яаж оролцож, хамтран ажиллах ёстойг тогтоох зэрэг болно.

#### **1.3 Судалгааг явуулсан хугацаа, судалгааны объект**

**1.3.А** Судалгааг 2004 оны 5 сараас 9 сарын хооронд гүйцэтгэсэн болно. Судалгааны эхний шатанд (V-VI сард) судалгааны программ, аргачлалыг боловсруулж, дараагийн шатанд (VI-VIII) мэдээллийг цуглуулан төгсгөлийн шатанд судалгааны мэдээллийг боловсруулан тайлан бичсэн болно.

**1.3.Б** а) Судалгаанд буцсан 1026, ирсэн 1094, нийт 2120 жуулчин.,  
б) Аялал жуулчлалын 86 байгууллага.,  
в) Соёл урлагийн байгууллага, уран бүтээлчийн 55 төлөөлөгчийг судалгааны үндсэн объект болгосон юм.

## 1.4 Судалгааны зохион байгуулалт

Судалгааны удирдамж арга зүйг нэгдсэн журмаар боловсруулж мэдээлэл цуглуулах, боловсруулах шатны болон орчуулах хянан нэгтгэх ажилбарыг ажлын тусгай групп гарган гүйцэтгэв.

## 1.5 Судалгааны аргачлал

Судалгааг бичиг баримт судлах, сурвалжлага, анкетийн аргаар гүйцэтгэв. Гадаадын ирсэн ба буцсан жуулчдаас хоёр төрлийн анкетаар (анкет хэрэглэгдэхүүнийг англи, япон хэл дээр бэлтгэж) мэдээллээ цуглуулав. Мэдээллийг ихэвчлэн байрлаж буй аялал жуулчлалын бааз болон зочид буудалд байх үед нь авсан бөгөөд нилээд мэдээллийг онгоцны буудалд авсан.

Аялал жуулчлалын болон соёл урлагийн байгууллага, ажилтан нараас мэдээллийг анкет сурвалжлагын аргыг хослон хэрэглэж цуглуулсан болно. Энэ тохиолдолд тогтсон анкетын асуултын зэрэгцээ мэргэжлийн хүмүүстэй санал солилцох хэлбэрийг боломжийн хэрээр ашигласан болно.

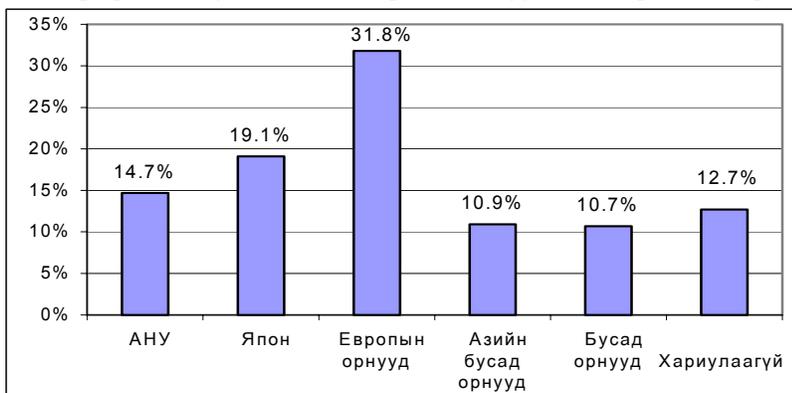
Цуглуулсан мэдээллийг ангилаж (сортлож) мэргэжлийн социологичид SPSS программын дагуу боловсруулж нэгдсэн дүн мэдээг гаргасан юм. Судлагдаж буй субъект буюу гадаадын жуулчдын сэтгэл зүйн онцлогтой холбогдон зарим асуулт (зарцуулсан мөнгө төгрөгний тооцоо, монголд төрсөн таагүй сэтгэгдэл г.м) сайн анхаарагдаагүйг тэмдэглэх хэрэгтэй. Бүхэлдээ мэдээлэл судалгааны зорилгыг хангахуйц төвшинд цугларсан гэж үзэж болно.

## ХОЁР. ЖУУЛЧДЫН ТӨЛӨВ БАЙДАЛ

### 2.1 Монголд ирж буй жуулчид ямар улсаас ирж байна вэ?

Манай судалгаанд нийт 47 орны дээр өгүүлснээр 2120 жуулчин хамрагдсан юм. Үүнээс 405 буюу 19.1 хувийг Японы, 312 буюу 14.7 хувийг АНУ-ын жуулчид эзлэж байна. Мөн Европын орнууд 31.8 хувь, Азийн бусад орнууд 10.9 хувь, бусад орнууд (Африкийн орнууд, Австрали, Шинэ Зеланд г.м)-ын жуулчид 10.7 хувийг эзлэж байна. Харамсалтай нь 10 гаруй хувь буюу 270 жуулчин харьяаллаа бичээгүй байв. (график 1)

График 1. Судалгаанд хамрагдсан жуулчдын иргэний харьяалал



Жуулчдын хүйсийн харьцааг авч үзвэл эрэгтэйчүүд арай давамгайл байна. Харин насны бүлгийн хувьд 26-45 насны хүмүүс жуулчдын тал хувийг эзэлж байна.

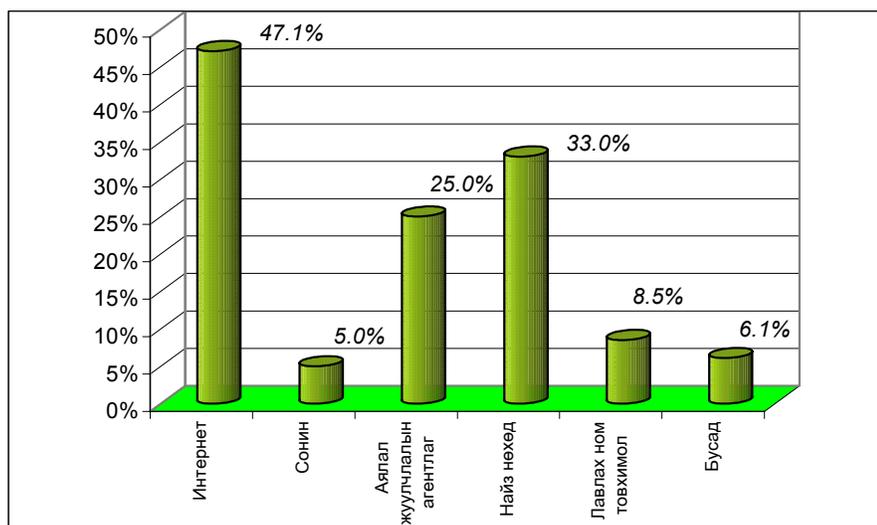
**Хүснэгт 1. Жуулчдын нас, хүйсийг тэдний хамрагдах зах зээлээр харьцуулсан нь**

Нас		АНУ	Япон	Европын орнууд	Азийн бусад орнууд	Бусад орнууд	Бүгд
8-17 нас	Мөрөөр %	35.3	14.7	41.2	5.9	2.9	100.0
	Баганаар %	4.0	1.3	2.1	.9	.5	1.9
18-25 нас	Мөрөөр %	20.6	13.9	46.9	10.0	8.6	100.0
	Баганаар %	14.2	7.4	14.7	9.5	8.2	11.6
26-35 нас	Мөрөөр %	14.9	15.7	42.8	16.1	10.5	100.0
	Баганаар %	23.5	19.2	30.6	35.0	22.7	26.5
36-45 нас	Мөрөөр %	14.1	20.9	36.8	14.3	13.9	100.0
	Баганаар %	21.9	25.1	25.8	30.5	29.5	26.0
46-55 нас	Мөрөөр %	17.7	23.3	31.4	11.3	16.3	100.0
	Баганаар %	20.2	20.5	16.2	17.7	25.5	19.1
56- дээш	Мөрөөр %	18.4	38.6	26.6	5.2	11.2	100.0
	Баганаар %	16.2	26.4	10.6	6.4	13.6	14.8
Бүгд	Баганаар %	100.0	100.0	100.0	100.	100.0	100.0
<b>Хүйс</b>							
Эрэгтэй	Мөрөөр %	14.7	21.3	37.3	13.9	12.9	100
	Баганаар %	47.6	57.5	56.1	60.2	58.1	55.7
Эмэгтэй	Мөрөөр %	20.3	19.8	36.7	11.5	11.7	100
	Баганаар %	52.4	42.5	43.9	39.8	41.9	44.3
Бүгд	Баганаар %	100.0	100.0	100.0	100.	100.0	100.0

**2.2 Монголд аялахдаа жуулчид хаанаас мэдээлэл авч байна вэ?**

Аливаа улс орныг сонгон авч аялан жуулчлахад мэдээллийн ямар суваг хэр нөлөөтэй байгааг мэдэх явдал аялал жуулчлал эрхлэж буй байгууллага, жуулчдын хоорондын хэрэг төдийгүй тухайн улс орны гадаад сурталчилгаатай холбогдол бүхий чухал асуудал билээ. Бидний судалгаанд оролцогсдын 47.1 хувь нь интернетээс, 33.0 хувь нь найз нөхдөөсөө, 25.0 хувь нь аялал жуулчлалын байгууллагаар дамжуулан монголын тухай мэдээлэл авч жуулчлах сонголтыг хийсэн байна.

**График 2 Судалгаанд хамрагдагсдын мэдээлэл олж авч буй эх сурвалж**



Мэдээллийн эрин зуун гэгдэж буй эдүгээ үед интернет олон улс оронд мэдээллийн гол суваг болж байдагчлан жуулчид ихэвчлэн интернетээс мэдээлэл авдаг, түүнчлэн нэлээд хэсэг нь аялал жуулчлалын байгууллагад ханддаг байдал хэвшин тогтсоныг судалгааны дүн харуулж байна. АНУ-аас ирсэн жуулчдын гэхэд л 49.8 хувь, Японоос ирэгсдийн 37.6 хувь нь интернетээс мэдээлэл авчээ.

**Хүснэгт 2. Аялал жуулчлалын зах зээл дэх мэдээллийн эх сурвалжийн байдал (% , баганаар)**

Мэдээллийн эх сурвалж	АНУ	Япон	Европын орнууд	Азийн бусад орнууд	Бусад орнууд
Интернет	49.8	37.2	52.5	45.7	56.6
Найз нөхөд	32.2	36.7	30.4	42.2	31.0
Хувийн мэдээлэл /нөхөр, гэр бүлийнхэн, ах дүү, багш, оюутан/	1.0	0.6	1.4	0.9	1.3
Аялал жуулчлалын агентлаг	23.1	29.2	22.9	18.3	23.5
Аяллын хөтөч лавлах ном	10.7	5.6	10.7	2.2	8.8
Сонин	2.9	4.4	5.7	5.7	7.1
Телевиз, кино	0.3	0	1.1	0.4	0.9
Байгууллага /элчин, Энх тайвны корпус, их сургууль, дунд сургууль г.м//	6.8	0.6	3.2	3.0	5.8
Ажлын шугамаар	1.0	0	0.9	0.4	3.5
Шашны байгууллага, сүм хийд	0.3	0	0.2	0	0

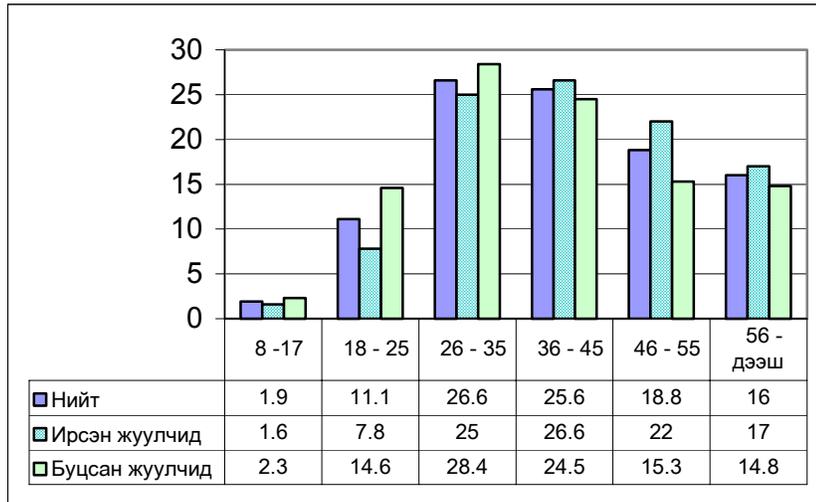
Бидний анхаарлыг татаж буй нэг асуудал бол Монголд ирж буцсан гурван жуулчин тутмаас нэг нь найз нөхдөөсөө Монголын тухай мэдээлэл олж авсан явдал юм. Бараг албан бус харилцаа гэж үзэж болох энэ сувгаар манай орны тухай мэдээлэл олж аваад, тэр оронд жуулчлан очих сэтгэгдэл төрж байна гэдэг нь цаанаа олон асуудлыг дагуулж байна. Ийм мэдээлэл түгээсэн хүмүүс нь монголын талаар ямар нэгэн ойлголттой, манай оронд ирж байсан, түүх, соёл, байгаль, газар нутаг болон хүмүүсийн ёс заншил, амьдрал ахуйн байдлыг мэддэг байж таарна. Мэдээд зогсохгүй онцгой сайхан сэтгэгдэлтэй буцаж найз нөхөддөө сонсгож тэдний сонирхлыг өдөөсөн хэрэг. Энэ үүднээс үзвэл манай оронд ирсэн хүмүүс тийм ч тааруухан сэтгэгдэлтэй буцдаггүй бололтой.

Харин Монгол орныг гадаадад сурталчлах арга хэлбэр нэлээд явцуу байгааг бид судалгаанаас мэдэж болно. Ялангуяа олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл, монголын тухай аялалын хөтөч лавлах ном, элчин сайдын яамдаас эх орноо сурталчлах арга хэлбэр сайн биш байна. Соёлын аялал жуулчлалыг идэвхитэй хөгжүүлэхэд юуны өмнө Монгол орны талаарх гадаад сурталчилгааг чиглэсэн зорилготой, хэвшиж тогтсон олон талт үйл ажиллагаа болгож хэвшүүлэх шаардлагатай байгаа нь харагдаж байна.

**2.3 Жуулчдын бүрэлдэхүүн**

Манай оронд аялал жуулчлалаар ирж буй хүмүүсийн бүрэлдэхүүнийг графикаар харуулъя.

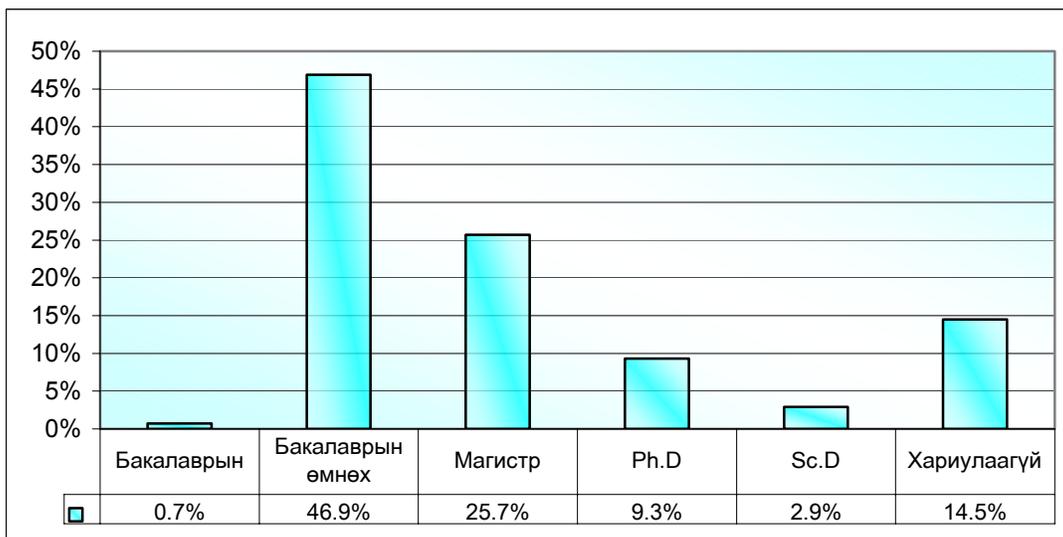
**График 3. Судалгаанд хамрагдагсдын насны бүтэц (хувиар)**



Монголд ирсэн жуулчдын ихэнхийг 26-45 насныхан (52.2%), өндөр боловсролтой (судалгаанд хамрагдагсдын 46.9 % нь бакалавр, 37.9 хувь нь магистраас дээш боловсролтой) хүмүүс эзэлж байна.

Ингэхлээр бид хөгжингүй орны боловсрол мэргэжилтэй, соёлтой, олон улс оронд аялж "юм үзэж, нүд тайлсан" жуулчдад үйлчилж байна гэсэн үг. Ийм үүргийг гүйцэтгэж буй аялал жуулчлалын байгууллага, зочид буудал, ресторан, зоогийн газрынхан юуны өмнө ажлын хариуцлага, үйлчилгээ, тав тухтай орчин, харилцааны соёл, ялангуяа өндөр боловсролтой, Монголын түүх соёлоо сайн мэддэг хөтөч, тайлбарлагч нарын нөөц зэргийг ямагт өндөр түвшинд байлгах шаардлагатай. Дээрх байгууллага, хүмүүсээр төлөөлүүлэн манай орны талаарх сайн, муу сэтгэгдэл, үнэлгээ жуулчдад төрдөг билээ.

**График 4. Судалгаанд хамрагдагсдын боловсролын байдал (хувиар)**



## 2.4. Жуулчлалын хэлбэр

Манай оронд ирж буй гадаадын жуулчид ихэвчлэн (48.9%) бүлэг группээр зохион байгуулалттай жуулчлал хийж байна. Аль ч улс оронд тодорхой аялал жуулчлалын байгууллагаар дамжин олноороо аялах хэлбэр зонхилдог. Гэхдээ манай оронд аялаж буй дөрвөн жуулчин тутмын нэг нь (26.8%) ганцаараа, зургаагаас долоон жуулчин тутмын нэг (15.0%) нь гэр бүлийн хамт ирцгээжээ.

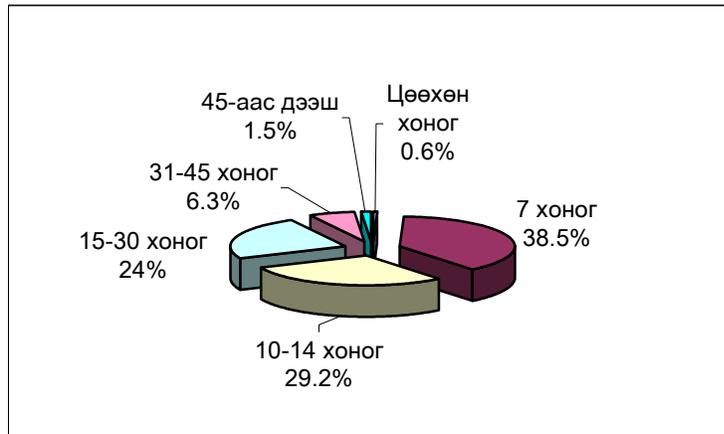
Олноороо ирж буй жуулчлалд багтагсад ихэвчлэн тухайн улс орныг нэг удаа үзэх сонирхолд хөтлөгдсөн байдаг бол ганцаарчилсан ба гэр бүлийн жуулчдын сонирхол нэлээд бат тогтсон, тодорхой зорилгоор ирдэг.

Европын орнуудын жуулчид ганцаараа ирсэн жуулчдын 50.1 хувийг, гэр бүлээрээ ирсэн жуулчдын 30.9 хувийг төлөөлж байгаа нь хамгийн өндөр үзүүлэлт байна. Аль ч улсын жуулчдын дотор гэр бүлээрээ ирэгсэд дунджаар 12-18 хувийг эзлэж байгаагаас АНУ-ын жуулчдын 18.9 хувь, Японы жуулчдын 14.1 хувь нь гэр бүлээрээ иржээ. Энэ нь тухайн жуулчдын сонирхлын асуудал боловч монгол орныг үзэхээр гадаадаас гэр бүлээрээ ирэгсэд нэмэгдэж байгаа нь таатай зүйл мөн.

## 2.5. Аялан жуулчлах хугацаа

Монголд ирж буй жуулчдын ихэнх нь (64.8% нь) 7-14 хоногоор ирдэг аж. Эдгээр жуулчдын аялсан хугацаа дунджаар 14.7 хоног байгаа бөгөөд Монголын аялал жуулчлалын холбооноос 2002 онд явуулсан аялал жуулчлалын талаарх судалгаагаар энэ үзүүлэлт 12.9 хоног гэж гарч байжээ.

График 5. Аялах хугацаа



Манай оронд удаан хугацаагаар ирж буй жуулчдын дийлэнхийг нь Европын орнуудын жуулчид эзэлж байгаа юм. Тэд 10-14 хоногоор ирсэн жуулчдын 30.8 хувь, 15-30 хоногийн хугацаагаар ирэгсдийн 58.0 хувь, 45 хүртэлх хоногоор ирэгсдийн 38.3 хувийг эзэлж байна.

Харин АНУ-ын жуулчдын 35.2 хувь нь, Японы жуулчдын 56.2 хувь нь 7 хоногоор ирж байгаа бөгөөд эдгээр улсын жуулчдын 68.8-87.1 хувь нь 14 хоногийн хугацаатай ирээд буцдаг байна. Азийн бусад орны жуулчид мөн л 7-14 хоногийн хугацаатай ирэх нь нийтлэг

байгаа бөгөөд олон хоногоор ирэх нь Европын орнуудынхаас бага байгааг судалгааны дүнгээс анзаарч болно.

**Хүснэгт 3. Судалгаанд хамрагдсан жуулчдын аяллын хугацааг хамрах зах зээлээр нь харуулсан байдал**

Хамрах зах зээл	Аяллын хугацаа	Цөөн хоног	7 хоног	10-14 хоног	15-30 хоног	31-45 хоног	45-аас дээш хоног	Бүгд
АНУ	мөрөөр %	1.0%	35.2%	33.6%	20.1%	7.9%	2.3%	100.0%
	баганаар %	27.3%	15.8%	19.2%	14.8%	20.9%	25.0%	17.2%
Япон	мөрөөр %		56.2%	30.9%	8.1%	3.5%	1.3%	100.0%
	баганаар %		32.8%	23.0%	7.8%	12.2%	17.9%	22.3%
Европын бусад Орнууд	мөрөөр %	1.1%	30.2%	24.9%	36.5%	6.7%	.6%	100.0%
	баганаар %	63.6%	29.3%	30.8%	58.0%	38.3%	14.3%	37.0%
Азийн бусад орнууд	мөрөөр %		41.7%	40.7%	9.7%	6.0%	1.9%	100.0%
	баганаар %		13.3%	16.6%	5.1%	11.3%	14.3%	12.2%
Бусад орнууд	мөрөөр %	.5%	29.2%	27.2%	29.2%	9.9%	4.0%	100.0%
	баганаар %	9.1%	8.7%	10.4%	14.3%	17.4%	28.6%	11.4%
Бүгд	мөрөөр %	.6%	38.1%	29.9%	23.3%	6.5%	1.6%	100.0%
	баганаар %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Аяллын үргэлжлэх хугацаа, аялалын зорилгоос хамаарах нь мэдээж. Тухайлбал, Монгол орны үзэсгэлэнт байгаль, говийг үзэх, түүх соёл, нүүдлийн амьдралын хэв маяг, хүн ардтай танилцаж мэдэхийг хүсэгчдэд 7-30 хоног хангалттай байдаг бололтой, учир нь дурьдсан хугацаанд давтамж нь жигд тархалттай гэхдээ тэдний олонх (36.5-37.0%) нь 7 хоногоор ирж байна.

Харин шашны ёслолд оролцох, шашин номын ажлаар ирэгсдийн хувьд 15-45 хоногийн урт хугацаатай аялагсад дийлэнх буюу 70.9 хувийг эзэлж байгаа бол тодорхой сонирхолдоо хөтлөгдөж ирсэн жуулчдын дийлэнх (63.2%) нь 7-14 хоногоор аялжээ. Ажил хэргийн үүднээс, бизнес аялал хийгчдийн хувьд хугацааны аль ч ангилалд ойролцоо тархалттай байна.

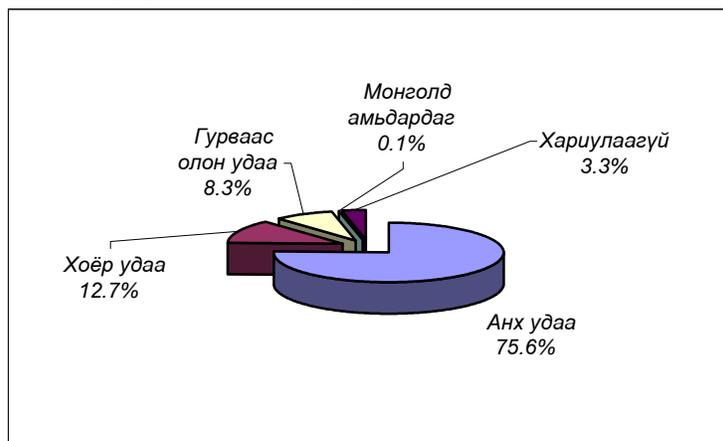
**Хүснэгт 4. Аяллын зорилгыг аяллын үргэлжлэх хугацаагаар нь харуулсан байдал**

Аяллын зорилго	Цөөн өдөр	7 хоног	10-14 хоног	15-30 хоног	31-45 хоног	45-аас дээш
Монгол орны байгалийг үзэж танилцах	0.7	36.5	28.8	29.3	4.2	0.5
Түүх соёл, нүүдлийн амьдрал, хүн ардтай танилцах, мэдэх	0.7	37.0	28.3	28.9	4.5	0.7
Ажил, бизнес хийхээр, хамтран ажиллах	0	26.4	21.1	16.9	24.8	10.7
Шашны ажлаар	0	20.8	4.2	41.7	29.2	4.2
Тусгай сонирхлын /хобби/ дагуу, адал явдал хайж	0	47.4	15.8	18.4	15.8	2.6
Найз нөхөд, хамаатан, ах дүүдээ зочлох	0	32.1	28.6	39.3	0	0
Бусад /дамжин өнгөрөх, энд амьдардаг/	0	75.0	0	0	12.5	12.5

**2.7 Монголд аялсан жуулчид дахин ирж байна уу?**

Манай оронд ирж буцсан жуулчдыг хэд дэх удаагаа ирж байгааг нь сонирхон үзэхэд дараах байдалтай байна.

**График 6. Монголд ирж буй аяллын давтамж**



Графикаас харахад нийт жуулчдын 21.0 хувь нь буюу таван хүн тутмын нэг нь Монголд хоёроос дээш удаа ирсэн байна.

**ГУРАВ. МОНГОЛД ЖУУЛЧИД ХЭРХЭН АЯЛАЖ БАЙНА ВЭ?**

**3.1 Аяллын зорилго**

Манай оронд ирж буй жуулчдын зорилго нэлээн өргөжиж байгаа нь судалгаанаас харагдлаа.

**Хүснэгт 5. Судалгаанд оролцсон жуулчдыг хамрагдах зах зээл, аяллын зорилгоор бүлэглэн харуулсан байдал (% ,баганаар)**

Аялалын зорилго	АНУ	Япон	Европын орнууд	Азийн бусад орнууд	Бусад орнууд
Монголын үзэсгэлэнт байгалийг үзэх	60.0	55.1	70.8	63.4	62.1
Монголын Говийг үзэх	26.1	24.7	31.6	17.2	28.2
Хөх тэнгэр, алтан нарыг үзэх	19.0	19.9	14.8	7.9	14.5
Онгон байгаль	21.3	17.7	27.2	29.5	23.3
Нүүдлийн амьдралтай танилцах	43.2	43.8	51.6	31.3	44.5
Түүх, соёл	31.9	30.1	31.8	19.8	25.6
Хобби /хөгжим, хурдан морины уралдаан, загасчлах, ууланд авирах/	1.6	0.3	1.9	0.4	1.3
Амрахаар, аялахаар, адал явдал хайж	0.6	0	0.3	0	0.4
Наадам, УБ-ыг үзэх, цаа буга үзэх	0.3	0	0.3	0	0.9
Хамаатан садан, хүү, эгч дүү, нөхөр, найз нөхдийндөө айлчлах, тэдэнтэй уулзах	2.6	1.1	1.0	0	1.3
Монгол хүмүүсийг таньж мэдэхээр, тэдэнтэй харилцах	0	0.3	0.3	0	0
Хамтран ажиллах, хамтын ажиллагаа	11.6	11.5	2.8	1.3	8.4
Ажлаар, хурал, семинарт оролцох, судалгаа шинжилгээгээр, хичээл заахаар /	11.6	1.1	3.6	3.1	9.3
Бизнесийн зорилгоор	1.0	0.3	0.7	1.3	2.2
Шашны ажлаар /гандан хийдэд багшлах, сүм					

хийд үзэх, шашны ёслолд оролцох, христийг түгээх	1.9	0	1.2	0.9	2.6
--	-----	---	-----	-----	-----

Монголын үзэсгэлэнт байгаль, түүний онгон төрх, говь хөх тэнгэр зэрэг байгаль газарзүйн болон түүх соёл, нүүдэлчдийн амьдралын онцлогийг сонирхох явдал жуулчдын сонирхлыг өдөөж буй гол сэдэв хэвээр байгаа хэдий ч Монгол оронд хамтран ажиллах (6.4%), судалгаа сургалтын ажил эрхлэх, хурал семинарт оролцох (4.9%), шашин, бизнесийн үйл ажиллагаа эрхлэх (2.2%) зорилгоор ирж буй хүмүүс цөөн тоогоор ч гэсэн байгаа бөгөөд эдний тоо улам өсөх хандлагатай байгаа.

Онцолж хэлмээр нэг зүйл бол манай оронд амьдарч буй гэр бүлийнхэн, хамаатан садантайгаа уулзахаар 50 орчим жуулчин (2.2%) ирсэн байна. Энэ бол монголчуудын амьдралын хэв маягт гарч буй өөрчлөлтийн тусгал мөн. Өөрөөр хэлбэл Монголд амьдардаг, монголчуудтай садан төрлийн холбоо тогтоосон гадаадын иргэдээс жил тутам ойролцоогоор дээрх тооны хүмүүс ирж буцаж байна гэсэн үг. Даяарчлагдаж байгаа орчин үед өөр өөр үндэстэн бүхий гэр бүл хүмүүсийн хоорондын харилцааны нэг шинэ хэлбэр болж байгаа билээ. Түүнээс гадна ажил мэргэжил, анд нөхдийн сайн харилцаа бэхжиж эх орондоо бие биесээ харилцан урьж жуулчлуулах хэлбэр ч манайд бас хөгжиж байгааг судалгааны дээрх дүн нотлож байна.

Судалгаанд хамрагдсан жуулчдын аялалын зорилгыг багцалж үзвэл дараах чиглэлтэй байна. /Хувиар/ Үүнд:

✓ Монгол орны байгалийг үзэж танилцах /давхардсан тоогоор/	132.2
✓ Түүх соёл, нүүдлийн амьдрал, хүн ардтай танилцах, мэдэх	74.5
✓ Ажил, бизнес хийхээр, хамтран ажиллах	12.3
✓ Шашны ажлаар	1.2
✓ Тодорхой сонирхлын /хобби/ дагуу, адал явдал хайж	1.9
✓ Найз нөхөд, хамаатан, ах дүүдээ зочлох	1.4
✓ Бусад /дамжин өнгөрөх, энд амьдардаг/	0.4

### Хүснэгт 6. Аяллын зорилгыг Монголд ирсэн аяллын давтамжаар нь харуулсан байдал

Аяллын зорилго	Анх удаа	2 дахь удаа	3 түүнээс олон удаа	Монголд амьдардаг
Монгол орны байгалийг үзэж танилцах	85.6	9.7	4.7	0
Түүх соёл, нүүдлийн амьдрал, хүн ардтай танилцах, мэдэх	81.6	12.4	5.9	0
Ажил, бизнес хийхээр, хамтран ажиллах	57.3	15.4	27.4	0
Шашны ажлаар	83.3	8.3	4.2	4.2
Тодорхой сонирхлын /хобби/ дагуу, адал явдал хайж	80.6	13.9	5.6	0
Найз нөхөд, хамаатан, ах дүүдээ зочлох	74.1	7.4	18.5	0
Бусад /дамжин өнгөрөх, энд амьдардаг/	55.6	11.1	11.1	22.2

### 3.2 Жуулчид юу сонирхож, юу үзэж байна вэ?

Улс орон болгон эсвэл аялал жуулчлалыг хариуцдаг байгууллага бүхэн аяллын маршрут, хөтөлбөрийн дагуу жуулчдад үйлчилдэг. Энэ утгаар үзвэл гадаадын жуулчдын сонголт хязгаарлагдмал, бэлтгэсэн хөтөлбөр, маршрут, хугацаанд баригддаг. Хөтөлбөр, маршрут нь хэр зохимжтой, манай оронд ирээд заавал үзэх зүйл түүнд багтсан эсэх, жуулчдын зорьж ирсэн зүйлийг хамарсан эсэхэд асуудлын гол ач холбогдол оршино.

Аялал жуулчлалын байгууллага бүр энэ асуудалд харилцан адилгүй хандаж байгаа хэдий ч үндсэндээ нийтлэг шинжтэй гэж болно. Жуулчдыг Гандан хийд, Богд хааны, Үндэсний түүхийн болон Байгалийн музей, Уран зургийн галерей, ардын урлагийн тоглолт, Улсын баяр наадам (энэ үеэр ирвэл) зэргийг Улаанбаатар хотод үзүүлээд дараа нь Говь гурван сайхан, Элсэн тасархай, Хөвсгөл, Тэрэлж, Хархорин гэх мэт газруудаар аялуулах гэсэн хөтөлбөр маршрут манай оронд зонхилж байгаа. Эдгээрээс заримд нь өгсөн жуулчдын үнэлгээ ямар байгааг судалгааны дараах дүн харуулж байна.

**Хүснэгт 7. Түүх соёлын ямар дурсгал Таны сэтгэлийг / анхаарлыг/ татсан бэ?**

*/Давтагдсан тоогоор/*

Гандан хийд	50.2
Хар хорин	38.8
Түрэгийн дурсгал	13.8
Дашчойлин хийд	9.5
Богд хааны музей	1.2
Бусад /Амарбаясгалант, . . . .	3.2

**Хүснэгт 8. Монголын ямар музей Таны сонирхлыг татав?**

*/Давтагдсан тоогоор/*

Байгалийн түүхийн музей	60.2
Үндэсний түүхийн музей	45.1
Богд хааны музей	33.3
Урлагийн галерей	22.8
Дүрслэх урлагийн музей	18.1
Бусад / Чойжин ламын сүм. . .	3.2

Судалгааны хүснэгтээс харахад жуулчдад манайхны голчлон үзүүлдэг музей болон түүхэн дурсгалт газрууд жуулчдаас төдийлөн сайн үнэлгээ аваагүй байна. Арай дөнгүүрт нь Байгалийн түүхийн музей (60.2%), Гандан хийд (50.2%), Үндэсний түүхийн музей (45.1%) оржээ. Бусад нь нийлээд 3.2 хувь (буюу тус бүртээ 0.3-1.0%)- ийн үнэлгээтэй байна.

Бидний судалгаанд хамрагдагсдын ихэнх нь дээрх музей, дурсгалт газруудыг үзээгүй байж болох юм. Учир нь бид судалгааг тухайн объектод очсон эсэхийг харгалзалгүй санамсаргүй түүврийн аргаар сонгосон билээ. Гэхдээ л манай оронд жуулчдын нүдийг хужирладаг, тэдэнд заавал үзүүлдэг газрууд маань жуулчдаас олигтой үнэлгээ авч чадахгүй, тэдний сонирхлыг татаж чадахгүй байна гэсэн судалгааны дүнг үгүйсгэж болохгүй.

*Жуулчны байгууллагын ажилтны ярианаас: . . .Хархоринг үзүүлнэ гээд аваад очиход жуулчид үнэхээр сэтгэл дундуур байдаг. Бид үүнийг л үзэх гэж ийм хол давхисан хэрэг үү гэх нь ч байдаг . . .*

***Аялал жуулчлалын байгууллага, ажилтны судалгааны материалыас***

Үзүүлэх юм ховордсондоо бус хэрхэн яаж үзүүлж, ямар үйлчилгээ явуулж байгаатай дээрх үнэлгээ холбоотой болов уу. Өөрөөр хэлбэл хүний анхаарал татах, сонирхол төрүүлэх түвшинд үзмэрээ дэлгэж үзүүлэх, тайлбарлаж таниулах, шинэ маршрут гаргаж шинэ шинэ бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх шаардлагатай, нөгөө талаар түүх соёлын дурсгалт зүйлс, үзмэрээ додомдож, сэргээн засварлах ажил ч тааруу байгаа төдийгүй илт үгүйлэгдэж байна.

*..Музейн үзмэрүүдийг олон нийтийн сонирхлыг татахуйц, маягаар дэлгэн харуулах хэрэгтэй байна. Үнэт сонин үзмэрүүд бий боловч тэр чанарыг нь тод харуулахаар дэлгэн үзүүлэх тал дээр дутагдалтай байна. Өөрөөр хэлбэл, музейн интерьерийг дэлхийн төвшинд аваачихад гадны туршлага, мэдлэгээс суралцах, тусламжийг авч ашиглах шаардлагатай байна. Музейн тайлбарлагч нарын мэдлэг, хэл ярианы чадвар муу байна. Энэ нь тухайн үзмэрийг хүнд хүргэх бас нэг чухал арга зам шүү дээ..36 настай.эмэгтэй, аялал жуулчлалын менежер*

***Аялал Жуулчлалын байгууллагын судалгаа, 2004***

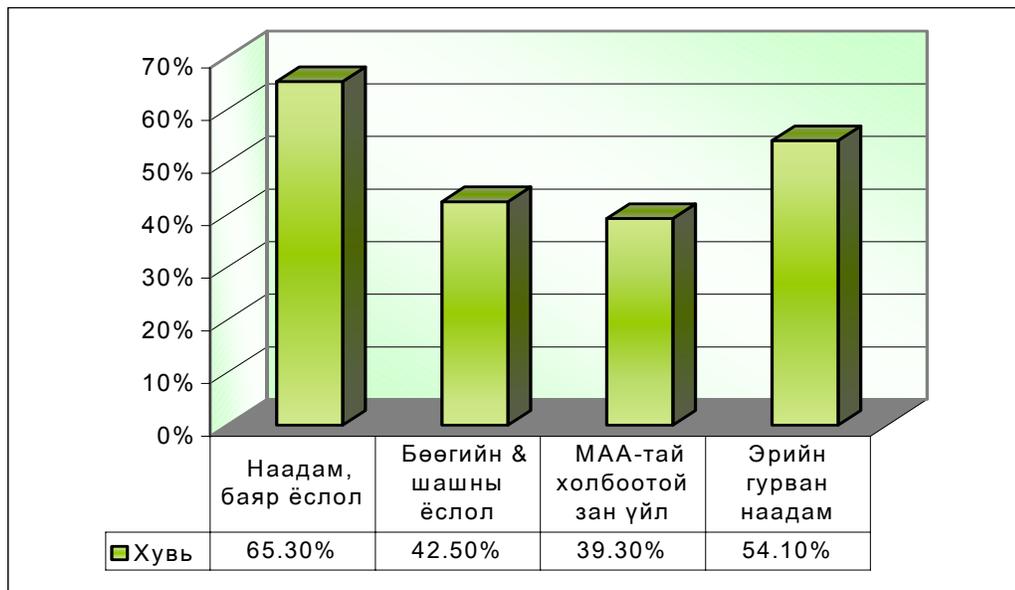
Аялалын хөтөч, орчуулагч нь үзүүлж буй зүйлийнхээ талаар мэдлэггүй эсвэл музейн тайлбарлагч нь гадаад хэлний мэдлэг хомс байгаатай дээрх дутагдал ямар нэгэн байдлаар холбогдоно. Нөгөө талаар аялал жуулчлалын байгууллага болон соёл урлагийн байгууллагын хооронд жуулчдад хэрхэн яаж үйлчлэх талаар хамтын ажиллагааны чанд

тогтсон горим, идэвхи санаачлага үгүйлэгдэж байгааг хэлэх хэрэгтэй. Мөн үйлчилгээний болон харилцааны соёлын түвшин жуулчдын сэтгэгдэлд чухал нөлөөтэйг ямагт (өдөр, цаг тутамд) анхаарч явах ёстойг тэмдэглэж байна.

### 3.3 Жуулчид юу үзэхийг хүсдэг вэ?

Манай оронд ирж буй жуулчид ихэвчлэн ард түмний ёс заншил, амьдрал ахуй, баяр наадамтай холбоотой зан үйлийг илүүтэй сонирхож байна. Тухайлбал, баяр ёслол, төрөл бүрийн наадам (65.3%), бөөгийн болон шашны ёслол (42.5%), мал аж ахуйтай холбоотой зан үйл (39.3%), эрийн гурван наадам (54.1%) зэргийг сонирхон үзэх хүсэлтэйгээ илэрхийлжээ.

**График 7. Жуулчдын оролцохыг хүсэж буй соёлын үйл явдал, баяр ёслол**

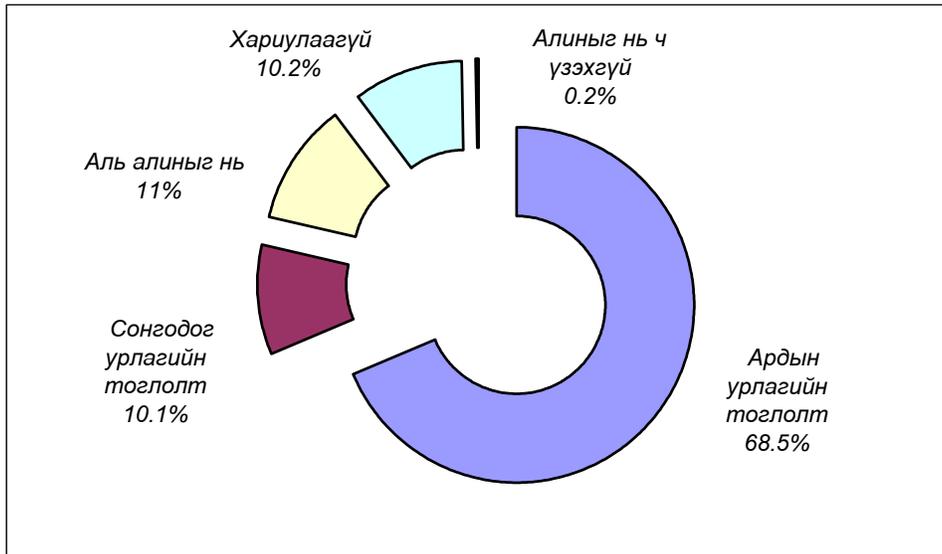


Ардын урлагийн тоглолт жуулчдын сонирхолд ихээхэн таашаагдаж байна. Ер нь аялал, жуулчлалын үеэр тэдэнд зориулсан ардын урлагийн тоглолт тогтмол явагддаг нь үүнд нөлөөтэй. УАДБЭЧ, Морин хуурын чуулга, Түмэн эх зэрэг хөгжмийн театр, чуулгын тоглолт олны сэтгэлийг илүү татсан байна. Тухайлбал, УАДБЭЧ-ын нийт орлогын 50 орчим, үзвэр үйлчилгээний орлогын 90 орчим хувь нь жуулчдад тоглосон тоглолтын орлогоос бүрдэж байна.

**Хүснэгт № 9 Төвийн мэргэжлийн урлагийн байгууллагын 2002, 2003 оны зарим үзүүлэлт**

Д/д	Үзүүлэлт	Он, байгууллагын нэр														
		2002 он							2003 он							
		Улсын драмын эрдмийн театр	УДБ эрдмийн театр	Хүүхэдлэйн театр	ДБУЭТеатр	Улсын филармони	Улсын цирк	Байгууллагууды н нийт дүн	Улсын драмын эрдмийн театр	УДБ эрдмийн чуулга	Хүүхэдлэйн театр	ДБУЭТеатр	Улсын филармони	Улсын цирк	Байгууллагууды н нийт дүн	Харьцуулсан хувь
1	Нийт зардал /сая.төг/	227,6	171,4	28,16	283,7	159,1	312,5	118,46	191,5	184,8	40,5	330,1	159,1	236,5	1142,50	96.6
2	Нийт орлого /сая.төг/	64,41	47,4	31,68	54,5	11,1	189,6	398,69	57,0	47,0	37,2	32,2	8,2	77,4	259,00	64.9
3	Үүнээс үзвэр үйлчилгээний орлого /сая.төг/	56,96	25,1	2,94	17,6	7,1	138,6	248,3	43,8	27,0	2,09	23,5	6,2	64,7	167,29	65.9
4	Гадаадын жуулчдад үзүүлсэн үйлчилгээний орлого /сая.төг/	0	22,3	0	0	1,0	4,6	27,9		25,6	0	0	1,6	2,1	29,30	105.0
5	Бусад орлого /сая.төг/	7,46						7,46	13,2						13,20	176.9
6	Нийт үзэгчид	20710	12000	11700	20600	58400	369500	492910	23031	16000	11000	22800	21600	109250	203681,00	41.3
7	Үүнээс гадаадын жуулчид	0	3400	0	0	200		7,0	0	3800	0	0	320	2500	6620,00	129.8
8	Жуулчдын орлогын нийт орлогод эзлэх хувь	0	47,04	0	0	9,0		11,2	0	54,5	0	0	19,51	2,7	11,3	4.3
9	Жуулчдын үйлчилгээний орлогын үзвэрийн орлогод эзлэх хувь	0	88,84	0	0	14,0		2,35	0	94,8	0	0	25,8	3,2	17,5	6.3
10	Жуулчдын орлогын нийт зардалд эзлэх%	0	13,01	0	0	0,6		1,03	0	14,1	0	0	1,0	0,88	2,56	0.21
11	Гадаадын жуулчдын нийт үзэгчдэд эзлэх хувь	0	28,33	0	0	0,34			0	23,75	0		1,48	2,28	3,25	2.22

**График 8. Жуулчдын үзэж сонирхохыг хүсэж буй урлагийн тоглолт**



Сонгодог урлагийн тоглолт үзэх сонирхол судалгаанд бага хувьтай гарсан байна. Энэ нь аялал жуулчлалын улиралд ийм тоглолтыг идэвхитэй зохион байгуулдаггүйтэй холбоотой. Дэлхийн сонгодог уран бүтээлийг монголчууд ямар төвшинд тоглож байгааг жуулчдад үзүүлэх нь манай орны аялал жуулчлалын хөтөлбөрт заавал тусгагдах ёстой зүйлийн нэг мөн билээ.

### **3.4 Жуулчид юунд сэтгэл дундуур байна вэ?**

Жуулчид тухайн орны талаар төрсөн тааламжгүй сэтгэгдлээ тэр болгон илэрхийлээд байдаггүй нь хаана ч тохиолддог нийтлэг зүйл. Ийм байдал ч манай судалгаанаас харагдсан юм. Судалгаанд хамрагдагсдын ихэнх нь (51.4%) энэ асуултанд хариулаагүй юм.

Жуулчдын өгч буй таагүй үнэлгээ юуны өмнө зочид буудал, аялалын тав тухгүй байдал(дуу чимээ, тохижилт)-тай холбогдож байна. Энэ байдлыг судалгаанд оролцогсдын 19.9 хувь буюу таван хүн тутмын нэг нь сөргөөр үнэлсэн байна.

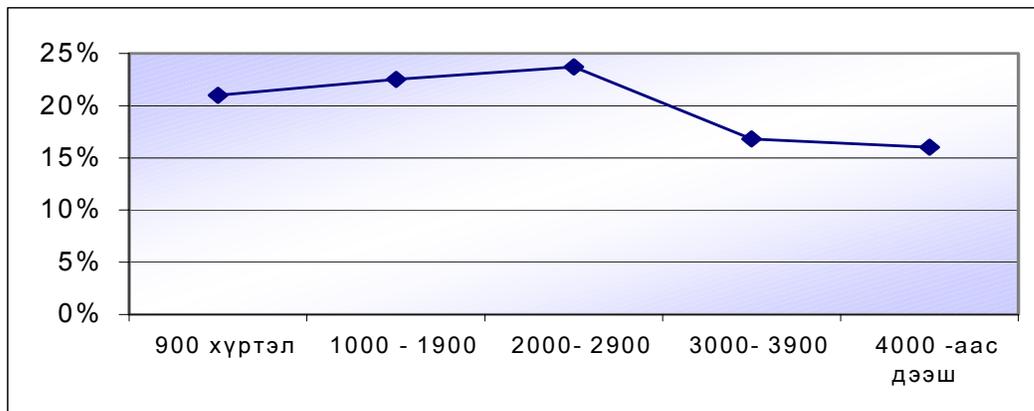
Үүний дараа "Жуулчны байгууллагын үйлчилгээний чанар муу" (11.2%) гэсэн үнэлгээ оржээ. Эдгээр үнэлгээний цаана манай орны хөгжлийн төвшингийн бодит бэрхшээл оршиж байгааг бараг хэн хүнгүй, судалгаатай судалгаагүй сайн мэдэж буй асуудал билээ.

Жуулчдад үйлчлэх гэсэн чин сэтгэл, тэмүүлэл, наанадаж өөрийн байгууллага, цаанадаж улсынхаа нэр хүндийг бодож хамгаалсан ашиг сонирхол, хөнгөн шуурхай соёлтой үйлчилгээний технологийг хэрэгжүүлснээр дээрх бодит бэрхшээлийг багасгаж чадна. Энэ талаар гойд анхаарах ёстой бөгөөд гадаадын жуулчдад үйлчлэх аялал жуулчлалын мэргэжилтнүүдийг чадваржуулах, үйлчилгээ, үйлдвэрлэлийн чанарыг олон улсын жишигт хүргэж төлөвшүүлэх шаардлага ч дэвшигдэж байна.

### 3.5 Аяллын зардал

Манай оронд аялан ирсэн жуулчид 900-35000 хүртэлх ам. долларын зардал гаргадаг гэсэн үзүүлэлт манай судалгаанаас гарч байна. Энэ бол тойм төдий үзүүлэлт юм. Жуулчид энэ асуултанд хариулах сонирхол багатай байсныг энэ тайлангийн арга зүй, аргачлалын хэсэгт бид онцлон тэмдэглэсэн билээ.

График 9. Аяллын нийт зардал (доллараар)

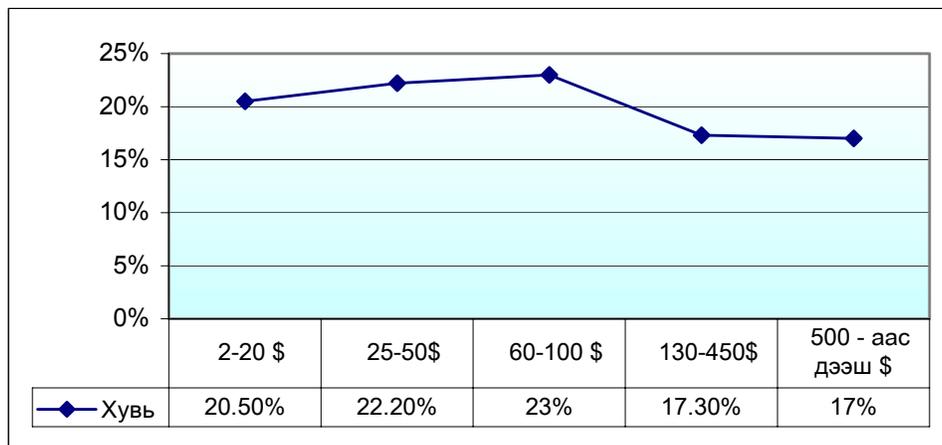


Зардлын тархалтын хэмжээ 1000\$-1900\$ гэсэн интервалд 22.5 хувь, 2000\$-2900\$ гэсэн интервалд 23.7 хувь байгаа нь хамгийн өндөр үзүүлэлт юм. Дунджаар нэг жуулчин 2694 долларын зардал гаргасан байна. Энэ үзүүлэлт 2002 онд Аялал жуулчлалын холбооноос явуулсан судалгаанд 2133 ам доллар байна.

#### 3.5.1 Соёлын үйл ажиллагаанд зарцуулсан зардал

Жуулчдын зардлын зохих хэсгийг соёлын үйл ажиллагаанд зарцуулах зардал эзэлдэг бөгөөд тэд энэ үйл ажиллагаанд дунджаар 279 ам доллар зарцуулсан нь бусад төрөлтэй харьцуулахад хамгийн бага байгаа юм. Энэ нь манай оронд соёлын үзвэр үйлчилгээний үнэ тариф харьцангуй хямд байдагтай холбогдоно.

График 10. Соёлын үйл ажиллагааны зардал (доллараар)

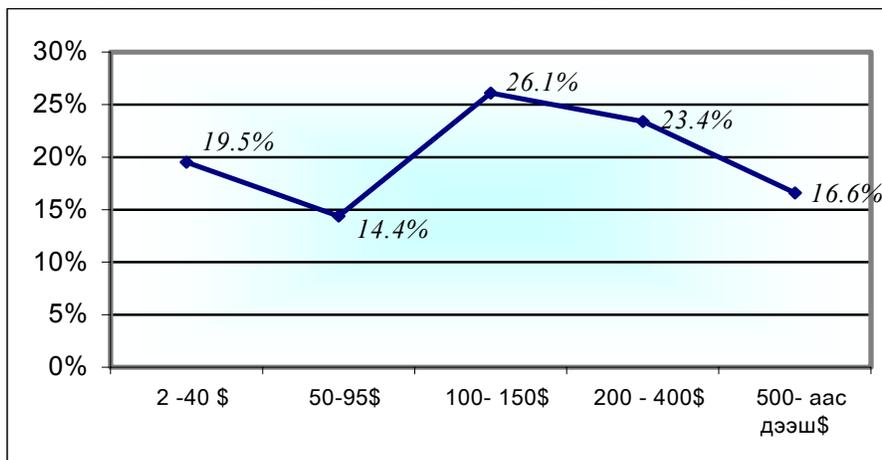


Соёлын үйл ажиллагаанд 500 ам доллараас дээш зардал гаргасан хүмүүсийн 23.4 хувийг Японы жуулчид, 19.1 хувийг АНУ жуулчид эзэлж байгаа нь тухайн үзүүлэлтийн дээд доод утга болж байна.

### 3.5.2 Бэлэг дурсгалын зүйл авахад гаргасан зардал

Аялаж жуулчилсан орноосоо бэлэг дурсгалын зүйлс худалдан авах нь жуулчин бүрт зайлшгүй шаардлагатай.

График 11. Бэлэг дурсгал авахад гарсан зардал (доллараар)



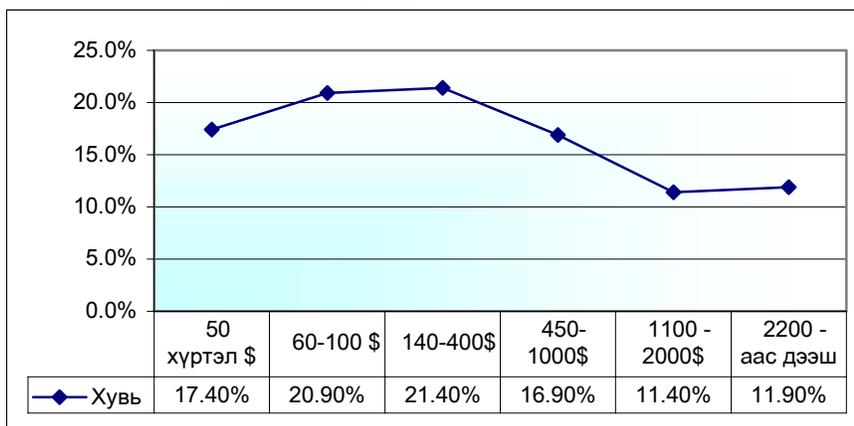
Манай судалгаанд хамрагдсан жуулчид 100-400 ам долларын үнэтэй бэлэг дурсгал худалдан авах нь хамгийн өндөр тархалттай (49.5%) байгаа бөгөөд нэг жуулчин дунджаар 309 ам долларын бэлэг дурсгал худалдан авчээ. Харьцангуй өндөр үнэтэй (5000 ам доллар хүртэлх) бэлэг дурсгал худалдан авсан жуулчин 16.6 хувийг эзлэж байна.

500 ам долларын бэлэг дурсгалын зүйл худалдан авсан жуулчдын 22.7 хувийг АНУ, мөн 22.7 хувийг Японыхон, 25.8 хувийг Европын орныхон тус тус эзэлж байна.

### 3.5.3 Бусад зардал

Ийм төрлийн зардал жуулчдын зардлын ихэнх хувийг эзлэж байгаа юм. Эдгээр зүйлд дунджаар 1259 ам доллар зарцуулсан байна.

График 12. Аяллын бусад зардал(доллараар)



Бусад төрлийн зардалд буудал, унаа, үйлчилгээнд зориулсан мөнгө үндсэндээ багтаж байгаа юм. Гэхдээ жуулчин бүрт нэг адил утгаар буюугагүй бололтой. Ер нь жуулчдын зардлын талаарх судалгааны дүн ерөнхий жишиг байдлыг харуулах төдий зүйл гэдгийг дахин тэмдэглэе.

## ДӨРӨВ. ЖУУЛЧИДТАЙ ХОЛБОГДОХ САНАЛ, ДҮГНЭЛТ

### **4.1 Гадаад дахь сурталчилгааны талаар**

- Монголын талаарх гадаад сурталчилгааг соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх асуудалтай нягт холбох.,
- Манай орны байгаль, түүх, соёл, урлаг спорт, нүүдэлчний аж амьдралтай холбогдол бүхий лавлах ном товхимол, сурталчилгааны материалыг гадаад хэл (англи, япон, солонгос, герман г.м )- ээр хэвлэж байх.,
- Аялал жуулчлалын мэдээллийн орчин үеийн технологийг сайжруулах.,
- Аялал жуулчлалын гадаад зах зээл дээр Монгол орны талаарх маркетингийн тогтсон дүр зураг имиджийг бүрдүүлэх.,
- Гадаадад ажиллаж буй Элчин сайдын яамдын үйл ажиллагаанд монголд аялуулах асуудлыг тогтмол тусгаж хэвших.,
- Томоохон аялал жуулчлалын компани, байгууллагаас энэ талаар зохиох ажлыг чанаржуулах, тэдгээрийн үйл ажиллагааны талаарх сурталчилгааны материалыг дэлхийн улс орнуудын аялал жуулчлалын сүлжээнд хамруулж өргөжүүлэх.,
- Монгол дахь соёлын аялал жуулчлалын төрөл, хэлбэр, соёлын үйл явдлуудын талаарх мэдээллийг олон улсын хамтын ажиллагааны байгууллага, төлөөлөгчдөөр дамжуулах түгээх.,

### **4.2 Аялал жуулчлалын талаар дотооддоо хийх ажил**

- Монголын аялал жуулчлалын дэд бүтцийг сайжруулахад онцгой анхаарах
- Аялал жуулчлалын байгууллагуудын ажлын үндсэн чиг үүрэг, хөтөлбөр, үйл ажиллагааны хэлбэрийг соёлын аялал жуулчлалд хандуулах
- Аялал жуулчлалын мэдээллийн үндэсний төвийг орчин үеийн техник технологийн өндөр түвшинд байгуулан ажиллуулах
- Аялалын улиралыг уртасгахад анхаарч, гадаадын жуулчдад зориулсан аялалын маршрут, хөтөлбөрийн боломжтой хувилбарыг олшруулж, соёл урлаг, аялал жуулчлалын салбарын хамтын ажиллагааг эрчимжүүлэх
- Дотоодын аялал жуулчлалтай холбогдох лавлагаа, аялалын хөтөч ном, түүх соёлын дурсгалт зүйлийн каталог, цомог, CD, товхимол, газрын зураг материалыг чанарын шинэ түвшинд бүтээж түгээх ажлыг өргөжүүлэх
- Соёлын аялал жуулчлалын мэргэжилтэнг олон улсын стандартад нийцүүлэн бэлтгэх
- Гадаадын жуулчдад үзүүлж сонирхуулах нийтлэг хөтөлбөрийг түүх, соёл, урлаг, аж байдал, зан үйл, баяр ёслол, наадам тэмцээн гэх мэтээр төрөлжүүлэн боловсруулж, аялал жуулчлалын байгууллагуудын үйл ажиллагааны баримтлал зохих чиглэл болгож мөрдөх
- Авто хөсгөөр хол аялах замын дагуу аялал жуулчлалын шинэ бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ, үзвэрийн цэгүүдийг зохион байгуулах
- Монголд хүрэлцэн ирэх олон талт уян хатан орцыг нэмэгдүүлэх

- Орон нутгийн хүн амыг аялал жуулчлалын үйл ажиллагаанд татан оролцуулах үйлчилгээний менежментийг боловсронгуй болгох
- Аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх үндэсний хөтөлбөр болон аймгуудын дэд хөтөлбөрүүдэд соёлын аялал жуулчлалыг орон нутгийн онцлогт тохируулан хөгжүүлэх асуудлыг тодорхой тусгаж, аймаг орон нутгийн соёл урлаг, аялал жуулчлалын байгууллагуудын хамтын ажиллагааг идэвхижүүлэх

## ТАВ. АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛЫН БАЙГУУЛЛАГА

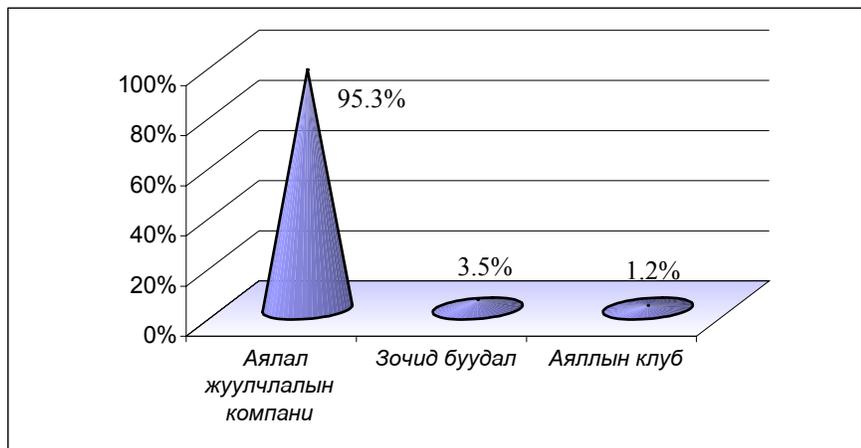
### 5.1 Судлах асуудлын үндэслэл

Манай оронд аялал жуулчлал эрхэлж буй аж ахуйн нэгж 210 гаруй байдаг ч гэсэн тэдгээрийн материаллаг бааз, үндсэн ба эргэлтийн хөрөнгийн чадавхи, ажиллагсдын бүрэлдэхүүн, мэргэжлийн ур чадвар, үйл ажиллагааны үндсэн чиглэл, аялагчдын сонирхлыг татах, тэдэнд үйлчилж танигдсан байдал зэргийг сайтар нягталж судласан, олон нийтэд таниулсан мэдээлэл дутмаг байна.

2002 оноос эхлэн Монголын аялал жуулчлалын газраас эрхлэн харъяа байгууллагуудын үйл ажиллагаанд хяналт тавих, аттестатчилах, мэргэжлийн хөтөч, тогооч, үйлчлэгч нарыг тодорхой шалгуураар сонгох, гадаадын жуулчдын дунд судалгаа явуулж дүгнэх зэрэг ажил хийж эхэлсэн нь сайшаалтай боловч энэ талаарх ажлыг чанарын шинэ шатанд гаргах шаардлагатай байгаа нь бидний судалгаа болон мэргэжлийн байгууллагуудын үнэлгээ дүгнэлтээс тодорхой байна.

Бид энэ төслийн хүрээнд аялал жуулчлалын байгууллагатай холбогдсон дээрх асуудлуудыг хөндөхдөө манай оронд соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нөхцөл боломж ямар байгааг тодорхойлохыг зорьсон билээ. Манай судалгаанд Архангай, Баян-Өлгий, Өвөрхангай, Өмнөговь, Ховд, Хөвсгөл, Улаанбаатарын аялал жуулчлал эрхэлдэг 86 аж ахуйн нэгж хамрагдлаа.

**График 13. Судалгаанд хамрагдсан аялал жуулчлалын байгууллага**



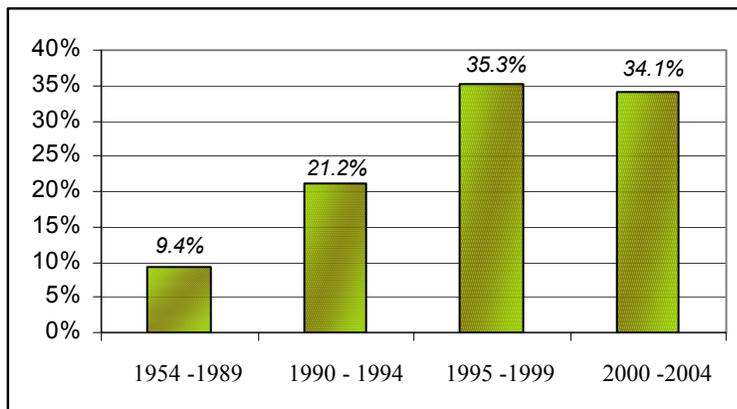
Судалгааны үндсэн объектын дийлэнх хэсгийг аялал жуулчлалын томоохон компани эзлэж байгаа боловч судалгааг тэдгээрийн анхдагч нэгж зочид буудал, жуулчны бааз, отог, аялалын клубт түшиглэсэн гэдгийг тэмдэглэж байна.

## 5.2 Аялал жуулчлалын орчин үеийн байгууллагын төлөвшил, үйл ажиллагааны чиглэл

### 5.2.1 Ажлын туршилага

Манай оронд аялал жуулчлал эртнээс улбаатай хэдий ч зах зээлийн чиглэмжтэй аялал жуулчлал хөгжөөд төдий л удаагүй байна. 1990-ээд оноос өмнө төрийн мэдлийн "Жуулчин" нэртэй байгууллага гадаадын аялал жуулчлалыг дангаар хариуцаж "Улаанбаатар", "Баянгол" зочид буудал, "Говь гурван сайхан", "Тэрэлж" зэрэг жуулчдын баазад үйлчилдэг байсан тогтолцоо өөрчлөгдөж, энэ салбарт хувийн хэвшил хүчтэй нэвтэрсэн билээ. Манай судалгаанд хамрагдсан аялал жуулчлалын байгууллагын 90.6 хувь нь 1990 оноос, 69.4 хувь нь 1995 оноос хойш байгуулагдсан байна.

График 14. Судалгаанд хамрагдсан аялал жуулчлалын байгууллагын байгуулагдсан жил



Энэ нь нэг талаас аялал жуулчлалыг чөлөөтэй хөгжүүлэх зорилгыг төрийн бодлогын хэмжээнд тавьсан, гадаадын жуулчдын тоо жил тутам өсч байгаатай холбогдохын зэрэгцээ тухайн салбараас олох эдийн засгийн үр ашигтай ч бас холбогдоно. Тиймээс аялал жуулчлал эрхлэх нь хувийн хэвшлийнхний сонирхлыг ихэд татаж богино хугацаанд олноор байгуулагджээ.

Шинэ тутам байгуулагдсан аялал жуулчлалын байгууллага үйл ажиллагааны чиглэлээ оновчтой сонгож хэвшүүлээгүй, мэргэжлийн ажиллах хүчин дутмаг, аж ахуйн хүчин чадал сул дорой, жуулчдыг татах арга хэлбэрээ олоогүй зэрэг бэрхшээл, дутагдал тохиолдож байгаа нь манай оронд шинэ хэлбэрийн аялал жуулчлалын тогтолцоо сүүлийн арваадхан жилд бүрэлдэж байгаатай холбоотой юм.

Судалгаанд хамрагдсан байгууллагуудын үйл ажиллагаагаа явуулсан хугацаа дунджаар 6 жилээр тооцогдож байна. Ингэхлээр дээрх бэрхшээл тохиолдох нь мэдээж хэрэг боловч жил ирэх тутам нөхцөл байдал эрх биш сайжран дээрдэж байгааг тэмдэглэх хэрэгтэй.

*Баян-Өлгий аймагт үйл ажиллагаа явуулж буй 7 компаниас "Алтай тоур", "Ийгл-тоур", "Орман-ан", Өмнөговь аймагт үйл ажиллагаа явуулж буй 14 компаниас "Говийн гурван тэмээ", "Жуулчин Ханбогд", "Төвшин тоур", Хөвсгөл аймагт үйл ажиллагаа явуулж буй 21 байгууллагаас "Тойлогт", Байгаль үүд", "Хөвсгөл Хангарьд", "Мон травэл" зэрэг жуулчны баазууд үйл ажиллагаа нь харьцангуй сайн тогтмолжсон болох нь мэргэжлийн хяналтын улсын албаны үзлийн дүн, тухайн ажил хариуцсан орон нутгийн мэргэжилтнүүдийн үнэлгээ болон бидний явуулсан судалгаанаас харагдсан юм. Эдгээрээс ялангуяа "Говийн гурван тэмээ" ХХК-ны "Булагтай" жуулчны бааз 2001 оноос үйл ажиллагаа эхэлсэн боловч харьцангуй богино хугацаанд үйл ажиллагаа нь жигдэрч, жуулчин хүлээн авах тус бүртээ 2 ор бүхий монгол гэрүүд, ээлжиндээ 30 хүнд үйлчлэх баар, ээлжиндээ эрэгтэй, эмэгтэй тус бүр 10 хүнд зэрэг үйлчлэх халуун ус, шүршүүр, угаалгын газарын*

үйлчилгээний чанар, тусгайлан тоногдсон хээрийн хоолны автомашинтай зэргээр бусдаас ихээхэн давуу байна. “Жуулчин Ханбогд” бааз УБ болон аймагтай холбогдсон холбооны шугамтай, жуулчдад од харуулах дуран авиатай, Рой Эндрюсийн 1920-иод онд Монголын говьд хийсэн судалгааны ажлын тухай баримтат киног гийчиддээ үзүүлж аялалыг аль болох соёлын агуулгаар баяжуулан хөгжүүлэхийг эрмэлздэг нь жуулчдад өндөр сэтгэдэл төрүүлж байна.

Ийнхүү аялал жуулчлалын байгууллагууд өсөн дэвшиж Монгол дахь аялал жуулчлалын нэр хүндийг дээшлүүлэхэд чухал нөлөө үзүүлж байна.

### 5.2.2 Үйл ажиллагааны хэлбэр

#### Хүснэгт 10. Аялал жуулчлалын салбарт явуулдаг үйл ажиллагааны чиглэл

Аялалын төрөл	Хувь
Олон төрлийн аялал / морин, усан онгоцоор аялуулах	15.3
Соёлын жуулчлал /түүх соёлын газраар аялуулах	12.5
Ан агнуур	11.1
Байгалийн аялал жуулчлал	8.3
Спортын аялал //дугуй, уулын,	8.3
Адал явдлын аялал	2.8
Эко туризм	1.4
Жуулчны баазаар үйлчлэх	45.8
Тур оператур /зуучлах /	18.1
Зочид буудлаар үйлчлэх	6.9
Худалдаа үйлчилгээ	4.2
Тээвэр визний үйлчилгээ хийх	1.4
Олон Улсын аялал жуулчлал	4.2
Бүргэдчдийн баярыг ивээн тэтгэдэг	1.4
Гадаадын хөрөнгө оруулалтыг татан оруулах	1.4
Зөвлөгөө мэдээлэл өгөх /аялал жуулчлалын талаарх/	1.4

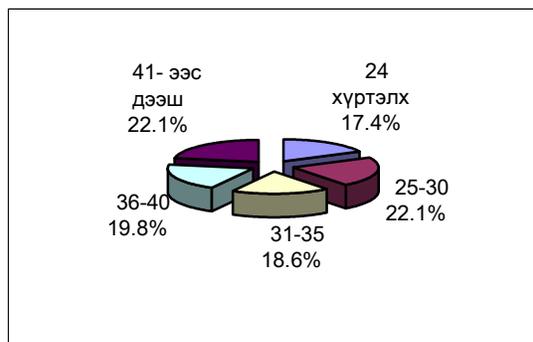
Судалгааны энэ дүнгээс манай аялал жуулчлалын байгууллагууд олон төрлийн үйл ажиллагаа эрхэлдэг нь ойлгомжтой байна. Гэхдээ уламжлал болсон түүх соёлын өв болон байгалийн үзэсгэлэнт газраар аялуулах хэлбэр зонхилсон хэвээр байх нь зайлшгүй боловч дагалдах, нэмэлт үйлчилгээ, бүтээгдэхүүнийг шинээр буй болгох талаар аялал жуулчлал, соёл урлагийн болон бусад байгууллагуудын хамтын ажиллагааг өргөжүүлэн идэвхижүүлэх шаардлагатай байгаа нь энэ судалгаанаас харагдаж байна.

Байрлаж буй газар нутгийн онцлогийг харгалзан зугаатай аялал, тэмцээн зохиох, эсвэл иргэний аж байдлын болон шашны зан үйлийг үзүүлэх зэрэг жуулчдын сэтгэлд хоногшсон ажил зохиож тухайн аялал жуулчлалын бааз, буудал, отогийн онцлогийг илэрхийлвэл зохистой санагдана. Түүх соёлын дурсгалт газар, байгалийн аялал жуулчлал, спортын ба явган, морь, тэмээн аялал гэх мэт төрөлжсөн жуулчлалыг чанартай хөгжүүлэх шаардлага их байна.

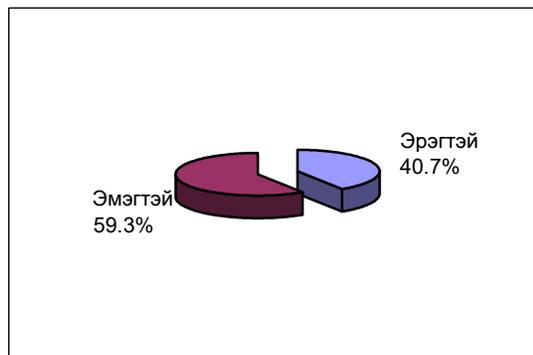
### 5.3 Ажиллагсдын бүрэлдэхүүн

Тухайн аялал жуулчлалын байгууллагад ажиллагсдын нийгэм-хүн ам зүйн бүрэлдэхүүн, боловсрол мэргэжлийн бүтэц тэдний ажлын амжилт үр дүнд чухал нөлөө үзүүлдэг.

**График 15. Насны бүтэц**



**График 16. Хүйсийн байдал**

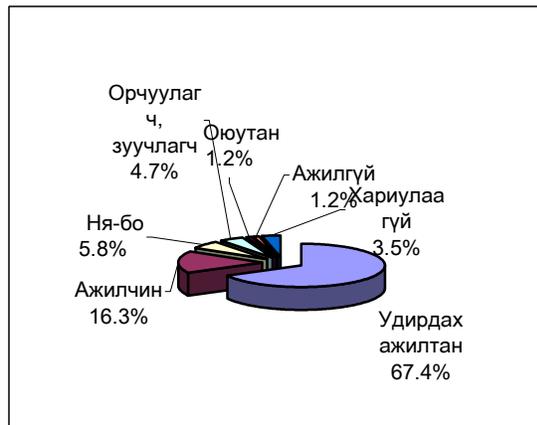


Судалгаанаас дүгнэхэд манай орны аялал жуулчлалын байгууллагад өндөр боловсрол, мэргэжил бүхий ажлын туршлага хуримтлуулсан дунд хэрийн насныхан зонхилон ажилладаг дүр зураг гарч байна.

**График 17. Боловсролын байдал**



**График 18. Эрхлэж буй ажил**



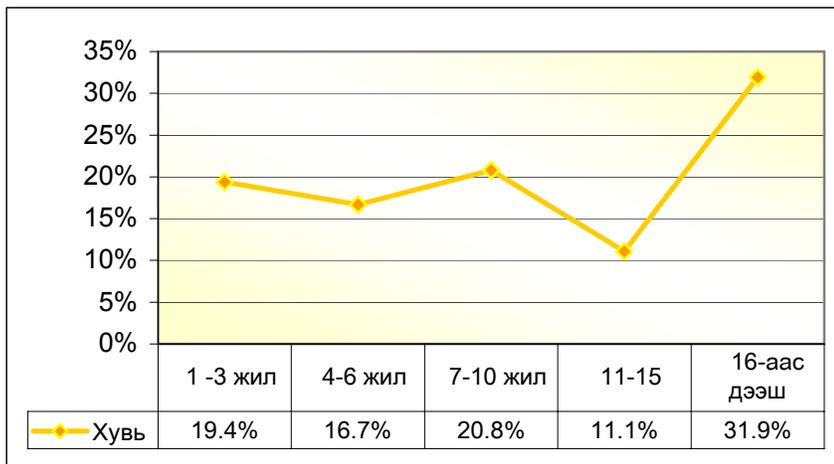
Мэргэжлийн хувьд гадаад хэлний орчуулагч, худалдаа эдийн засгийн мэргэжлийг эзэмшсэн хүмүүс энэ салбарт түлхүү ажиллаж байна.

**Хүснэгт 11. Аялал жуулчлалын салбарт ажиллагсдын мэргэжил, мэргэшсэн ажил үйлчилгээний чиглэл**

Мэргэжил, мэргэшсэн чиглэл	Хувь
Орчуулагч, гадаад хэлний багш //англи, герман, франц/	21.4
Инженер, эдийн засагч	21.4
Загвар зохион бүтээгч	2.4
Аялал жуулчлалын менежер	13.1
Хуульч	6.0
Олон улсын харилцаа, олон улсын худалдаа	3.6
Антропологич, археологич, геологич	3.6
Жолооч, сантехникч	20.2
Бусад / Эмч, Дасгалжуулагч, Тогооч, Чанар шалгагч/	4.8
Хариулаагүй	3.6
Бүгд	100.0

Тэдний нийт ажилласан жилийн дундаж 12.3 жил, аялал жуулчлалын байгууллагад ажилласан жилийн дундаж 5.8 жил байгаа нь тэднийг харьцангуй туршлагажиж буй ажиллагсад болохыг илэрхийлнэ.

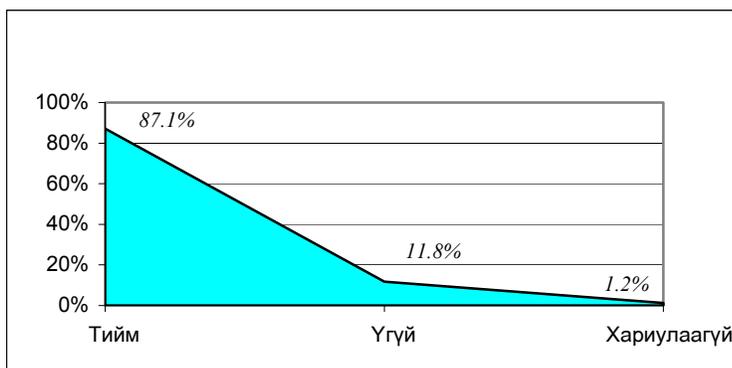
**График 19. Аялал жуулчлалын салбарт ажиллагсдын нийт ажилласан жил**



#### 5.4 Аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх талаарх санал дүгнэлт

Олон улсын тавцанд Монгол улсынхаа нэрийг өргөх, гадаад харилцаагаа өргөжүүлэх, эдийн засгийн хөгжилд энэ салбарын ач холбогдлыг дээшлүүлэх зэрэг зорилт нь манай оронд аялал жуулчлалыг эрчимтэй хөгжүүлэх, түүнийг эрхэлсэн байгууллагуудын чадавхийг нэмэгдүүлж үйл ажиллагааг нь өргөжүүлэхийг зүй ёсоор шаардаж байгаа юм. Манай судалгаанд хамрагдсан аялал жуулчлалын байгууллагын 90 шахам хувь өөрсдийн үйл ажиллагааны чиглэлийг өөрчлөх, өргөтгөх сонирхолтой байна.

**График 20. Аялал жуулчлалын байгууллагын үйл ажиллагааны чиглэл өөрчлөгдөх эсэх талаар явуулсан санал асуулгын дүнгээс үзэхэд**



Гадаадаас хэдэн жуулчинг дунджаар 7-10 хоногоор аваад тогтсон маршрутын дагуу ганц хоёр хоног юм үзүүлэх төдий, ихэнхидээ зочид буудалд байрлуулах маягаар аялал жуулчлалыг эрхэлдэг арга барил нэгэнт үеэ өнгөрөөжээ. Жуулчдад үзүүлэх зориулалтаар бэлтгэж тохижуулсан түүхийн томоохон дурсгалт газар цөөн, соёлын аялал жуулчлалын шинэ бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл хомс, холбогдох байгууллагуудын хамтын ажиллагаа

сул, байгалийн үзэсгэлэнт нутагт очих тээвэр унаа, засмал зам, дэд бүтэц хөгжөөгүй зэрэг нь аялал жуулчлалын хөгжилд сөрөг нөлөө үзүүлж байгаа хэдий ч Монгол руу тэмүүлэх гадаадын жуулчдын тоо улам өсч байгаа билээ. Тиймээс юуны өмнө аяллын бүтээгдэхүүний төрлийг олшруулах, аялал жуулчлалын байгууллагын хүчин чадлыг сайжруулж, үйл ажиллагааг нь өргөтгөх, ялангуяа үйлчилгээний чанар, соёлын түвшинг эрс дээшлүүлэх чиглэлээр дорвитой ажил зохиох шаардлага тулгарч байна.

- **Эхний чиглэлээр** соёлын, түүх угсаатны, ан агнуурын, байгалийн аялал жуулчлал гэх мэтээр аялал жуулчлалын томоохон төрөл чиглэлийг бий болгож, тэр хүрээнд шинэ шинэ аялалын бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэн гадаад дотоодод сурталчилах
- **Хоёрдахь чиглэлээр** аялал жуулчлалын томоохон цогцолбор барих, жуулчдын бааз, зочид буудлуудыг иж бүрэн тохижуулах эрхэлсэн байгууллагын сүлжээг буй болгож, соёлын аялал жуулчлалд холбогдох байгууллагуудын хамтын ажиллагааг өргөжүүлэх
- **Гуравдахь чиглэлээр** энэ салбарт ажиллагсдын мэргэжил, ерөнхий соёлын хэмжээ, эх орны түүх, соёлын болон гадаад хэлний мэдлэгийг дээшлүүлэх төрөл бүрийн сургалт явуулах, аялал жуулчлал хөгжсөн гадаад оронд явуулж туршлага судлуулах, мэргэжил дээшлүүлэх нь зохимжтой юм.

## ЗУРГАА. СОЁЛЫН АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛ ХӨГЖҮҮЛЭХ АСУУДАЛ

### **6.1 Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх шаардлага**

Дээр дурьдсан нөхцөл байдлаас аялал жуулчлалын олон төрөл ялангуяа соёлын аялал жуулчлалыг тусгайлан хөгжүүлэх зорилго яахын аргагүй дэвшигдэж байгаа юм.

Соёлын аялал жуулчлалыг тусгайлан хөгжүүлэх нь:

- 1) Монгол орны аялал жуулчлалын хөгжлийг шинэ шатанд гаргах
- 2) Соёлын өвийн хадгалалт хамгаалалтыг сайжруулах
- 3) Үндэсний соёлыг дэлхийн олон түмэнд сурталчлах
- 4) Соёлын үнэт зүйлсийг сэргээн засварлах санхүүгийн эх үүсвэртэй болох
- 5) Мэргэжлийн боловсон хүчнийг бэлтгэх, материаллаг бааз суурийг буй болгох
- 6) Монголын нөхцөл дэх соёлын солилцоог идэвхижүүлэх замаар хамтын ажиллагааны олон талт чиглэлийг буй болгох
- 7) Зах зээлийн нийгэмд соёл урлагийн байгууллагуудын оршин тогтнох нөхцөлийг бүрдүүлэх
- 8) Орон нутгийн хүн амын амьжиргааг дээшлүүлэх
- 9) Төр засаг, бизнес, олон нийтийн байгууллагууд болон салбар хоорондын хамтын ажиллагааг өргөжүүлэх зэрэг олон талт ач холбогдолтой.

Аливаа үндэстний соёл нь нийт хүн төрөлхтөний соёлын бүрэлдэхүүн хэсэг болдгийнхоо хувьд ч, нүүдэлчдийн соёлын уламжлалт онцлог судлаачдын төдийгүй дэлхийн олон түмний анхаарлын төвд байдгийнхаа хувьд ч Монголд соёлын аялал жуулчлалыг түлхүү хөгжүүлэх талаар тодорхой бодлого боловсруулж нухацтай ажил зохиомор байна. Ийм боломж ч манай оронд бүрэн буй. Тухайлбал, гадаадын жуулчид түүх соёл, нүүдлийн амьдралыг сонирхох нь их байгаа (74.3%) төдийгүй аялал жуулчлалын байгууллагууд үйл ажиллагааны чиглэлийг өөрчлөхдөө соёл урлагтай холбох гэсэн хүсэл (9.6%) ч багагүй байна.

## 6.2 Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх боломж

Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх бололцоо, эрэлт хэрэгцээний аль аль нь байгааг манай судалгаанаас мэдэж болно.

**Хүснэгт 12. Монгол оронд соёлын аялал жуулчлал хөгжүүлэх нөөц бололцоо байна уу?**

Тийм	95.3
Үгүй	2.3
Хариулаагүй	2.3
Бүгд	100.0

**Хүснэгт 13. Монголд соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нийгмийн эрэлт хэрэгцээ байна уу?**

Тийм	98.8
Үгүй	1.2
Бүгд	100

Энэ дүн бол аялал жуулчлалын байгууллагад ажиллагсдын саналыг илэрхийлж байгаа юм. Тэд бол гадаад дотоодын жуулчидтай ажиллаж сурсан, тэдэнд ямар үйлчилгээг хэрхэн яаж хүргэхийг сайн мэддэг хүмүүс. Тийм учраас соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхийг дэмждэг төдийгүй өөрсдийн үйл ажиллагаандаа соёлын үйлчилгээг түлхүү хөгжүүлэхийг эрмэлзэж явдгаа илэрхийлжээ.

#### Хүснэгт 14. Соёлын аялал жуулчлалын хөгжүүлэх боломжтой чиглэл

*Давтагдсан тоогоор/*

	Хувь
Түүх, шашны чиглэл / бөө судлал /	9.5
Түүх, угсаатны зүй // цаатны амьдрал, үндэсний хувцасны галерей, үндэстэн бүрийн онцлог, аж амьдралыг харуулсан түүхэн гэр музей/	13.1
Түүхийн	7.1
Угсаатан ардын соёл, зан заншил /Орон нутгийн өв соёлын өвөрмөц чиглэл, казах, цаатан гэх мэт/	25.0
Урлагийн тоглолт /үндэсний урлаг, домборын тоглолт/	14.3
Бусад (Ан агнуур /бүргэдийн ан, загасчлах/, Байгалийн үзэсгэлэнт газраар аялуулах, Эртний анагаах ухааны өв уламжлал, Үндэсний спорт)	8.4
Хариулаагүй	41.7

Харин судалгаанд хамрагдагсдын 41.7 хувь нь энэ талаар тодорхой хариулт өгөөгүй байгааг анхаарах хэрэгтэй. Энэ нь нэг талаас соёлын аялал жуулчлал гэдгийг ойлгоогүй, нөгөө талаас ойлгож буй хэдий ч үүнийг хөгжүүлэх хүсэл тэмүүлэлээ хэрхэн яаж хэрэгжүүлэхээ сайн мэдэхгүй байгааг харуулж байна. Манай оронд соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх бололцоог судлагдагсад дараах байдлаар үзэж байна.

#### Хүснэгт 15. Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх бололцоо юу болох

*/Давтагдсан тоогоор/*

Нүүдлийн соёл, ёс заншил, өвөрмөц амьдралын хэв маяг өвлөгдөн үлдсэн, олон ястан өөрийн соёлын уламжлалыг хадгалсан	31.3
Түүх соёлын дурсгалт газруудтай, олон зууны түүхтэй сүм хийд	26.6
Онгон байгаль, үзэсгэлэнт газрууд	14.1
Үндэсний соёл, ардын урлаг	12.5
Төрт ёсны олон жилийн түүхтэй	1.6
<i>Мэдэхгүй</i>	<i>1.6</i>
<i>Хариулаагүй</i>	<i>31.3</i>

Судалгаанаас үзэхэд

- 1) соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхэд материаллаг бааз ямар нэгэн хэмжээгээр байгаа
- 2) аялал жуулчлалын байгууллагууд үйл ажиллагаагаа соёлын аялал жуулчлалын чиглэлд түлхүү хөгжүүлэх сонирхолтой
- 3) аялал жуулчлалын үйл ажиллагааны ихэнхи хэсэг нь соёл урлагт тулгуурладаг гэсэн дүгнэлт гарч байна.

Үүнээс гадна соёл урлагийн байгууллага, тэнд ажилладаг уран бүтээлчид энэ үйл ажиллагаанд чухал үүрэгтэй.

### 6.3 Соёл, урлагийн байгууллага ба аялал жуулчлал

Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхэд тухайн салбарын байгууллага ямар үүрэгтэй байгааг мэдэх явдал манай судалгааны гол зорилтын нэг гэдгийг бид дээр дурьдсан билээ. Тийм учраас энэ цогцолбор судалгаанд мэргэжлийн урлагийн театр, чуулга, уран бүтээлчдийн эвлэл холбоо, хот хөдөөгийн соёлын ордон, музей нийт 30 гаруй байгууллагын 55 уран бүтээлчдийн саналыг харгалзан үзсэн юм.

Эдгээр уран бүтээлчид соёл, урлагийн хөгжил, энэ чиглэлийн аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх талаар бодитой мэдээлэл өгөх, үнэтэй санал зөвлөгөө дэвшүүлэх чадвар бүхий хүмүүс байсныг онцлон тэмдэглэмээр байна. Энэ нь тэдний нийгэм хүн ам зүйн бүтцээс тодорхой харагдаж байгаа.

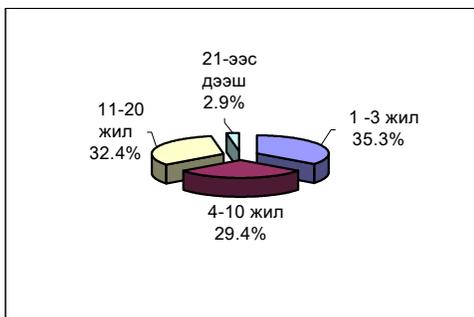
**Хүснэгт 16. Соёл урлагийн ажилтны насны бүтэц**

18-26	21.8
26-30	23.6
31-35	12.7
36-44	23.6
45- аас дээш /60/	18.2
Бүгд	100.0

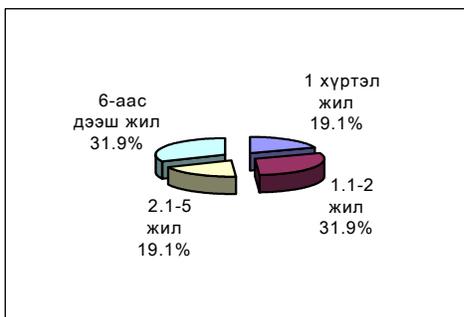
**Хүснэгт 17. Соёл урлагийн ажилтны боловсролын байдал**

Дээд	70.9
Тусгай дунд	12.7
Бүрэн дунд	12.7
Бүрэн бус дунд	3.6
Бүгд	100.0

**График 21. Улсад нийт ажилласан жил ажилласан жил**



**График 22. Тухайн байгууллагад**

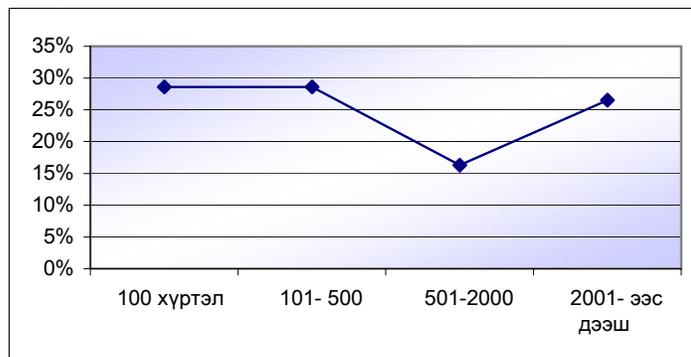


Тэдний одоо эрхлэж буй ажил нь найруулагч, дуучин, бүжигчин, соёл урлагийн менежер зэрэг соёл урлагийн салбараар дагнан мэргэжсэн үйл ажиллагаатай холбоотой байгаа юм. Энэ бүхэн нь соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нэг гол нөөц бол соёл урлагийн байгууллага, тэдгээрт ажиллагсдын потенциал мөн гэдгийг харуулж байна.

**6.3.1 Соёл урлагийн байгууллагаас жуулчдад үзүүлж буй үйлчилгээ**

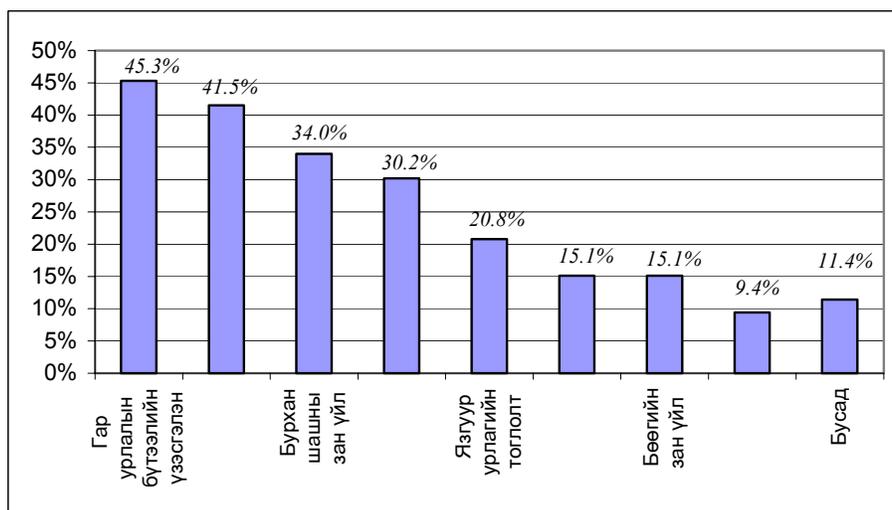
Одоогийн байдлаар Улсын драмын эрдмийн театр, ДБУЭТ, Хүүхэлдэйн театр, Улсын филармони, Улсын цирк, Үндэсний Дуу Бүжгийн Эрдэмийн Чуулга, Түмэн эх чуулга, Байгалийн түүхийн музей, Үндэсний түүхийн музей, Уран зургийн галерей, Чойжин ламын сүм музей, Богд хааны ордон музей, Дүрслэх урлагийн музей болон судалгаанд хамрагдсан аймгуудын музей, соёлын ордон, театр зэрэг соёл урлагийн байгууллага жилд дунджаар 350 жуулчин хүлээн авч тэдэнд соёл урлагийн тоглолт үзүүлсэн дүнтэй байна. Тухайн байгууллагын үйл ажиллагааны чиглэл, хамрах хүрээ, жуулчдын байгууллагатай тогтоосон гэрээ хэлцэл зэргээс хамааран байгууллага бүрт харилцан адилгүй жуулчид зочлох нь зүйн хэрэг. Нийслэлийн мэргэжлийн урлагийн байгууллагын тоглолтыг жилд дунджаар гадаадын 6-8 мянган жуулчин үздэг тухай зарим уран бүтээлчид ярьж байв.

**График 23. Урлагийн байгууллагад жилд зочилдог жуулчдын тоо /дунджаар**



Жуулчдад үйлчилгээ явуулдаг давтамжийг сонирхож үзэхэд тохиолдлын хэлбэр цөөн ийм төрлийн үйлчилгээ явуулж дадсан байдал ажиглагдаж байна. Үзүүлж буй соёл урлагийн тоглолт нэлээд хэдэн төрөл зүйлийг багтааж байгааг судалгааны дүнгээс мэдэж болно.

**График 24. Урлагийн байгууллагын жуулчдад үзүүлдэг үйлчилгээний төрөл**



Дээрхээс гадна төрөл бүрийн үзэсгэлэн худалдаа гаргах, жуулчдын баазад очиж аялан тоглолт хийх хэлбэр нэлээд дэлгэрсэн байна. Судалгаанд хамрагдсан соёл урлагийн байгууллагын 43.6 хувь ийм үйлчилгээг эрхлэн явуулдаг аж.

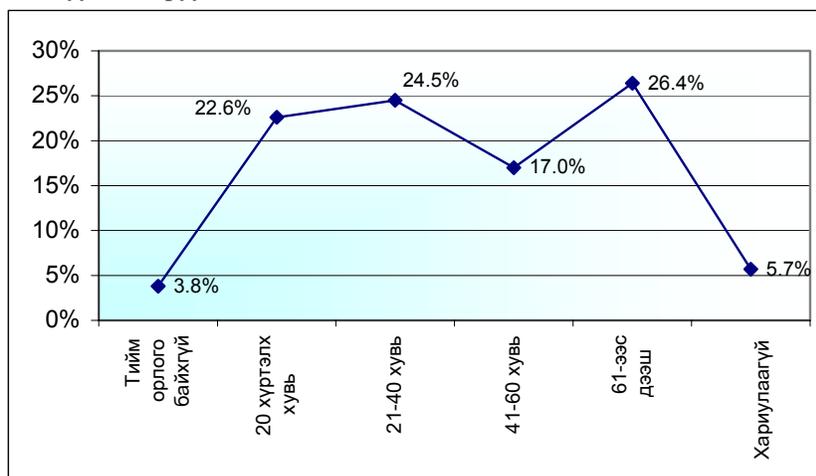
Ийнхүү соёл урлагийн байгууллагууд (ялангуяа мэргэжлийн хөгжмийн театрууд, музей) жуулчидтай байнга харьцаж, тэдний сонирхолд нийцсэн тоглолт, үзмэрээ таниулж, энэ талын үйлчилгээг цаашид яаж өргөжүүлэн хөгжүүлэх талаар бэлтгэгдэж чадсан байна.

### 6.3.2 Жуулчдаас орох орлого

Зах зээлийн эхний үед соёл, урлагийн байгууллагууд боловсон хүчин, санхүүгийн хувьд хямралд орж оршин тогтнох аргаа олохгүй нэлээн хүнд байсныг бид мэднэ. Тэр үе өнгөрч үйл ажиллагааны хэлбэрийг олж төлөвшиж буй соёл урлагийн байгууллагуудын тоо улам бүр нэмэгдэж байна. Жуулчдад үйлчлэх нь тэдний санхүүгийн чадавхид зохих нөлөө үзүүлдэг.

Соёл урлагийн байгууллагын 80 гаруй хувь нь ямар нэгэн хэмжээгээр жуулчдаас орлого олдог төдийгүй жилийн нийт орлогынхоо нэлээд хэсгийг энэ төрлийн үйлчилгээгээр бүрдүүлдэг байна. Гэхдээ энэ бол аялал жуулчлалын байгууллагаар дамжуулан жуулчдад үйлчилсний төлбөр билээ. Аялал жуулчлалын байгууллагын үйлчилгээнд соёл урлагийн тоглолт гол байр эзэлдэг болохоор тэд ч соёл урлагийн үйлчилгээнээс хувь хүртдэг.

**График 25. Танай байгууллагын (соёл урлагийн) жилийн орлогын хэдэн хувийг жуулчид оруулдаг вэ?**

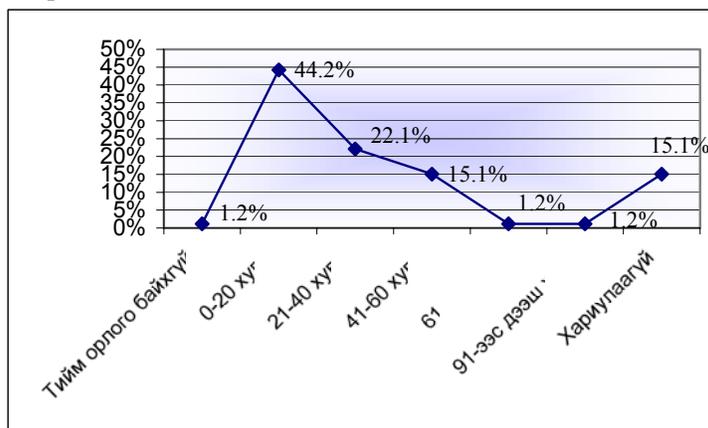


Соёл урлагийн болон аялал жуулчлалын байгууллагуудын жуулчдаас олж буй орлогын хэмжээг харьцуулан үзэх нь сонирхолтой юм.

Хүснэгт №18 Төвийн музейнүүдийн 2002, 2003 оны зарим үзүүлэлт

Д/д	Үзүүлэлт	Он, байгууллагын нэр														Харьцуулсан хувь
		202 он							2003 он							
		Байгалийн түүхийн музей	Үндэсний түүхийн музей	Уран зургийн галерей	Чойжин ламын сүм музей	Богд хааны ордон музей	Дүрслэх урлагийн музей	Музейнүүдийн дүн	Байгалийн түүхийн музей	Үндэсний түүхийн музей	Уран зургийн галерей	Чойжин ламын сүм музей	Богд хааны ордон музей	Дүрслэх урлагийн музей	Музейнүүдийн дүн	
1	Нийт зардал /сая.төг/	76.6	94.2	206.8	52.7	33.2	49.5	513.0	74.1	89.3	193.8	41.2	35	45.2	478.6	93.3
2	Нийт орлого /сая.төг/	43.2	52.3	21.5	14.9	33.2	28.6	193.7	52.5	53.5	6.6	13.5	25.9	16.3	168.3	86.9
3	Үүнээс үзвэр үйлчилгээний орлого /сая.төг/	37.8	27.3	1	14.9	15.1	19.5	115.4	46.2	-7.5	0.9	13.5	16.2	10	114.3	99.0
4	Гадаадын жуулчдад үзүүлсэн үйлчилгээний орлого /сая.төг/	26.8	20.5	0.8	8.5	12.1	4.8	73.7	27.0	16.8	0.7	6.7	10.6	5.9	67.7	91.9
5	Нийт үзэгчид	52751	24396	3500	7813	11058	12000	111518	64921	28612	3920	9317	13032	14000	133802	120.0
6	Үүнээс гадаадын жуулчид	14528	7732	502	3043	5800	3200	34805	12002	9149	120	4795	6945	3800	36811	105.8
7	Жуулчдын үйлчилгээний орлогын нийт орлогод эзлэх хувь	62.03	39.2	3.72	57.04	36.44	16.78	38.0	51.42	31.4	10.6	49.62	40.92	36.19	40.2	2.2
8	Жуулчдын үйлчилгээний орлогын үзвэрийн орлогод эзлэх хувь	70.89	75.09	80.0	57.04	80.13	24.61	63.86	58.44	61.09	77.77	49.62	65.43	59.0	59.5	-4.36
9	Жуулчдын үйлчилгээний нийт зардалд эзлэх хувь	34.98	21.76	0.38	16.12	36.44	9.69	14.36	36.43	18.81	0.36	16.26	30.28	13.05	14.18	-0.18
10	Гадаадын жуулчдын нийт үзэгчдэд эзлэх хувь	27.54	31.69	14.34	38.94	52.45	26.66	31.21	18.48	31.97	3.06	51.46	53.29	27.14	27.51	-3.7

**График 26. Танай (аялал жуулчлалын) байгууллагын нийт орлогын хэдэн хувь нь соёлын арга хэмжээнээс ордог вэ?**

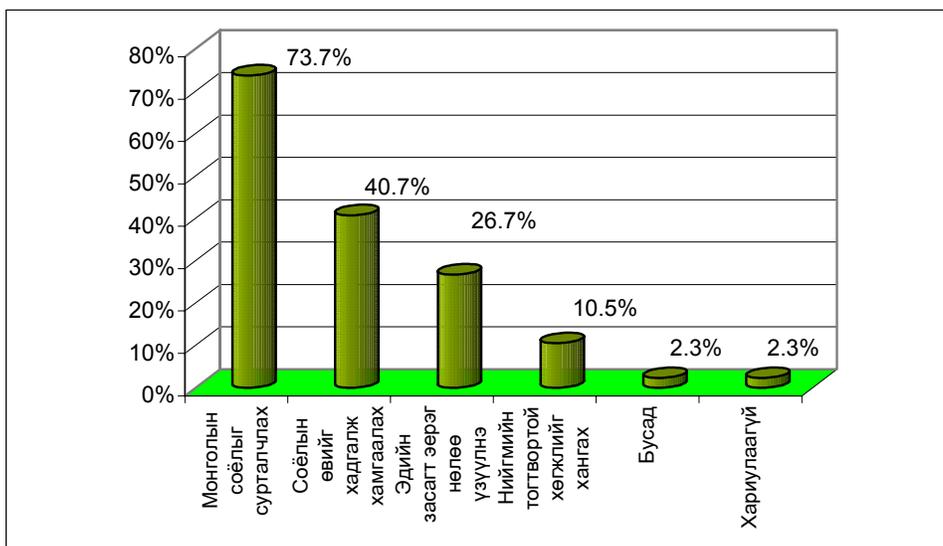


Аялал жуулчлалын байгууллага нь соёл урлагийн байгууллагыг бодвол тухайн үйлчилгээнээс бага орлого олдог нь судалгааны дээрх хоёр дүнгээс харагдаж байна. Гэхдээ соёлын аялал жуулчлалыг дагнан хөгжүүлбэл үндсэн байгууллагын санхүүгийн эх үүсвэр ихээхэн нэмэгдэх боломжтойг мэдэж болно.

### **6.3.1 Соёл урлагийн байгууллагын хөгжилд жуулчдын үзүүлэх нөлөө**

Соёлын аялал жуулчлалыг дагнан хөгжүүлэх нь олон талын ач холбогдолтой болох нь судалгааны дүнгээс харагдаж байна.

**График 27. Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхийн нийгмийн үр ашиг, ач холбогдлын талаар санал асуулгад хамрагдагсдын өгсөн хариулт**



Соёл урлагийн байгууллагын ажилтан, уран бүтээлчдийн энэ санал үнэлгээ нь бодит байдлыг бэлхэн илэрхийлж байна. Тэдний дурьдсан энэ санал хэрэгжвэл манай орны соёл урлагийн байгууллага зах зээлийн харилцаанд дасч зохицон жинхэнэ утгаар хөгжих нөхцөл боломж бүрдэнэ.

#### 6.4 Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхэд юу дутагдаж байсан бэ?

Судалгаанаас нэгтгэн дүгнэж үзэхэд манай оронд соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхэд дараах боломж бололцоо нэгэнт бүрэлджээ.

Үүнд:

- 1) нүүдэлчний соёлын баялаг өвтэй, түүх соёлын дурсгалт газар олон, малчдын ахуй амьдрал, соёлын уламжлал харьцангуй сайн хадгалагдсан
- 2) аялал жуулчлал зохих хэмжээнд хөгжин төлөвшиж, үйл ажилгаандаа соёлын үйлчилгээ явуулан дадлагажиж байгаа
- 3) соёл урлагийн байгууллага, мэргэжлийн боловсон хүчний чамбай бааз суурьтай болсон
- 4) улсын болон олон улсын чанартай наадам /фестиваль/ зохион байгуулах үйл ажиллагаа идэвхижин тогтмолжиж байгаа
- 5) соёлын тухай болон соёлын өвийн тухай, аялал жуулчлалын тухай хууль эрх зүйн үндэс бүрэлдэн төлөвших хандлагатай байгаа
- 6) аялал жуулчлалыг соёлын агуулгаар баяжуулан хөгжүүлэх дэлхий нийтийн хандлагыг төр засгийн өндөрлөг, орон нутгийн засаглалын түвшингүүдэд болон бизнес, олон нийтийн байгууллагуудын хүрээнд мэдэрч эхэлсэн

#### Харин соёлын аялал жуулчлалыг дагнан хөгжүүлэхэд

- 1) соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх цэгцтэй үзэл баримтлал боловсроогүй
- 2) аялал жуулчлалын энэ төрөлийг хөгжүүлэх нийгэм, эдийн засгийн орчин олигтой бүрэлдээгүй
- 3) соёлын болон аялал жуулчлалын салбаруудын хамтын ажиллагаа дутмаг
- 4) ийм төрлийн аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх эрх зүйн орчин бүрэн төлөвшиж амжаагүй
- 5) соёлын менежмент сайн хөгжөөгүй
- 6) соёлын аялал жуулчлалын байгууллага, мэргэжилтэн бэлтгэгдээгүй зэрэг нь сөрөг нөлөө үзүүлж байгаа юм.

Мөн судалгаанд оролцсон зарим хүмүүс соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх саналыг дэмжихгүй байгаа юм. Тэд "Монголд аялал жуулчлалыг нэг чиглэлээр хөгжүүлэх нь одоохондоо үр дүнгүй" (6.0%), "Эрх зүйн орчин бүрдээгүй, байгальд түшиглэсэн аялал жуулчлал хөгжсөн" (3.6%), "Соёлын өв устсан, хүнд үзүүлэх юм хомс" (1.2%) гэсэн сэдлийг гаргаж байна.

График 28. Соёлын жуулчлалыг хөгжүүлэх эрх зүйн орчин бүрдсэн эсэх



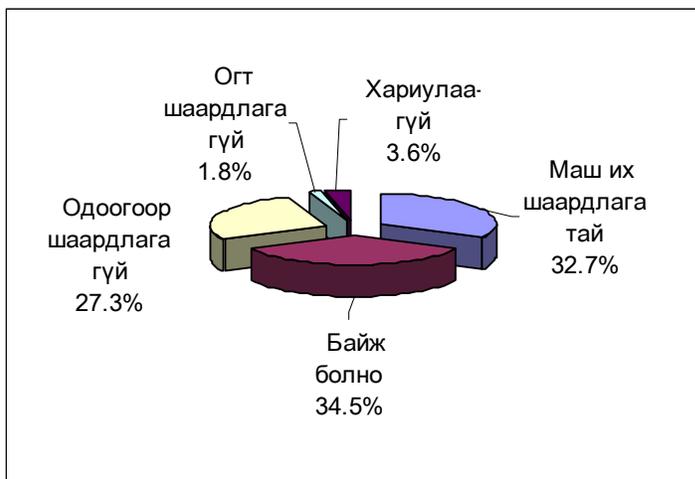
Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх эрх зүйн орчин төлөвшиж амжаагүй гэдгийг судалгаанд оролцогсад хэлжээ. Энэ асуудал өргөн хүрээтэй болохоор одоо мөрдөгдөж буй хууль эрхийн актанд тулгуурлаж болох боловч дараахь хэдэн асуудал тодорхойгүй байгаа юм.

Соёлын аялал жуулчлал гэдэгт юуг багтааж ойлгох вэ? Аялал жуулчлалын одоогийн үйл ажиллагаас ямар ялгаа онцлогтой байх, соёл, аялал жуулчлалын салбарын хамтын ажиллагааг чухам ямар арга замаар, хэрхэн уялдуулах, түүх соёлын өвийг аялал жуулчлалын маршрутад хэдэн хувийг нь хэрхэн яаж хамруулах, жуулчдад соёлоор үйлчлэх гэрээ, хэлцлийг энэ хоёр байгууллага ямар журмаар шийдвэрлэх, томоохон соёл, урлагийн тоглолт, олон улсын уралдаан, фестиваль, цугларалт зэрэгтэй яаж холбох вэ? зэрэг олон асуудал ар араасаа дэвшигдэж байна. Эдгээрийг шийдвэрлэхэд соёлын менежмент, соёлын аялал жуулчлалын менежментээр дагнан мэрэгшсэн боловсон хүчний асуудал гарч ирнэ. Үүнийг ч судалгаанд оролцсон хүмүүс хэлж байна.

*..Ямарваа нэг Урлагийн фестиваль, жишээ нь хөөмийчдийн улсын болон олон улсын симпозиум-фестиваль, Гойл шоу ч юм уу эдгээр арга хэмжээг жил болгон, түүнээс ч урт хугацааны туршид төлөвлөх, тодорхой өдөр судар, программыг олон нийтэд олон сарын өмнө зарлаж байвал их тустай. Иймэрхүү арга хэмжээний тов ганц, хоёрхон сарын өмнө тодордогоос жуулчны компаниуд тэдгээр арга хэмжээг гадаадад сурталчлах, жуулчдыг ирүүлэх хангалттай хугацаагүй байдгаас тэднийг ирүүлж амждаггүй. Жуулчлалын компаниудад наад зах нь 1 жилийн өмнө дараа жил болох соёлын арга хэмжээнүүдийн талаарх мэдээлэл хэрэгтэй байдаг.*

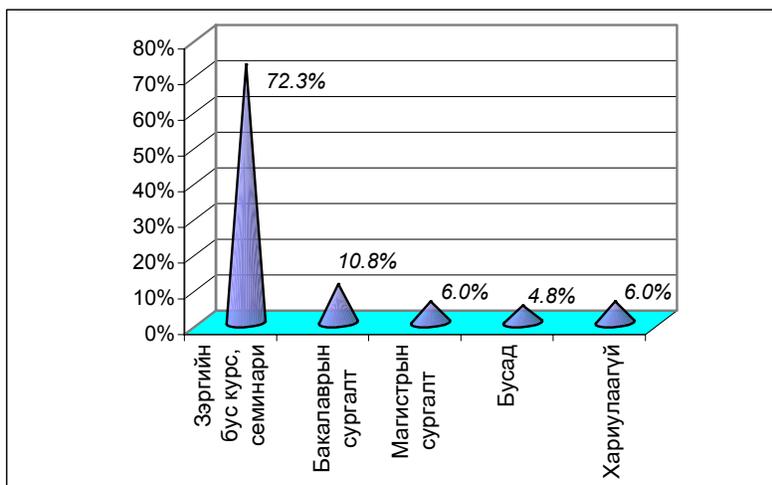
**(36 настай, эмэгтэй, дээд боловсролтой, аялал жуулчлалын менежер  
Аялал Жуулчлалын байгууллага, ажилтны судалгаа, 2004)**

**График 29. Танай байгууллагад соёлын аялал жуулчлалын мэргэжилтэн шаардлагатай эсэх**



Соёлын аялал жуулчлалын мэргэжилтэнг ямар хэлбэрээр бэлтгэх талаар ч тодорхой санал дэвшүүлж байна. Ийм төрлийн мэргэжилтэнг зэргийн бус сургалтаар бэлтгэхийг /түр хугацааны курс, гадаадын туршлага судлаж суралцах/ судлагдагсад илүүтэй сонгосон байна. Энэ нь манайд бэлтгэгдсэн боловсон хүчин байгаа, харин тэднийг богино хугацаанд тухайн чиглэлээр нарийн мэргэшүүлэх боломжтой гэдгийг илэрхийлж байна.

**График 30. Соёлын аялал жуулчлалын ямар сургалтанд хамрагдах сонирхолтой байна вэ?**



### 6.5 Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхийн ач холбогдол

Бид энэ талаар судлах асуудлын үндэслэх хэсэгт ерөнхийлөн тайлангийн бүлэг, зүйл бүрт холбогдох хэсэгт тодорхой жишээгээр илэрхийлсэн билээ. Тэгвэл одоо энэ тодорхой асуултанд судлагдагсад хэрхэн хариулсныг үзье.

Судлагдагсдын энэ хариулт соёлын аялал жуулчлалын суурь ач холбогдлыг илэрхийлж байна. Харин аялал жуулчлалын байгууллагынхан эдийн засгийн үр ашиг дээшилнэ гэж үзэж байгааг судалгааны дүнгээс мэдэж болно.

**Хүснэгт 19. Танай байгууллага Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлбэл эдийн засгийн илүү үр ашигтай ажиллах боломжтой эсэх гэсэн асуултад хариулсан байдал**

Хариулт	Хувь
Тийм	57.0
Үгүй	24.4
Мэдэхгүй /судалгаа хийж үзээгүй учир/	4.7
Хариулаагүй	14.0
Бүгд	100.0

Үүнээс үзэхэд аялал жуулчлалын байгууллагынхан соёлын аялал жуулчлалыг дагнан хөгжүүлэх сонирхолтой байгаагийн зэрэгцээ тэдний эдийн засгийн үр ашиг нэмэгдэнэ гэж ойлгож байна.

Тэд энэ хэлбэрийг хөгжүүлэх эдийн засгийн үр ашгийг "жуулчид тухайн орны соёл зан заншлыг үзэх гэж ирдэг учир жуулчдын тоо олиширно" (14.3%), "нүүдэлчдийн соёлын өв хадгалагдаж байгаа учир хөрөнгө оруулах шаардлага их гарахгүй" (3.6%), "аялал жуулчлал, соёл урлаг хамт байх ёстой, урлагаар дамжуулан олон улсад мэдээлэл хүрдэг" (2.4%) зэрэг олон хүчин зүйлтэй холбон үзжээ. (энэ талаар хавсралт 2-ын 20-р асуулыг үзнэ үү)

### 6.6 Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх талаарх санал дүгнэлт

Судалгааны явцад соёлын аялал жуулчлал гэхлээр дан ганц урлаг, соёлын байгуулагатай хамтран ажиллах, тэдний үйлчилгээг жуулчдад хүргэх гэж ойлгох явдал аялал жуулчлалын салбарт ажиллагсдад илэрч байсан юм. Гэхдээ дийлэнх олонх нь

соёлын аялал жуулчлал гэдэг их өргөн хүрээтэй, олон төрөл чиглэлээр хөгжүүлэх боломжтойг ойлгож, түүнийгээ ч хэрэгжүүлэх боломж байна гэдгээ илэрхийлсэн.

Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх гэхээр манай оронд огт байгаагүй зүйл мэт ойлгох нь өрөөсгөл болно. Харин гагцхүү бие даасан салбар чиглэл болгож, улмаар түүний олон төрөл чиглэлийг цогцоор нь бий болгож соёлын аялал жуулчлалыг жинхэнэ утгаар нь хөгжүүлэх, дэлхийн жишигт хүргэх, аялал жуулчлалын энэ чиглэлээр дамжуулан монголын аялал жуулчлалын салбарт эрс шинэчлэл хийх явдал гэж ойлгож болно.

Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх талаар төр засгийн удирдлага, аялал жуулчлалын байгууллага, холбогдох шат шатны байгууллагууд үйл ажлаа нэгтгэн зангидаж, нэгдмэл бодлого хөтөлбөрийн дагуу хамтран ажиллах нь монголын аялал жуулчлалын хөгжлийг шинэ шатанд гарахад ихээхэн түлхэц өгөх нь дамжиггүй.

Түүнчлэн аялал жуулчлалын салбарт энэ чиглэлийг хөгжүүлэхдээ бүс нутгийн хүрээнд бусад улс оронтой түүх соёлын өвийг сэргээн засварлах, музейн интерьерийг хөгжүүлэх болон жуулчин солилцох чиглэлээр хамтран ажиллах, тэдний хөрөнгө оруулалтыг татах, бүс нутгийг хамарсан аялал жуулчлалын сүлжээнд хамрагдаж, бүс нутгийн аялал жуулчлалын чуулган гэх зэрэг олон улсын үйл ажиллагаанд идэвхтэй оролцон мэдээлэл солилцох, туршлага судлах нь нэн чухал байна.

Үүнтэй холбогдон аялал жуулчлалын менежментийг өөрчлөн шинэчлэх, аялал жуулчлалын үйлдвэрлэлийн технологийг боловсронгуй болгох, ажиллагсдыг сургаж дадлагуулах, чадварлаг, боловсон хүчин бэлтгэх шаардлага ч урган гарах бөгөөд үүний тулд аялал жуулчлалын байгууллага, холбоод, түүнд ажиллагсад өөрсдөө санаачлагатай, эрчимтэй, хичээл зүтгэлтэй ажиллах шаардлагатай нь мэдээжийн хэрэг билээ.

### **Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхэд дэвшүүлэх санал**

#### **I. Бодлогын түвшинд авч үзэх асуудлууд:**

1. Соёлын аялал жуулчлалын концепцыг боловсруулан мөрдөх
2. Соёл, аялал жуулчлалын болон бусад салбар хоорондын хамтын ажиллагааг шинэ шатанд гаргаж хөгжүүлэх
3. Соёлын аялал жуулчлалын эрх зүйн орчныг бүрдүүлэх
4. Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхэд дотоодын болон гадаадын хөрөнгө оруулалтыг дэмжих эдийн засгийн уян хатан бодлого баримтлах
5. Шинэ тутам байгуулагдаж буй аялал жуулчлалын байгууллагуудад учирдаг олон талт бэрхшээл дарамтыг аль болох багасгаж, бие даан үйл ажиллагаа явуулах өргөн боломж олгох
6. Соёлын аялал жуулчлалын үйлдвэрлэл, үйлчилгээний чанарыг олон улсын стандартад нийцүүлэх
7. Аялал жуулчлалаар дамжуулан түүх соёлын өвийг хадгалан хамгаалах, сэргээн засварлах үйл ажиллагааны нийгэм, эдийн засаг, эрх зүйн үндсийг тавих
8. Соёлын аялал жуулчлалын хүний нөөцийн бодлого, төлөвлөлтийг боловсруулан мөрдөх

## II. Хэрэгжилтийн түвшинд хийх ажлууд:

1. Соёл, аялал жуулчлалын хамтын ажиллагааг нягтруулах зорилгоор холбогдох яамд болон бизнес, олон нийтийн байгууллагуудын төлөөллийг хамарсан хороо байгуулан ажиллах
2. Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх үндэсний стратеги төлөвлөгөөг төрөөс баримтлах соёлын бодлого, аялал жуулчлалын бодлого, орон нутгийн хөгжлийн хөтөлбөрүүдтэй уялдуулан боловсруулж, холбогдох байгууллага, мэргэжилтнүүдийн ажил үйлчилгээний чиглэлд оруулж өгөх
3. Соёлын болон аялал жуулчлалын холбогдох хууль эрх зүйн актуудад соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхтэй холбоотой асуудлуудыг тухайлан суулгаж өгөх
4. Соёлын аялал жуулчлалд оруулах дотоодын болон гадаадын хөрөнгө оруулалтыг дэмжихэд татварын хөнгөлөлт үзүүлэх, зээл, тэтгэлэг олгох зэрэг ажлыг өргөжүүлэх
5. Аялал жуулчлалын үндэсний бүс нутгууд дахь соёлын аялал жуулчлалын нөөц, хүчин чадлыг тодорхойлж, соёлын аялал жуулчлалын нөөц газруудыг ангилалд оруулж, чанарын зэрэглэл тогтоон бүсчилж, аялал зохион байгуулах шинэ маршрутууд буй болгох
6. Музейн аялал жуулчлалыг дэмжих /үзмэр баяжуулалтыг нэмэгдүүлэх, музейг шинжлэх ухаан-судалгааны төв төдийгүй орчин үеийн боловсрол, үйлчилгээний төв болгон дотоод менежментийг сайжруулах, аялал жуулчлалын байгууллага, музей хоорондын ажлын уялдаа холбоог нягтруулах, музейн тайлбар-орчуулгыг орчин үеийн техник тоног төхөөрөмжөөр тоноглон, үйлчилгээний технологийг сайжруулах/
7. Аймгуудын бүсийн аялал жуулчлалын сүлжээ байгуулж, аймаг орон нутгийн засаг захиргаа, аялал жуулчлал, соёл урлагийн байгууллагууд үйл ажиллагаагаа хоршиж явуулах илүү дөхөмтэй аргыг судлан хэрэгжүүлэх
8. Соёлын аялал жуулчлалын менежмент, маркетингийн орчин үеийн технологийг эзэмших
9. Аялал жуулчлалын үндэсний төвийг байгуулж, соёлын аялал жуулчлалын талаарх мэдээллийг дотоод, гадаадад өргөнөөр түгээх
10. Дотоодын аялал жуулчлалыг өргөжүүлэн, ялангуяа хүүхэд залуучуудад зориулсан соёлын аялал жуулчлалын тусгайлсан маршрутуудыг буй болгож хөгжүүлэх. Энэ салбарт үйл ажиллагаа явуулж буй төр, олон нийт, бизнесийн байгууллагын санаачлагыг бүх талаар хөхиүлэн дэмжих
11. Жуулчдад үйлчлэх соёлын аялал жуулчлалын бүтээгдэхүүний нэр төрөл, чанарыг шинэ шатанд гаргаж, хүртээмжийг сайжруулах. Үүний тулд:
  - Нүүдэлчний соёлтой танилцах аялалыг дэмжих, нүүдэлчдийн нийгмийн онцлог, соёл иргэншлийн бүрэлдвэр элемент бүрийг аль болох хэвээр хадгалах замаар жуулчдад таниулах арга хэлбэрүүдийг олж, энэ чиглэлийн тусгайлсан аялалуудыг төлөвлөн зохион байгуулах
  - Шашин соёлын аялалыг дэмжих. Шашны сүм хийд, дуган хөшөө дурсгал зэрэг соёлын үнэт зүйлсийг уламжлалт хэлбэрээр нь таниулах аялалыг төлөвлөн зохион байгуулах
  - Хөдөө нутгаар археологийн хайгуул болон судалгаа шинжилгээ хийх бүтээлч аялагчдын маршрутыг тогтоож, холбогдох мэргэжлийн байгууллагуудад санал болгож, эрдэмтэн судлаачдыг татан оролцуулах
  - Түүх соёлын өв, нүүдэлчдийн уламжлалт соёл, зан заншлыг хадгалах бодлого, төлөвлөлтийг аялал жуулчлалын бүс нутгуудаар зааглан гаргаж, хэрэгжилтийг чанаржуулах

- Соёл урлагийн байгууллагуудын аялал жуулчлалын үйл ажиллагаанд оролцох идэвхийг өрнүүлэх, жуулчдад зориулсан олон янзын хөтөлбөрийг боловсруулан жуулчдад санал болгох
- Томоохон бүрэлдэхүүнтэй театрын тоглолт, цөөхүүл группын тоглолтуудын үнийн ялгааг урлагийн байгууллагууд өөрсдөө нарийн гарган сурталчилж, аялал жуулчлалын байгууллага, жуулчдад сонголт хийх боломж бүрдүүлэх
- Соёл урлагийн байгууллагын удирдлагын механизм, бодлого, төлөвлөлтийг сайжруулах, маркетинг зар сурталчилгааг жуулчдад зориулан шинэлэг байдлаар боловсруулах
- Соёл урлаг, аялал жуулчлалын хамтын ажиллагааг өргөжүүлэх
- Бэлэг дурсгалын үйлдвэрлэлийн чанар чансаа, маркетингийг сайжруулах
- Жуулчны баазууд, мэргэжлийн уран бүтээлчдийн хамтын ажиллагааг өргөжүүлэх
- Туурайн төвөргөөн, Бүргэдчидийн баяр, Тэмээн поло шиг олныг хамарсан, үндэсний онцлогтой томоохон фестиваль, наадам, тэмцээнийг шинээр зохион байгуулан тогтмолжуулах эрмэлзлэлийг бүх талаар дэмжих зэрэг олон талт арга хэмжээг авч хэрэгжүүлэх шаардлага зүй ёсоор дэвшигдэж байна.

Соёлын аялал жуулчлалын нөөцийг бүрдүүлэхэд анхаарах нэн чухал зүйл бол түүх, соёлын дурсгалт зүйлсийн хадгалалт хамгаалалтын асуудал гэдгийг дээр өгүүлсэн. Энэ нь одоо хүртэл зөвхөн соёлын салбарынханы л хийж гүйцэтгэх ажил мэтээр ойлгогдсоор байна. Зүй нь бол уг асуудлыг орон нутгийн засаг захиргаа, аялал жуулчлалын болон соёлын салбар хамтран гүйцэтгэх учиртай. Үүний тулд “**Соёл, Аялал жуулчлалын яам**”-ыг байгуулж төр засгийн нэгдсэн удирдлагаар хангах замаар уг асуудлыг шийдвэрлэдэг олон улсын практикийг ч манай оронд хэрэгжүүлэхэд болохгүй гэх газаргүй билээ. Юутай ч соёлын салбар, аялал жуулчлалын салбар хоорондын түншлэлийг улам бүр нягтруулах нь Монгол орны оршин тогтнохуйн үндсийг бэхжүүлэх, нийгмийн хөгжлийг идэвхижүүлэх ирээдүйн гол сонголт мөн болох нь бидний судалгаанаас харагдаж байна.

## Номзүй

1. Аялал жуулчлалын статистик болон бусад мэдээ мэдээллийн эмхтгэл. Монголын Аялал Жуулчлалын Газар. УБ., 2002
2. "Аялал жуулчлалын тухай" Монгол Улсын хууль. УБ., 2000
3. Балти орчимын орнуудын соёлын аялал жуулчлалын бодлогын бичиг. /Хураангуй/ ЮНЕСКО-гийн дэргэдэх Эстон, Латви, Литвийн Үндэсний комисс. 2001-2003. Бүрэн эхийг <http://www.unesco.ee/bct>
4. Баян-Өлгий аймгийн аялал жуулчлал хөгжүүлэх дэд хөтөлбөр. Аймгийн Иргэдийн Төлөөлөгчдийн Хурлын тэргүүлэгчдийн хурал. 2002 оны 12 сарын 30
5. Бүс нутгийн уур амьсгалын өөрчлөлт ба экосистемд учрах аюул. Дугаар 1. Алтай-Соёны экобүс нутаг. Дэлхийн байгаль хамгаалах сан. УБ., 2001
6. Гантөмөр Д. Аялал жуулчлалын үндэс. УБ., 2003
7. Зауре Х. нар. Баян-Өлгий аймгийн ТСҮХДЗСЗ үндэсний хөтөлбөрийн хэрэгжилт. Өлгий. 2004.03.29
8. Кабушкин Н.И. Менежмент туризма. Учебн.пособ. Минск.: 2001
9. Культурный туризм. Сборник материалов по развитию туризма в городе Тольятти. - Тольятти, 2000
10. Культурный туризм: конвертация культуры и туризма на пороге XXI века. Учебное пособие. – СПб: Санкт-Петербургский университет экономики и финансов, 2000
11. Котлер Ф. Боуэн Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов. М.: ЮНИТИ, 1998. –787 с
12. Лхагвасүрэн Х. Бямбадорж Т. Батсүх Н. Монголын Алтай– Соёны байгалийн өв, археологийн дурсгалууд. УБ., 2001
13. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 288 с
14. Монгол Улсын Үндсэн хууль. УБ., 1992
15. Монголын унаган байгалийн өв. Монгол Улсын Байгаль Орчны Яам. Хонг Конг., 1995
16. Монгол нутаг дахь түүх соёлын дурсгал. УБ., 1999
17. "Монгол Улсад аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх мастер төлөвлөгөө" /хураангуй/ Төгсгөлийн илтгэл. УБ., 1999
18. Монгол Улсын тусгай хамгаалалттай газар нутаг. Байгаль орчныг хамгаалах алба. УБ., 2000
19. Мөнхжаргал Ч. Музей – Аялал жуулчлал /хууль, дүрэм, тогтоол, журам, зааврын эмхтгэл/ Соёлын коллеж. УБ., 2002
20. Нэргүй Ш. Хөтөч тайлбарлагч нарын мэдлэгийн санд. УБ., 2003
21. Олон улсын аялал жуулчлалын талаар 2002 онд явуулсан судалгааны дүнгийн тайлан. //МАЖХ, ӨЧС/. USAID//.2003
22. Орхоны хөндийн соёлын дурсгалт газрын менежментийн асуудлууд. Management issues for the Orkhon valley cultural landscape. БСШУЯ, ЮНЕСКО-гийн Монголын Үндэсний Комисс, Дэлхийн Өвийн Монголын Үндэсний Хороо, ШУА-ийн Археологийн хүрээлэн. УБ., 200
23. Отгонбаяр Х. нар. Ховд аймгийн ТСҮХДЗСЗ үндэсний хөтөлбөрийн хэрэгжилт. Ховд. 2004.03.26
24. Өмнөговь аймагт аялал жуулчлалыг 2001-2004 онд хөгжүүлэх үндсэн чиглэл. Өмнөговь аймгийн Засаг даргын тамгын газар. Даланзадгад. 2001
25. Тогтохбаяр. Б. Архангай аймгийн түүх соёлын үл хөдлөх дурсгалт зүйлийг хамгаалах, сэргээн засварлах үндэсний хөтөлбөрийн хэрэгжилтийн тайлан. 2004.03.23
26. Туровский Р.Ф. Культурные ландшафты России. М.: 1998
27. Хөвсгөл аймгийн аялал жуулчлалын дэд хөтөлбөр. Аймгийн Засаг Даргын Тамгын Газар. 222-р захирамжийн хавсралт. 2002

28. Чарьлз Ландри. Саад тотгороос гүүр рүү: Хорватын соёлын бодлогыг шинэчлэх нь. Европын мэргэжилтнүүдийн бүлгийн тайлан. Загреб. Соёлын хамтын ажиллагааны хороо. Европын зөвлөл /Хорватын Бүгд Найрамдах Улсын Соёлын яам/, 1999
29. Чингүн Д. Аялал жуулчлалын үндэс. Нэгдүгээр хэсэг. УБ., 2003
30. Шагдар Ш. Монгол орноор жуулчлах зуун зам. УБ., 2001
31. Экология культуры /Информационный бюллетень/ #3 (28) 2002
32. Anneke H. van Otterlo. Cultural Tourism in Europe SAGE Publications, London Greg Richards..New York. 1996
33. Leighton Barry. Get ready for the German revolution /Operators urged to prepare for massive changes in nation`s holiday habits // TTG ITB Daily 14.03.2000
34. Boniface P. Managing quality cultural tourism. – London, New York; Routledge, 1995. – 127p
35. Fladmark, J.M (ed) Cultural tourism /The Robert Gordon University Heritage Library, Papers presented at the Robert Gordon University Heritage Convention, 1994.- L.: Donhead, 1994. – 413p
36. Tourism in Scotland. Tourism & Hospitality Management Series /edited by Rory MacLellan and Ronny Smith/ - Scottish Hotel School, University of Strathclyde, 1998
37. [www.salzburgfestival.at](http://www.salzburgfestival.at)
38. <http://www.icomos.org/tourism/charter.html>

СОЁЛЫН АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛ

Санал асуулгын нэгдсэн дүн

Σ=2120

**Судалгааны түүврийн хэмжээ**

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	Тоо	2120	1094	1026
2	Хувь	100	51.6	48.4

**1. Иргэний харьяалал**

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	Франц	5.1	4.8	5.5
2	Швед	1.0	1.1	1.0
3	Бразил	.8	1.4	.3
4	Орос	1.0	.5	1.5
5	Швейцар	2.6	3.4	1.8
6	Шинэ Зеланд	.2	.3	.2
7	Австрали	4.5	4.5	4.6
8	Ирланд	1.6	1.6	1.6
9	Финланд	.7	.5	1.0
10	Герман	4.6	4.8	4.4
11	АНУ	14.7	16.7	12.6
12	Хятад	1.4	.9	1.9
13	Румын	.3	.4	.2
14	Канад	4.3	4.6	4.1
15	Болгар	.1	.1	.2
16	Солонгос	5.0	4.8	5.3
17	Энэтхэг	.7	.3	1.1
18	Чех	.5	.5	.5
19	Турк	.7	.4	1.1
20	Япон	19.1	19.2	19.0
21	Испани	1.8	1.8	1.8
22	Голланд, нидерланд	4.7	4.2	5.2
23	Унгар	.7	.8	.6
24	Шриланк	.2	-	.5
25	Итали	2.2	2.7	1.6
26	Англи	4.4	4.6	4.3
27	Тайвань	.5	.2	.8
28	Малайз	1.0	1.7	.2
29	Австри	.4	.3	.6
30	Украйн	.3	.1	.6
31	Денмарк	.7	.5	.8
32	Сингапур	1.0	1.0	1.0
33	Польш	.6	.3	1.0
34	Израил	.5	.1	.9
35	Вельги	1.3	1.7	.9
36	Норвеги	.5	.5	.5
37	Югослав	.1	.2	.1
38	Мексик	.1	.2	-
39	Камерун	.0	.1	-
40	Вьетнам	.1	.2	-
41	Словак	.0	-	.1
42	Дани	.7	.5	.9
43	Грек	.5	.7	.2
44	Хонгонк	.1	.2	.1
45	Өмнөд Африк	.1	-	.2
46	Филипин	.2	.2	.2
47	Аргентин	.0	.1	-

99	Хариулаагүй	8.0	6.5	9.6
----	-------------	-----	-----	-----

### 1.1 Иргэний харъяалал

		Frequency	Percent	Valid Percent
1	АНУ	312	14.7	16.9
2	Япон	405	19.1	21.9
3	Европын орнууд	675	31.8	36.5
4	Азийн бусад орнууд	231	10.9	12.5
5	Бусад орнууд /Америк, Африк тивийн орнууд, Австрали, Шинэ Зеланд	227	10.7	12.3
6	Бүгд	1850	87.3	100.0
7	Хариулаагүй	270	12.7	
8	Бүгд	2120	100.0	

### 1.1 Иргэний харъяалал

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	АНУ	16.9	18.7	14.8
2	Япон	21.9	21.5	22.3
3	Европын орнууд	36.5	36.3	36.7
4	Азийн бусад орнууд	12.5	11.0	14.2
5	Бусад орнууд /Америк, Африк тивийн орнууд, Австрали, Шинэ Зеланд	12.3	12.5	12.0
6	Бүгд	100.0	100.0	100.0

### 2. Нас

	Насны бүлэг	Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	8 -17	1.9	1.6	2.3
2	18 - 25	11.1	7.8	14.6
3	26 - 35	26.6	25.0	28.4
4	36 - 45	25.6	26.6	24.5
5	46 - 55	18.8	22.0	15.3
6	56 - дээш / 92/	16.0	17.0	14.8
	Total	100.0	100.0	100.0

### 3. Хүйс

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	Эрэгтэй	53.5	55.2	52.2
2	Эмэгтэй	44.1	42.9	45.6
9	Хариулаагүй	2.4	1.9	2.2
3	Total	100.0	100.0	100

### 4. Боловсрол

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	Бакалаврын өмнөх	0.7	0.6	0.7
2	Дээд	46.9	50.2	43.5
3	Магистр	25.7	26.1	25.3
4	Доктор (Ph.D)	9.3	8.0	10.7
5	Sc.D	2.9	2.0	3.8
6	Хариулаагүй	14.5	13.2	16.0
	Total	100.0	100	100.0

### 5. Аяллын хэлбэр

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	Бүлэг группээр	48.9	49.3	48.4
2	Гэр бүлийнхэнтэйгээ	15.0	16.8	13.0
3	Ганцаараа	26.8	24.6	29.0
4	Бусад	7.5	7.3	7.7

5	Хариулаагүй	1.9	1.9	1.9
6	Бүгд	100.0	100.0	100.0

**6. Энэ аяллыг оруулаад Та Монголд хэдэн удаа ирж байна вэ?**

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	Анх удаа	75.6	74.8	76.3
2	Хоёр удаа	12.7	12.2	13.4
3	Гурваас олон удаа	8.3	8.7	7.8
4	Монголд амьдардаг	.1	0.3	-
5	Хариулаагүй	3.3	4.1	2.5

**7. Монголд хэр удаан байх вэ?**

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	Цөөн өдөр / 1-6 өдөр/	.6	0.5	0.7
2	7 хоног	36.8	38.3	35.3
3	10-14 өдөр	28.0	30.9	24.9
4	15-30 өдөр	23.0	21.9	24.2
5	45 хүртэлх өдөр	6.0	4.9	7.1
6	1 жил хүртэл	.9	0.7	1.0
7	1-2 жил	.6	0.6	.5
8	Энд амьдардаг	.0	-	0.1
9	Хариулаагүй	4.1	2.1	6.2

**7. Монгол руу аялахдаа хаанаас, ямар эх сурвалжаас мэдээлэл авсан бэ?**

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	Интернет	47.1	48.7	45.4
2	Сонин	5.0	4.8	5.3
3	Аялал жуулчлалын агентлаг	25.0	25.6	24.3
4	Найз нөхөд	33.0	32.6	33.3
5	Лавлах ном товхимол	8.5	4.9	12.3
6	Ажлын шугамаар	0.9	1.2	0.6
7	Хувийн мэдээлэл /нөхөр, гэр бүлийнхэн, ах дүү, багш, оюутан/	1.1	1.0	1.2
8	Шашны байгууллага, сүм хийд	0.1	0.1	0.1
9	Байгууллага /элчин, Энх тайвны корпус, их сургууль, дунд сургууль г.м//	3.3	2.3	4.5
10	Телевиз, кино	0.6	0.4	0.8
11	Олон эх сурвалжаас	0.1	0.1	0.1
12	Мэдээлэл аваагүй	0.0	-	0.1
99	Хариулаагүй	1.0	0.6	1.4

**8. Монголд Та ямар зорилгоор ирсэн бэ?**

		Нийт хувь	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	Монголын үзэсгэлэнт байгалийг үзэх	64.0	63.1	64.9
2	Монголын Говийг үзэх	28.6	27.5	29.9
3	Хөх тэнгэр, алтан нарыг үзэх	16.3	16.4	16.2
4	Онгон байгаль	23.3	26.0	20.4
5	Нүүдлийн амьдрал	45.1	46.7	43.4
6	Түүх, соёл	29.2	21.9	37.1
7	Монголд хамтран ажиллах	6.4	5.2	7.8
8	Ажлаар /алтны уурхай, шүдний эмчилгээ, барилгын ажлаар, бага хурал, семинарт оролцох, монгол судлалын хичээл, судалгаа шинжилгээгээр, англи хэл заахаар /	4.9	5.2	4.4

9	Хобби /хөгжим, хурдан морины уралдаан, загасчлахаар, ууланд авирах /	1.3	1.5	1.1
10	Бизнес	1.0	1.2	0.7
11	Шашны ажлаар /гандан хийдэд багшлах, сүм хийд үзэх, шашны ёслолд оролцох, христийг нүүдэлчдэд хүргэх, тэдэнтэй хуваалцах/	1.2	0.7	1.6
12	Энд амьдардаг хамаатан садан, хүү, эгч дүү, нөхөр, найз нартайгаа уулзах	1.4	2.2	0.5
13	Наадам, УБ-ыг үзэх, цаа буга үзэх	0.3	0.3	0.3
14	Амрахаар, аялахаар, адал явдал хайж	0.3	0.5	0.1
15	Энд амьдардаг	0.3	0.3	-
16	Монгол хүмүүсийг таньж мэдэхээр, тэдэнтэй харилцах	0.3	0.1	0.2
17	Өөр улс руу явахдаа дамжин өнгөрч байна	0.3	0.1	0.5

**9. Соёлын аялал жуулчлалын ямар хэлбэр нь сонирхолтой, тааламжтай байсан/ байх вэ?**

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан
1	Түүхийн аялал жуулчлал	46.4	45.7	47.1
2	Угсаатны аялал жуулчлал	43.5	43.9	43.0
3	Соёлын үйл явдлын аялал жуулчлал	19.8	22.0	17.4
4	Шашны аялал	11.5	10.3	12.8
5	Хотын аялал жуулчлал	16.3	14.7	18.0
6	Холимог	30.5	32.8	27.9
7	Бүгд	1.7	1.3	2.1
8	Загасчлах	0.0	-	0.1
9	Хариулаагүй	3.4	3.3	3.5
10	Ажлын аялал	0.0	0.1	-
11	Байгалийн явган аялал	0.0	-	0.1
12	Байхгүй	0.0	0.1	-

**10. Түүх соёлын ямар дурсгал Таны сэтгэлийг / анхаарлыг/ татсан бэ?**

		Буцсан жуулчид
1	Түрэгийн дурсгал	13.8
2	Хар хорин /Монголын эртний нийслэл/	38.8
3	Гандан хийд	50.2
4	Дашчойлин хийд	9.5
5	Богд хааны музей	1.2
6	Бүгд	0.5
7	Амарбаясгалант	0.9
8	Урлагийн музей	0.2
9	Эрдэнэ зуу	0.2
10	Чойжин ламын сүм	0.6
11	Гэр	0.1
12	Зайсан толгой	0.1
13	Шанхийн хийд	0.2
14	Харбалгас /Уйгарын хаант улсын/	0.1
15	Онгийн хийд	0.3
16	Байхгүй, хараахан үзэж амжаагүй	0.3
17	Хариулаагүй	16.9

**11. Соёлын ямар үйл явдал, баяр ёслолд Та оролцмоор байна вэ?**

		Буцсан жуулчид
1	Наадам	52.3
2	Цагаан сар	8.4
3	Тамганы найр /унага тамгалах ёслол	5.8
4	Хаврын айрагны наадам	6.9

5	Сарлагийн наадам	12.0
6	Науризын баяр	4.6
7	Бөөгийн ёслол /бөөлөх/	18.8
8	Буддийн шашны ёслол	23.5
9	Тэмээний уралдаан	14.6
10	Монгол бөх	20.3
11	Эрхий мэргэн харваа	12.2
12	Хурдан морины уралдаан	21.6
13	Хариулаагүй	12.6
14	Бүгдэд нь	1.3
15	Байхгүй	0.1

**12. Урлагийн ямар тоглолтыг Та үзмээр байна вэ?**

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
0	Алиныг нь ч үзэхгүй	0.2	.2	.2
1	Ардын урлагийн тоглолт	68.5	70.7	66.1
2	Сонгодог урлагийн тоглолт	10.1	10.1	10.2
3	Аль алиныг нь	11.0	11.6	10.4
9	Хариулаагүй	10.2	7.5	13.1

**13. Монголын ямар музей нь Таны сонирхлыг татав?**

		Буцсан жуулчид
1	Байгалийн түүхийн музей	60.2
2	Богд хааны музей	33.3
3	Үндэсний түүхийн музей	45.1
4	Урлагийн галерей	22.8
5	Дүрсдэх урлагийн музей	18.1
6	Бүгд	1.1
7	Буддийн сүм хийд /Занабазар/	1.1
8	Чойжин ламын сүм музей	0.6
9	Хариулаагүй	6.6
10	Музей үзэх дургүй	0.1
11	Өлгийн музей	0.4
12	Байхгүй	0.1

**14. Монголд аялаж байх хугацаанд ямар бэрхшээл тохиолдов? Юу нь хэцүү байв?**

		Буцсан жуулчид
1	Тав тухгүй /ор нь хатуу, буудал нь чимээ ихтэй гудамжинд байрладаг	19.9
2	Байгалийн бэрхшээл / гамшиг	10.9
3	Халдварт өвчин	4.7
4	Жуулчны байгууллагын үйлчилгээний чанар	11.2
5	Зам муу, машины бөөгнөрөл, орон нутгийн тээвэр	1.8
6	Хэлний бэрхшээл, харилцахад хэцүү / англи хэл тэр бүр мэдэхгүй бх	0.5
7	Бэрхшээл тохиолдоогүй, бүх зүйл сайн	2.7
8	Гудамж, хотын байрлалын зураг байхгүй	0.1
9	Хариулаагүй	51.4
10	Шударга бус цагдаа, цагдаа хүч хэрэглэх, доромжлох	0.2
11	Хулгайч	0.1
12	Гадаадынхныг үзэн ядах/ялгаварлаж үзэх үзэл, хүнд суртал	0.1
13	Үнэ ялгавартай байх, онгоцны билет үнэтэй	0.2

**15. Таны аяллын зардал ойролцоогоор ямар байв?****15.1 Нийт зардал (доллараар)**

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	900 хүртэл	21.0	16.4	26.3
2	1000 - 1900	22.5	22.4	22.7
3	2000- 2900	23.7	25.7	21.3
4	3000- 3900	16.8	17.1	16.5
5	4000 -аас дээш /35000/	16.0	18.4	13.2
6	Бүгд	100.0	100.0	100.0
7	Дундаж утга	2694	3077	2244

**15.2 Соёлын үйл явдлын зардал (доллараар)**

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	2-20	20.5	17.6	23.2
2	25-50	22.2	19.3	24.7
3	60-100	23.0	28.4	18.0
4	130-450	17.3	18.8	16.0
5	500 - аас дээш /4200/	17.0	15.9	18.0
6	Бүгд	100.0	100.0	100.0
7	Дундаж утга	279	323	239

**15.3 Бэлэг дурсгал авахад гарсан зардал (доллараар)**

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	2 -40	19.5	13.5	25.5
2	50-95	14.4	16.4	12.3
3	100- 150	26.1	27.5	24.7
4	200 - 400	23.4	25.8	21.0
5	500-- аас дээш /5000/	16.6	16.8	16.5
6	Бүгд	100.0	100.0	100.0
7	Дундаж утга	309	316	302

**15.4 Бүсэл зардал (доллараар)**

		Нийт	Ирсэн жуулчид	Буцсан жуулчид
1	50 хүртэл	17.4	16.7	18.2
2	60-100	20.9	23.5	18.2
3	140-400	21.4	19.6	23.2
4	450- 1000	16.9	16.7	17.2
5	1100 -2000	11.4	10.8	12.1
6	2200 -аас дээш /25000/	11.9	12.7	11.1
7	Бүгд	100.0	100.0	100.0
8	Дундаж утга	1259	1792	710

## СОЁЛЫН АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛ

Аялал жуулчлалын байгууллагаас авсан  
санал асуулгын дүн

**$\Sigma = 86$**

Судалгаа авсан газар

		Хувь
1	Аялал жуулчлалын компани	95.3
2	Зочид буудал	3.5
3	Аяллын клуб	1.2
4	Бүгд	100.0

**Судалгаанд хамрагдсан байгууллага**

		Frequency	Хувь
1	Байгаль - Үүд	3	3.5
2	Хар хорум өргөө	1	1.2
3	Өгөөдэй	1	1.2
4	Жанхай	2	2.3
5	Мөнгөн мод	2	2.3
6	Орхон	1	1.2
7	Номин тур	2	2.3
8	Тойлогт	1	1.2
9	Далан тур	1	1.2
10	Цэнгүүн хүрээ	1	1.2
11	Анар	1	1.2
12	Гурван бүлэг	1	1.2
13	Тайхар	1	1.2
14	Тамир	1	1.2
15	Хорго I	1	1.2
16	Цагаан нуур	1	1.2
17	Eagle tour- art shop	2	2.3
18	Nomadic expeditions mongolia	1	1.2
19	Ховд - монгол ан	1	1.2
20	Баян - Өлгий - Орман ан	1	1.2
21	Аувижан	1	1.2
22	Алтай тур	1	1.2
23	New жуулчин	1	1.2
24	Жуулчин Ховд	1	1.2
25	Жуулчин говь	2	2.3
26	F тур	1	1.2
27	Сэлэнгэмөрөн	1	1.2
28	Тораз зочид буудал	1	1.2
29	Нарлаг зочид буудал	1	1.2
30	Nomads tour & expedition	2	2.3
31	Дөлгөөн инвест	1	1.2
32	Mongol empire tours	1	1.2
33	Цагаан шонхор	2	2.3
34	Жуулчин	3	3.5
35	Баян говь	1	1.2
36	Монгол Алтай	1	1.2
37	Хангарьд	1	1.2
38	Eco travel Нүхт	1	1.2
39	Монголын аялал жуулчлалыг дэмжих клуб	1	1.2

40	Best tour	1	1.2
41	Exsel travel	1	1.2
42	Хөвсгөл далай	1	1.2
43	Хөвсгөл дөл тур	1	1.2
44	Хөвсгөл - Хангарьд	1	1.2
45	Хөвсгөл эко тур	1	1.2
46	Мон travel	1	1.2
47	Хөхсүвд	1	1.2
48	Ms guest house	1	1.2
49	Жим ганц нуур	1	1.2
50	Хөвсгөл travel	1	1.2
51	Виржин лэнд	1	1.2
52	Жуулчин Ханбогд	1	1.2
53	Говийн гурван тэмээ	2	2.3
54	Чингисийн бухнууд	1	1.2
55	Түвшин тур	1	1.2
56	Desert говь	2	2.3
57	Гүег хаан	1	1.2
58	Mongolian amazing travel	1	1.2
59	Дундговь	1	1.2
60	Дидо	1	1.2
61	EBO tour	1	1.2
62	Өгий	1	1.2
63	Баянбулаг	1	1.2
64	Чингисийн хүрээ	1	1.2
65	SS travel	1	1.2
66	Хариулаагүй	8	9.3
67	Бүгд	86	100.0

### **1. Насны бүтэц**

1	24 хүртэлх	17.4
2	25-30	22.1
3	31-35	18.6
4	36-40	19.8
5	41- ээс дээш /65/	22.1
6	Бүгд	100.0

### **2. Хүйс**

1	Эрэгтэй	40.7
2	Эмэгтэй	59.3
	Бүгд	100.0

### **3. Эрхэлсэн ажил**

		Хувь
1	Удирдах ажилтан /захирал, менежер/	67.4
2	Ажилчин /зөөгч, бармен, үйлчлэгч, хөтөч /	16.3
3	Ня-бо	5.8
4	Орчуулагч, зуучлагч	4.7
5	Оюутан	1.2
6	Ажмлгүй	1.2
7	Хариулаагүй	3.5
8	Бүгд	100.0

**4. Боловсрол**

		Хувь
1	Дээд	86.0
2	Тусгай дунд	7.0
3	Бүрэн дунд	5.8
4	Бүрэн бус дунд	1.2
5	Бүгд	100.0

**5. Таны мэргэжил, мэргэшсэн ажил үйлчилгээний чиглэл**

1	Орчуулагч, гадаад хэлний багш //англи, герман, франц/	21.4
2	Хуульч	6.0
3	Инженер, эдийн засагч	21.4
4	Аялал жуулчлалын менежер,	13.1
5	Жолооч, сантехникч	20.2
6	Эмч	1.2
7	Дасгалжуулагч	1.2
8	Загвар зохион бүтээгч	2.4
9	Хариулаагүй	3.6
10	Антропологич, археологич, геологич	3.6
11	Олон улсын харилцаа, олон улсын худалдаа	3.6
12	Тогооч	1.2
13	Чанар шалгагч	1.2
14	Бүгд	100.0

**6.1 Нийт ажилласан жил**

1	1-3 жил	19.4
2	4-6 жил	16.7
3	7-10 жил	20.8
4	11-15	11.1
	16-аас дээш жил //	31.9
5	Бүгд	100.0
6	Дундаж утга /Mean/	12.3

**6.2 Аялал жуулчлалын байгууллагад ажилласан жил**

2	1-3 жил	39.7
3	4-7 жил	31.5
4	8 -аас дээш жил /25/	28.8
5	Бүгд	100.0
	Дундаж утга /Mean/	5.8

**6.3 Олон нийтийн байгууллагад ажилласан жил**

1	Ажиллаагүй	50.0
2	1-2 жил	20.6
3	4 - дээш жил //	29.4
4	Бүгд	100.0
5	Дундаж утга /Mean/	3.2

**6.4 Тухайн мэргэжлээр ажилласан жил**

1	Ажиллаагүй	21.7
2	1-3 жил	23.9
3	4-9 жил	30.4
4	10 -аас дээш жил //	23.9
5	Бүгд	100.0
	Дундаж утга /Mean/	6.7

**7. Танай байгууллага аялал жуулчлалын салбарт ямар чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулдаг вэ?**

*/Давтагдсан тоогоор/*

1	Олон төрлийн аялал / морин, усан онгоцоор аялуулах	15.3
2	Соёлын жуулчлал /түүх соёлын газраар аялуулах	12.5
3	Ан агнуур	11.1
4	Байгалийн аялал жуулчлал	8.3
5	Спортын аялал //дугуй, уулын,	8.3
6	Адал явдлын аялал	2.8
7	Эко туризм	1.4
8	Жуулчны бааз	45.8
9	Тур оператор /зуучлах /	18.1
10	Зочид буудал	6.9
11	Худалдаа үйлчилгээ	4.2
12	Тээвэр визний үйлчилгээ	1.4
13	Олон Улсын аялал жуулчлал	4.2
14	Бүргэдчдийн баярыг ивээн тэтгэдэг	1.4
15	Гадаадын хөрөнгө оруулалтыг татан оруулах	1.4
16	Зөвлөгөө мэдээлэл өгөх /аялал жуулчлалын талаарх/	1.4
17	Хариулаагүй	5.6

**8. Танай байгууллага аялал жуулчлалын салбарт хэдэн оноос эхлэн үйл ажиллагаа явуулж эхэлсэн бэ?**

1	1954 -1989	9.4
2	1990 - 1994	21.2
3	1995 -1999	35.3
4	2000 -2004	34.1
5	Бүгд	100.0
	Дундаж утга /Mean/	1994

**9. Танай байгууллага аялал жуулчлалын салбарт явуулж буй үйл ажиллагааны чиглэлээ өөрчлөх, эсвэл өргөжүүлэх шаардлагатай гэж Та үзэж байна уу?**

1	Тийм	87.1
2	Үгүй	11.8
3	Хариулаагүй	1.2
4	Бүгд	100.0

**10. Хэрэв тийм бол чухам ямар төрөл чиглэл болгож өөрчлөх сонирхолтой байна?**

*/Давтагдсан тоогоор/*

<b>Аяллын төрөл чиглэлийг өөрчлөх</b>		
1	Түүх, угсаатан, соёлын аялал жуулчлал /театр музейтэй болох, жүжигчидтэй хамтарч ажиллах/	9.6
2	Танин мэдэхүйн	5.5
3	Адал явдлын аялал /сонирхолтой, хэвшсэн байдлаас татгалзах/	5.5
4	Эко туризм	4.1
5	Хосолсон аялал жуулчлал	2.7
6	Ан агнуур	1.4
<b>Үйл ажиллагааг өргөтгөх, өөрчлөх</b>		
7	Бие даан жуулчид авах, өргөжүүлэх, тур операторын үйл ажиллагаа эрхлэх, шинэ бааз байгуулах	24.7
8	Өвөл аялагч авах, 4 улиралд аялагч авах	12.3
9	Дотоодын аялагч нарыг гадагш аялуулах, улс хоорондын аялал, том зах зээлд гарах	8.2
10	Аяллын тусгай шинэ маршруттай болох	6.8
11	Амралтын & АЖ-ын цогцолбор болгох, иж бүрэн үйлчилгээ явуулах, тур операторуудыг үгүй хийх	6.8
12	Өөрчлөх сонирхолгүй байна	1.4
13	Хариулаагүй	21.9

**11. Соёлын аялал жуулчлал гэдэгт Та юу ойлгож байна?**

1	Түүх соёлын өв, зан заншил, ёс жаяг, зан үйл, амьдралын төлөвшилтэй танилцуулах, түүх соёл, угсаатны зүйн үзмэр зүйлс	46.2
2	Хүний гараар бүтээгдсэн бүхий л зүйлс, ардын өв уламжлал, соёлыг бүтээгч элемент болох оюуны болон эдийн соёлын бүхий л нэгж хэсгийг танилцуулж буй аялал	2.6
3	Уламжлалт урлаг, ёс заншил & аялал жуулчлалын байгууллагын онцлог	2.6
4	Язгуур урлаг, үндэсний соёлын өв, соёл урлагтай холбоотой бүх зүйл хамрагдана	2.6
5	Байгалийн & адал явдлын аяллаас бусад аялал	1.3
6	Түүх & байгалийн аялал жуулчлал	2.6
7	Тухайн орны соёл боловсролыг жуулчдад нээх, соёлын гайхамшигийг таниулах	9.0
8	Соёлын үйл, төрөл ангийг аялал жуулчлалын замаар солилцох, хөгжүүлэх явц	2.6
9	Хүний ая тухтай байдлыг хангах	1.3
10	Тухайн улс гүрний мөн чанар, нүүр царай	2.6
11	Хариулаагүй	21.8
12	Сайн мэдэхгүй байна	5.1
13	Бүгд	100.0

**12. Монгол оронд соёлын аялал жуулчлал хөгжүүлэх нөөц бололцоо байна уу?**

1	Тийм	95.3
2	Үгүй	2.3
3	Хариулаагүй	2.3
4	Бүгд	100.0

**13. Тийм бол ямар нөөц бололцоо байна гэж Та үзэж байна вэ?**

*/Давтагдсан тоогоор/*

1	Түүх соёлын дурсгалт газруудтай, олон зууны түүхтэй сүм хийд	26.6
2	Нүүдлийн соёл, ёс заншил, өвөрмөц соёл, зан заншил өвлөгдөн үлдсэн, олон ястан өөрийн соёлын уламжлалыг хадгалсан	31.3
3	Үндэсний соёл, ардын урлаг	12.5
4	Онгон байгаль, үзэсгэлэнт газрууд	14.1
5	Төрт ёсны олон жилийн түүхтэй	1.6
6	Мэдэхгүй	1.6
7	Хариулаагүй	31.3

**14. Монголд соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нийгмийн эрэлт хэрэгцээ байна уу?**

1	Тийм	98.8
2	Үгүй	1.2
3	Бүгд	100

**15. Хэрэв байгаа бол жуулчлалын энэ чиглэл нийгэмд ямар үр ашиг өгнө гэж Та үзэж байна?**

*/Давтагдсан тоогоор/*

1	Монголын соёлыг дэлхийд сурталчлах	73.3
2	Соёлын өвийг хадгалж хамгаалах	40.7
3	Эдийн засагт эерэг нөлөө үзүүлнэ	26.7
4	Нийгмийн тогтвортой хөгжлийг хангах	10.5
5	Бусад	2.3
6	Хариулаагүй	2.3

**16. Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх эрх зүйн орчин хэр зэрэг бүрдсэн гэж Та үзэж байна?**

1	Бүрдэн төлөвшсөн	7.0
2	Хараахан бүрдэж амжаагүй	39.5
3	Бүрдэн төлөвших шатандаа	41.9
4	Огт бүрдээгүй	8.1
5	Хариулаагүй	3.5
6	Бүгд	100.0

**17. Танай байгууллага соёлын жуулчлалын ямар чиглэлийг түлхүү хөгжүүлэх боломжтой вэ?**

*/Давтагдсан тоогоор/*

		Хувь
1	Түүх, шашны чиглэл / бөө судлал /	9.5
2	Түүх, угсаатны зүй // цаатны амьдрал, үндэсний хувцасны галерей, үндэстэн бүрийн онцлог, аж амьдралыг харуулсан түүхэн гэр музей/	13.1
3	Түүхийн	7.1
4	Угсаатан ардын соёл, зан заншил /Орон нутгийн өв соёлын өвөрмөц чиглэл, казак, цаатан/	25.0
5	Урлагийн тоглолт /үндэсний урлаг, домборын тоглолт/	14.3
6	Ан агнуур /бүргэдийн ан, загасчлах/	2.4
7	Байгалийн үзэсгэлэнт газраар аялуулах	3.6
8	Эртний анагаах ухааны өв уламжлал	1.2
9	Үндэсний спорт	1.2
10	Хариулаагүй	41.7

**18. Танай байгууллагын нийт орлогын хэдэн хувь нь соёлын арга хэмжээнээс ордог вэ?**

		Хувь
0	Тийм орлого байхгүй	1.2
1	0-20 хувь	44.2
2	21-40 хувь	22.1
3	41-60 хувь	15.1
4	61-80 хувь	1.2
5	91-ээс дээш хувь	1.2
6	Хариулаагүй	15.1
7	Бүгд	100.0

**19. Хэрэв танай байгууллага Соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлбэл одоогийнхоос илүү өргөн хүрээтэй эдийн засгийн үр ашиг сайтай ажиллах боломжтой юу?**

		Хувь
1	Тийм	57.0
2	Үгүй	24.4
3	Мэдэхгүй /судалгаа хийж үзээгүй учир/	4.7
4	Хариулаагүй	14.0
5	Бүгд	100.0

**20. Яагаад /учир холбогдол нь/**

*/Давтагдсан тоогоор/*

<b>САЖ-ыг хөгжүүлэх нь э/з-ийн ашигтай, учир нь:</b>		
1	Жуулчид тухайн орны соёл зан заншлыг үзэх гэж л ирдэг учир жуулчдын тоо олширно, нүүдэлчдийн соёл иргэншлийг илүү сонгодог	14.3
2	Шинээр хөгжиж буй учир байгалийн аялал жуулчлалтай холбовол илүү үр дүнтэй	2.4
3	САЖ-ын чиглэлийг зорилт болгон ажилладаг	2.4
4	Жуулчны баазын нэр хүнд өснө, бусдаас ялгарах онцлогтой болно	2.4
5	Жуулчдын дийлэнх нь байгаль орчин сонирхож ирдэг	1.2
6	Нүүдэлчний соёлоороо Монгол алтай дэлхийд хосгүй, нүүдэлчдийн зан заншил угаас хадгалагдаж байгаа учир хөрөнгө оруулах шаардлагагүй	3.6

7	АЖ соёл урлаг хоёр хамт хөгжих ёстой салшгүй байх ёстой	1.2
8	Урлагаар дамжуулан асар их мэдээллийг олон улсад хүргэнэ	1.2
9	Ямар ч оронд САЖ-ыг хөгжүүлэх боломжтой	1.2
10	Дагнан хөгжүүлэх нь бүхий л бололцоо, арга хэмжээг төвлөрүүлэх учир э/з үр ашигтай	1.2
	Эрх зүйн орчин нь төлөвших шатандаа явж байгаа тул хөгжүүлэх боломж бий	1.2
<b>ЭЗ-ийн үр ашиг сайтай ажиллах боломжгүй, учир нь :</b>		
11	Монголд аялал жуулчлалыг дангаар /нэг чиглэлээр/ хөгжүүлэх нь одоохондоо үр дүнгүй, үйл ажиллагааны хүрээ хумигдаж эдийн засгийн үр ашиг муудна	6.0
12	Эрх зүйн орчин бүрдээгүй	2.4
13	Манайх байршлын хувьд байгальдаа түшиглэсэн	1.2
14	Соёлын өв бараг устгагдсан, ёс заншил ч бас эргэлзээтэй, хүнд үзүүлэх харуулах юм хомс /Хархоринг үзүүлнэ гээд очиход жуулчид үүнийг үзэх гэж л бид ийм хол явсан хэрэг үү гээд сэтгэл дундуур байдаг /	1.2
15	Орон нутгийн иргэд мэдлэг боловсрол, мэдээллээр дорой байна	1.2
16	Хариулаагүй	57.1

**22. Хэрэв байгаа бол ямар сургалтанд хамрагдах сонирхолтой байна?**

		Хувь
1	Бакалаврын	10.8
2	Магистрын	6.0
3	Зэргийн бус /богино хугацааны семинари, курс г.м /	72.3
4	Магистрын & зэргийн бус сургалт	3.6
5	Гадаадад аялал жуулчлалын чиглэлээр сурах	1.2
6	Хариулаагүй	6.0
7	Бүгд	100.0

СОЁЛЫН АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛ

Урлагийн байгууллага, уран бүтээлчдээс авсан санал асуулгын дүн

$\Sigma = 55$

**Судалгаа авсан газар**

		Хувь
1	Хөдөө орон нутаг	47.3
2	Улаанбаатар хот	52.7
3	Бүгд	100.0

**1. Судалгаанд хамрагдсан байгууллага**

		Хувь		Хувь
1	Хөгжимт драмын театр	3.7	Хөгжимт драмын театр	3.7
2	Орон нутгийн музей	13.0	Орон нутгийн музей	13.0
3	Уулын музей	1.9		1.9
4	Монгол аялгуу	1.9	Монгол аялгуу	1.9
5	Соёлын төв	5.6	Соёлын төв	5.6
6	Номын сан	1.9	Номын сан	1.9
7	УБ-ын музейнүүд	9.3		
8	Хэлмэгдэгсдийн музей	1.9	УБ-ын музейнүүд	13.1
9	Чойжин ламын музей	1.9		
10	Цирк	1.9	Цирк	1.9
11	Галерей	1.9	Галерей	1.9
12	Үндэсний дуу бүжгийн чуулга	1.9		
13	Сарны чулуу чуулга	1.9	Дуу бүжгийн Чуулга	7.6
14	Төмөр замын ДБЧ	1.9		
15	Түмэн эх чуулга	1.9		
16	Улсын драмын эрдмийн театр	1.9		
17	Хошин урлагийн театр	1.9	Театр	9.4
18	Сонгодог урлагийн академик театр	3.7		
19	Хүүхэлдэйн театр	1.9		
20	Улсын филормони	1.9	Улсын филормони	1.9
21	Шинэ хөгжмийн ассоциаци	1.9	Урлагийн байгууллагын эвлэл холбоо	3.8
22	Урчуудын Эвлэлийн Хороо	1.9		
23	Shop /art shop, Чилүүдэй, Байгаль-Үүд shop	11.1		
24	Hi-Fi records	1.9	Худалдааны байгууллага	14.9
25	Цэцэг төв	1.9		
26	Хамтлаг	3.7		
27	Хөлгөн туульс хамтлаг	3.7	Жуулчны байгууллага, тэдгээр дэхь урлагийн хамтлаг	13.1
28	Хөвсгөл - жуулчин	1.9		
29	Эрдэнэзуу	1.9		
30	Говийн гурван тэмээ	1.9		
31	Хувиараа ажилладаг	5.6	Хувиараа ажилладаг	5.6
32	Бүгд	100.0	Бүгд	100.0

**2. Насны бүтэц**

1	18-26	21.8
2	26-30	23.6
3	31-35	12.7
4	36-44	23.6
5	45- аас дээш /60/	18.2
6	Бүгд	100.0

**3. Хүйс**

1	Эрэгтэй	40.7
2	Эмэгтэй	59.3
	Бүгд	100.0

**4. Эрхэлсэн ажил**

		Хувь
1	Захирал	22.6
2	Найруулагч	1.9
3	Эрдэм шинжилгээний ажилтан	3.8
4	Оюутан	9.4
5	Нярав ня-бо	15.1
6	Сан хөмрөгч	1.9
7	Худалдагч	15.1
8	Тайлбарлагч	5.7
9	Зохион байгуулагч, менежер	11.3
10	Хяналтын оператор	1.9
11	Хөгжимчин, дуучин, бүжигчин	5.7
12	Хувиараа	5.7
13	Бүгд	100.0

**5. Боловсрол**

		Хувь
1	Дээд	70.9
2	Тусгай дунд	12.7
3	Бүрэн дунд	12.7
4	Бүрэн бус дунд	3.6
5	Бүгд	100.0

**6. Таны мэргэжил, мэргэшсэн ажил үйлчилгээний чиглэл**

		Хувь
1	Удирдах ажил, удирдлагын менежер	3.8
2	Найруулагч	3.8
3	Соёлын менежер, зохион байгуулагч, худалдааны менежер	13.2
4	Багш, эм зүйч,	9.4
5	Жолооч, ой хамгаалагч	5.7
6	Орчуулагч,	11.3
7	Музейн тайлбарлагч, музей судлаач	7.5
8	Нярав ня-бо	13.2
9	Хариулаагүй	11.3
10	Хуульч	3.8
11	Хөгжимчин, дуучин	11.3
12	Философич, улс төрч	3.8
13	Гар урлал	1.9
14	Бүгд	100.0

**7.1 Нийт ажилласан жил**

1	1-3 жил	35.3
2	4-10 жил	29.4
3	11-20 жил	32.4
4	21-ээс дээш жил /39/	2.9
5	Бүгд	100.0
6	Дундаж утга /Mean/	14.3

**7.2 Тухайн байгууллагад ажилласан жил**

1	1 хүртэл жил	19.1
2	1.1-2 жил	29.8
3	2.1-5 жил	19.1
4	6-аас дээш жил /34/	31.9
5	Бүгд	100.0
	Дундаж утга /Mean/	6.1

**8. Танай байгууллага жуулчдад соёл урлагийн ямар үйлчилгээ үзүүлдэг вэ**

*/Давтагдсан тоогоор/*

		Хувь
1	Ардын урлагийн тоглолт	30.2
2	Сонгодог урлагийн тоглолт	9.4
3	Язгуур урлагийн тоглолт	20.8
4	Гар урлалын бүтээлийн үзэсгэлэн худалдаа	45.3
5	Музейн үзүүлэг	41.5
6	Үндэсний зан үйлийн үзүүлбэрүүд	15.1
7	Бөөгийн зан үйл	15.1
8	Бурхан шашны зан үйл	34.0
9	Циркийн үзүүлбэр	1.9
10	Уран зураг	1.9
11	Орчин үеийн бүжиг	1.9
12	Олон Улсын фестиваль	1.9
13	Хүүхэддэйн жүжиг	1.9
14	Худалдаа	1.9
15	Хариулаагүй	1.9

**9. Танай байгууллагад жилд дунджаар хичнээн жуулчин зочилдог вэ**

1	100 хүртэл	28.6
2	101- 500	28.6
3	501-2000	16.3
4	2001- ээс дээш /20000/	26.5
5	Бүгд	100.0
	Дундаж утга /Mean/	2423

**9.1 Үүнээс эрэгтэй нь хэд болох**

1	30 хүртэл	20.8
2	31-70	16.7
3	71-100	16.7
4	101-400	25.0
5	401- аас дээш /7200/	20.8
6	Бүгд	100.0
	Дундаж утга /Mean/	670

**9.2 Үүнээс эмэгтэй нь хэд болох**

1	30 хүртэл	25.0
2	31-100	29.2
3	101 -250	20.8
4	251- ээс дээш /6800/	25.0
5	Бүгд	100.0
	Дундаж утга /Mean/	718

**9.3 Үүнээс хүүхэд хэд болох**

1	1-5	25.0
2	6-100	41.7
3	101-200	8.3
4	201-	25.0
5	Бүгд	100
6	Дундаж утга /Mean/	653

**10. Танай байгууллагын жилийн орлогын хэдэн хувийг жуулчид оруулдаг вэ**

1	Тийм орлого байхгүй	3.8
2	20 хүртэлх хувь	22.6
3	21-40 хувь	24.5
4	41-60 хувь	17.0
5	61-ээс дээш	26.4
6	Хариулаагүй	5.7
7	Бүгд	100.0

**11. Монголд соёлын аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх нь танай байгууллагын үйл ажиллагаанд чухам ямар нөлөө үзүүлдэг вэ?**

*/Давтагдсан тоогоор/*

1	Байгууллагын гадаад харилцаа өргөжинө	60.0
2	Орлого нэмэгдэнэ	69.1
3	Соёлын үйлчилгээ сайжирна	43.6
4	Соёлын үйлчилгээний нэр төрөл олширно.	14.5
5	Уран бүтээлчдийн идэвх дээшилнэ	1.8
6	Орчин үеийн урлагийн бүтээлийг таниулахад	1.8

**12. Та болон танай байгууллага жуулчдад өөрийн байрнаас гадуур үйлчилгээ үзүүлдэг үү?**

1	Тийм	43.6
2	Үгүй	54.5
3	Хариулаагүй	1.8
4	Бүгд	100.0

**13. Хэрэв тийм бол ямар үйлчилгээ үзүүлдэг вэ**

1	10 жилийн сургууль дээр үзэсгэлэн	5.6
2	Гадуур тоглолт хийдэг	55.6
3	Дүрслэх урлагийн үзэсгээн зохион байгуулдаг	5.6
4	Гэрт үзмэрээ дэлгэж үзүүлдэг	5.6
5	Зөөврийн нүүдлийн үзэсгэлэн гаргадаг	5.6
6	Хариулаагүй	22.2

**14. Жилд хэдэн удаа жуулчны байгууллагад үйлчилгээ явуулдаг вэ?**

		Хувь
1	тогтмол	8.7
2	Жилд 1 удаа	8.7
3	2.00	4.3
4	5.00	2.2
5	6.00	2.2
6	Хариулаагүй	50.0
7	10.00	6.5
8	15.00	2.2
9	55.00	2.2
10	70.00	2.2
11	Жуулчны байгууллагад үйлчилгээ явуулдаггүй	4.3
12	120.00	2.2
13	200.00	2.2
14	1000.00	2.2
15	Бүгд	100.0

**15. Жуулчдад үзүүлсэн үйлчилгээнээс олдог жилийн орлого хэд вэ?**

1	Тийм орлого байхгүй	6.4
2	Хариулаагүй	36.2
3	Мэдэхгүй байна	4.3
4	500000 хүртэл төгрөг	21.3
5	500001- 2000000 хүртэл төгрөг	10.6
6	2000001-ээс дээш төгрөг //	21.3
7	Бүгд	100.0

**16. Танай байгууллагад Соёлын аялал жуулчлалын мэргэжилтэн хэр шаардлагатай вэ?**

		Хувь
1	Маш их шаардлагатай	32.7
2	Байж болно	34.5
3	Одоогоор шаардлагагүй	27.3
4	Огт шаардлагагүй	1.8
5	Хариулаагүй	3.6
6	Бүгд	100.0