



DOMESTIC TOUR

ДОТООДЫН АЯЛАГЧДЫН АЯЛЛЫН ЧИГ ХАНДЛАГА, ЗАН ТӨЛӨВИЙН СУДАЛГАА 2025

СУДАЛГААГ БОЛОВСРУУЛСАН:

М.Дархижав (Магистр), Б.Ербахыт (Доктор),
Б.Мөнхтогтох (Докторант) Б.Сайханбаяр (Докторант),
Р.Энхбаяр (Докторант)





ТАЙЛАНГИЙН АГУУЛГА

1. ХУРААНГУЙ	03
2. УДИРТГАЛ	04
• Судалгааны үндэслэл	04
• Судалгааны ажлын зорилго	04
• Зорилт	04
• Судалгааны хамрах хүрээ	05
• Ач холбогдол	05
• Судалгааны түүвэр	06
• Дотоодын аялал жуулчлал аялал жуулчлалд хэрхэн нөлөөлдөг вэ?	07
3. СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН	08
1.Дотоодын аялагчдын хүн ам зүйн үзүүлэлт	08
2.Аяллын давтамж ба зарцуулалт	11
3.Аяллын зохион байгуулалт	14
4.Аяллын зорилго	16
5.Зорих газар, хугацаа	17
6.Бэрхшээл	20
7.Үйлчилгээ	22
8.Мэдээллийн эх сурвалж	25
9.Аяллын туршлага, сэтгэл ханамж	26
10.Хэрэглээ	30
11.Аялагчдын соёл, ёс зүй	34
4. ДҮГНЭЛТ, САНАЛ ЗӨВЛӨМЖ	36
5. БАГИЙН ТАНИЛЦУУЛГА	37



ХУРААНГУЙ

Монгол Улсын дотоодын аялал жуулчлалын хөгжлийн өнөөгийн нөхцөл байдал, дотоодын аялагчдын зан төлөв, аяллын зорилго, чиг хандлага, хэрэглээний хэв маягийг тодорхойлох зорилгоор тус судалгааг хийсэн. Судалгааны хүрээнд дотоодын аялагчдын нийгэм-хүн ам зүйн үзүүлэлт, аяллын давтамж, зардал, хугацаа, маршрут, аяллын төрөл, үйлчилгээний сонголт, сэтгэл ханамж болон тулгамдаж буй асуудлуудыг хамарсан иж бүрэн тоон мэдээлэл цуглуулж, дүн шинжилгээ хийв.

Тус судалгаа нь улс орны хэмжээнд дотоодын аялал жуулчлалын бодлого, төлөвлөлт, бүс нутгийн хөгжлийн шийдвэр гаргалтад нотолгоонд суурилсан мэдээлэл өгөхөд чиглэсэн.

Судалгаагаар дотоодын аялагчдын дийлэнх нь амрах, байгалийн сайхныг үзэх, стресс тайлах, танин мэдэх зорилготой аялж байгаа бөгөөд аяллын түгээмэл хэлбэр нь авто аялал байна. Аялагчид ихэвчлэн гэр бүл, найз нөхдөөрөө хамт аялдаг ба нэг удаагийн аялалд зарцуулах зардал, аяллын хугацаа нь улирал, бүс нутгаас хамааран ялгаатай байна.

Дотоодын аялал жуулчлалын хөгжилд дараах гол хүндрэл, бэрхшээлүүд илэрч байна. Үүнд:

- зам, дэд бүтцийн чанар,
- ариун цэврийн байгууламжийн хомсдол,
- үйлчилгээний стандартын жигд бус байдал,
- байршуулах хэрэгслийн үнийн хөөрөгдөл,
- байгаль орчин, хог хаягдлын асуудал багтаж байна.

Судалгааны үр дүн нь дотоодын аялал жуулчлалыг улирлын хамаарлаас ангид, тогтвортой, чанартай хөгжүүлэх, аяллын бүсүүдийн дэд бүтцийг сайжруулах, үйлчилгээний стандарт, аяллын боловсролыг нэмэгдүүлэх, орон нутгийн бүтээгдэхүүн, иргэдийн оролцоог дэмжих бодлого, хөтөлбөр боловсруулахад чухал суурь баримт болно.

Монгол Улсын дотоодын аялагчдын зан төлөв, хэрэгцээ, тулгамдсан асуудлыг нэгтгэн харуулсан уг судалгаанаас гарсан зөвлөмжүүд төр, хувийн хэвшил, орон нутгийн байгууллагуудын аялал жуулчлалын хамтын ажиллагаанд бодитой хувь нэмэр болно гэж найдаж байна.



СУДАЛГААНЫ ҮНДЭСЛЭЛ

УДИРТГАЛ

Монгол Улсад дотоодын аялал жуулчлал сүүлийн жилүүдэд эрчимтэй өсөлт үзүүлж байгаа ч аялагчдын аяллын талаар бүрэн судалсан судалгаа одоогоор дутмаг байна. Тиймээс энэхүү судалгааг дотоодын аялагчдын аяллын шалтгаан, сонголт, зан төлөвийг тодорхойлох, аяллын зардлын бүтэц гэх мэт бүс нутгийн аялал жуулчлалын хөгжлийг тоон өгөгдөлд суурилан төлөвлөх хэрэгцээнд үндэслэн хийв.

СУДАЛГААНЫ ЗОРИЛГО

Энэхүү судалгаа нь дотоодын аялал жуулчлалын хөгжлийн өнөөгийн байдлыг тодорхойлох ба дотоодын аялагчдын зан төлөв, аяллын зорилго, чиг хандлагыг судлах, дата өгөгдлийг нэгтгэх, түүнд дүн шинжилгээ хийх зорилготой болно. Судалгааны үр дүнг нийтэд нээлттэй танилцуулж, байршуулах болно.

СУДАЛГААНЫ ЗОРИЛТ

Энэхүү зорилгыг хангахын тулд дараах зорилтуудыг дэвшүүлэв. Үүнд:

- Монгол Улсын дотоодын аялал жуулчлалын өнөөгийн байдал, зах зээлийн орчныг тодорхойлох.
- Дотоодын аялагчдын зан төлөв, аяллын давтамж, зорилго, сонголт, үйлчилгээний хэрэгцээг судлах.
- Аялагчдын аяллын маршрут, зардал, хугацаа, хэрэглээний онцлогт дүн шинжилгээ хийх.
- Судалгаагаар авсан өгөгдлийг нэгтгэж, статистик болон аналитик аргаар боловсруулах.
- Үр дүн дээр үндэслэн дотоодын аялал жуулчлалын салбарын хөгжлийг дэмжих зөвлөмж, чиглэл гаргах.



СУДАЛГААНЫ ХАМРАХ ХҮРЭЭ

- Хүн амын хамрах хүрээ: Дотоодын аялагчид (оюутан, залуус, гэр бүл, ахмад настан, байгууллагын аялал, адал явдал болон амралтын аялал гэх мэт)
- Бүс нутгийн хамрах хүрээ: Монгол Улсын дотоодын аяллын идэвхтэй бүсүүд (аймаг, сум, аяллын маршрут, аяллын гол цэгүүд)
- Цаг хугацааны хүрээ: 2025 оны IV улирал

СУДАЛГААНЫ АЧ ХОЛБОГДОЛ

Дотоодын аялал жуулчлалын бодит нөхцөл байдал, эрэлт хэрэгцээ, хэрэглэгчийн зан төлөвийн талаар үнэн зөв мэдээлэл бүрдэн, аялал жуулчлалын үйлчилгээ эрхлэгчдэд бүтээгдэхүүн, маршрут, үйлчилгээний стандартыг сайжруулах суурь үндэслэл болно.

Түүнчлэн бодлого боловсруулагч болон аймаг, сумын аялал жуулчлалын хөгжлийн төлөвлөгөөнд нотолгоонд суурилсан шийдвэр гаргахад дэмжлэг үзүүлэхүйц дата мэдээлэл бий болохын зэрэгцээ салбарын өрсөлдөх чадварыг нэмэгдүүлэх, дотоодын аяллын урсгалыг нэмэгдүүлэх боломж тодорхойлоход ач холбогдолтой. Мөн судалгааны дата өгөгдөл нь цаашдын судалгаа, хөгжлийн төслүүдэд ашиглагдах бүрэн боломжтой.



СУДАЛГААНЫ ТҮҮВЭР

Судалгааны эхний төлөвлөлтөд дотоодын нийт 300 аялагчдаа мэдээлэл цуглуулах зорилт тавьсан. Харин бодит судалгааны явцад нийт 572 хүн хамрагдсан нь анхны зорилтот хэмжээнээс 272 -оор илүү буюу 90.6%-иар давуулан биелүүлсэн үзүүлэлт юм.

Энэ нь судалгааны түүврийн хэмжээ анхны төлөвлөгөөнөөс бараг 2 дахин нэмэгдсэн, өгөгдлийн төлөөлөх чадвар болон статистик найдвартай байдал дээшилсэн, сегмент бүрийг (нас, зорилго, бүс нутаг гэх мэт) илүү нарийвчлан шинжлэх боломжийг нэмэгдүүлсэн, дотоодын аялагчдын зан төлөв, чиг хандлагын талаарх судалгааны үр дүн илүү бодитой, өргөн хүрээтэй болсон гэх дүгнэлтийг гаргах боломжтой.

Тиймээс энэхүү судалгаа нь анхны зорилго, төлөвлөлтөөс давсан амжилттай хэрэгжиж, статистик ач холбогдол өндөртэй өгөгдлүүдийг цуглуулсан нь цаашдын дүн шинжилгээ, бодлого төлөвлөлтөд илүү найдвартай суурь болох давуу талтай гэж үзлээ.

№	СУДАЛГААНЫ АСУУЛГА	СУДАЛГАА АВСАН ХҮНИЙ ТОО	ХУГАЦАА
1	СУДАЛГАА АВАХ ЗОРИЛТОД ЖУУЛЧДЫН ТОО	300	2025.10
2	СУДАЛГААНД ХАМРАГДСАН ДОТООДЫН АЯЛАГЧДЫН ТОО	572	2025.12



ДОТООДЫН АЯЛАЛ ЖУУЛЧЛАЛ ЭДИЙН ЗАСАГТ ХЭРХЭН НӨЛӨӨЛДӨГ ВЭ?

Дотоодын аялал жуулчлал нь орон нутгийн эдийн засагт оруулах хувь нэмэр, ялангуяа аялал жуулчлалын үр өгөөжийг хотоос хөдөө орон нутагт дахин хуваарилах, аялал жуулчлалыг тогтвортой хөгжүүлэх, ядуурлыг бууруулахад олон улсын аялал жуулчлалаас илүү үүрэгтэй төдийгүй дотоодын аялал жуулчлал нь зөвхөн эдийн засгийн ач холбогдол төдийгүй нийгэм, соёлын үр өгөөжийг авчирдаг нь тодорхой байна.

Хүмүүс эх орондоо аялахдаа өөрсдийн үндэс угсаа, байгаль орчин, түүх соёлын өвөөрөө бахархах мэдрэмж, харьяалагдах сэтгэл авдаг. Иргэд эх орныхоо байгаль, соёлын өвтэй танилцах явцдаа нийгмийн харилцан ойлголцол, соёлын дархлааг бэхжүүлэх боломж бүрддэг.

Дотоодын аялагчид гадаадын жуулчдаас илүүтэйгээр орон нутгийн хүнсний бүтээгдэхүүн, гар урлал, үйлчилгээ худалдан авдаг нь орон нутгийн эдийн засгийг дэмжих гол хүчин зүйл болдог.

Эдийн засгийн хувьд дотоодын аялал жуулчлал нь жижиг, дунд бизнесийг дэмжих, ажлын байр бий болгох, орон нутгийн үйлдвэрлэл, үйлчилгээний эргэлтийг нэмэгдүүлэхэд чухал үүрэгтэй.

Мөн дотоодын аялал жуулчлал нь салбарын улирлын хэлбэлзлийг бууруулах, дэд бүтцийг үр ашигтай ашиглах, жуулчны бааз, зочид буудал, үйлчилгээний байгууллагуудын үйл ажиллагааг тогтвортой хадгалахад чухал нөлөөтэй.

Ковид-19 цар тахлын үед олон улсын аялал жуулчлал зогссон нөхцөлд дотоодын аялал нь салбарыг дэмжих бодит гарц болж байв.

Түүнчлэн дотоодын аялал жуулчлал нь байгаль хамгаалал, тогтвортой хөгжлийн бодлоготой уялдан хөгжих чадамжтай бөгөөд орон нутгийн иргэд аялал жуулчлалын шууд өгөөжийг мэдэрснээр байгаль, соёлын өвөө хамгаалах хандлага нэмэгдэж, нөөцийг зохистой ашиглах суурь нөхцөл бүрддэг.

Иймд дотоодын аялал жуулчлал нь эдийн засаг, нийгэм, соёлын олон талын ач холбогдлыг нэгэн зэрэг бий болгодог салбар бөгөөд Монгол Улсын аялал жуулчлалын бодлого, төлөвлөлтийн тэргүүлэх чиглэл байх ёстой. Судалгаа, бодлогын дэмжлэгийг шат дараатай хэрэгжүүлснээр дотоодын аялал жуулчлал нь тогтвортой хөгжлийн чухал хөшүүрэг болж чадна.





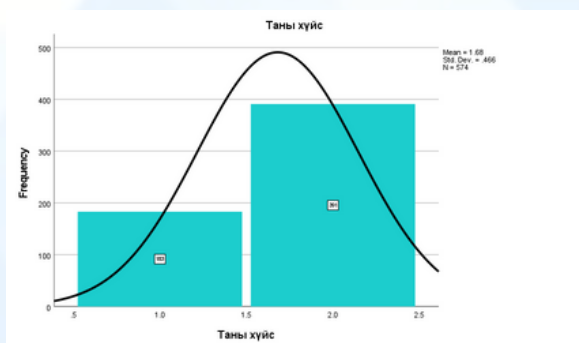
I. ДОТООДЫН АЯЛАГЧДЫН ХҮН АМ ЗҮЙН ҮЗҮҮЛЭЛТ

МОНГОЛ АЯЛАГЧИД - 572

1. ХҮЙС:

31.8%

68.2 %



- Судалгаанд хамрагдсан хүйсийн бүтэцийг SPSS дээр хийсэн шинжилгээгээр дундаж хазайлт 1.68 буюу дотоодын аялал жуулчлалд эмэгтэй аялагчдын оролцоо илт давуу оролцоотой байна.
- **Нийт оролцогчдын 31.8% нь эрэгтэй, 68.2% нь эмэгтэй байсан нь эмэгтэй хүмүүс дотоодын аялалд идэвхтэй оролцдог, аяллын хандлага болон зан төлөвт голлох байр суурь эзэлж байгааг илэрхийлж байна.**
- Аялал жуулчлалын үйлчилгээ, бүтээгдэхүүн, маркетингийн бодлогыг эмэгтэй аялагчдын хэрэгцээ, сонирхол, шийдвэр гаргалттай илүү уялдуулах шаардлагатайг харуулж байна.

Хүн амзүйн хүчин зүйл

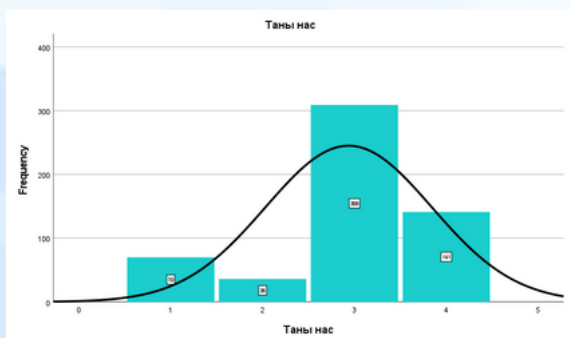
- Судалгаанд хамрагдсан нийт 752 дотоодын аялагчдын насны бүтэц нь аялал жуулчлалын идэвхтэй сегментүүдийг тодорхой харуулж байна.

- Судалгааны үр дүнгээс харахад 30-45 насны аялагчид хамгийн өндөр хувийг эзэлж 308 аялагч энэ насны ангилалд багтсан нь дотоодын аялалд идэвхтэй оролцогчдын гол бүлэг болсныг илтгэж байна.
- Хоёрдугаарт, 45-60 насны аялагчид 140 хүнээр бүрдэж, аялал жуулчлалд оролцох сонирхол, боломжтой насны бүлэг хүчтэй байгааг харууллаа.
- Харин 18-21 насны 70, 22-29 насны 36 аялагчид нь харьцангуй бага байсан нь залуучуудын дотоодын аялалд оролцох идэвх бага, эсвэл санхүүгийн болон цаг хугацааны хязгаарлалтаас шалтгаалах боломжтой гэсэн дүгнэлт гарч байна.
- Мөн 60-аас дээш насны 18 хүний оролцоо нь ахмад настнуудын аяллын зах зээл харьцангуй бага хэмжээг эзэлж байгаа боловч аяллын бүтээгдэхүүн, эрүүл мэнд, аюулгүй байдлын шаардлагад онцгой анхаарах хэрэгцээтэй ниш сегмент байгааг харуулж байна.



I. ДОТООДЫН АЯЛАГЧДЫН ХҮН АМ ЗҮЙН ҮЗҮҮЛЭЛТ

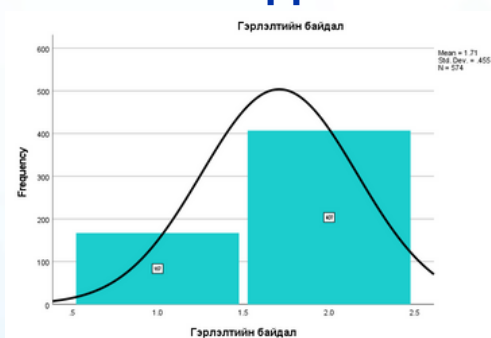
2. НАС



Насны бүтэц дээр үндэслэсэн дүгнэлт

- Дотоодын аяллын гол хэрэглэгчид нь 30-45 насныхан.
- Ажилтай, орлоготой, гэр бүлтэй бүлэг дотоодын аялалд идэвхтэй оролцож байна.
- 18-29 насныхны оролцоо бага байгаа нь залуучуудад зориулсан хямд өртөгтэй, адал явдалт, урт амралтын өдрүүдийн аялал хөгжүүлэх шаардлагатай.
- 45-аас дээш насныхны оролцоо харьцангуй өндөр нь эрүүл мэнд, амралт, рашаан сувилал эрэлт бий болсон байна.
- 60+ насныхны бүлэг цөөн боловч тусгайлан зорилтот бүтээгдэхүүн хөгжүүлэх боломжтой.

3. ГЭРЛЭЛТИЙН БАЙДАЛ

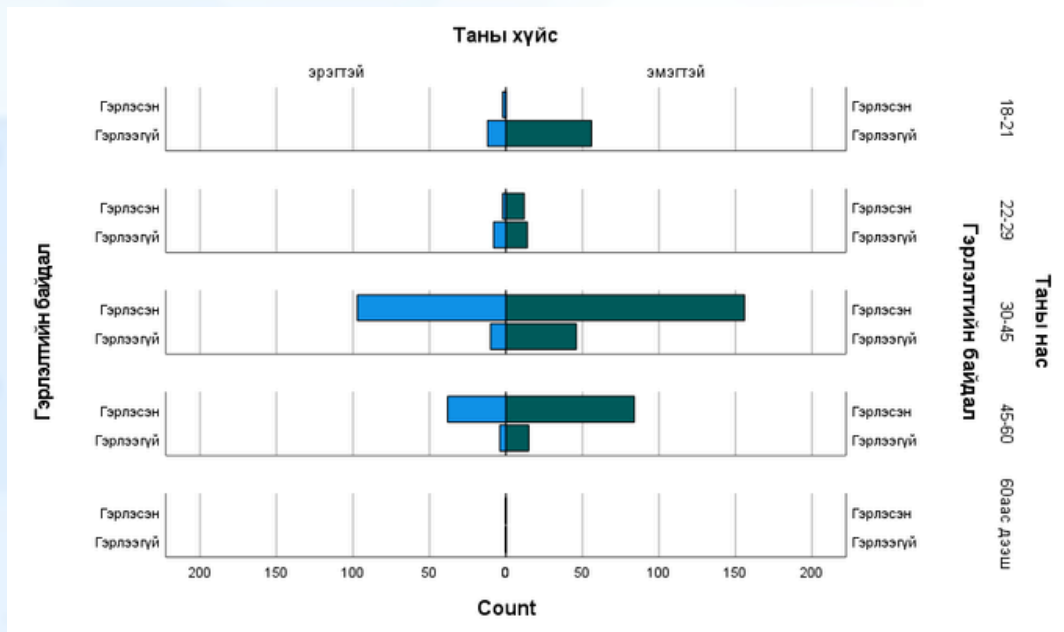


- Судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн дийлэнх нь буюу 407 гэрлэсэн бөгөөд дундаж хазайлт 1.71 байгаа нь өмнөх үр дүн болох дотоодын аялагчдын насны байдалтай уялдаж байна харин 165 гэрлээгүй оролцогчдын хариултаас харахад дотоодын аялал жуулчлалд гэр бүлтэй хүмүүсийн оролцоо давамгайлж буй нь тодорхой байна. Энэ бүлэг нь аяллын гол сегмент болж байгаа бөгөөд аяллын ихэнх зорилго нь гэр бүл, хамт олон, хүүхдүүдтэй хамт амрах, амралтын өдрүүдэд аялал хийх хэлбэрээр илэрч байна.
- Иймд дотоодын аялал жуулчлалын үйлчилгээ эрхлэгчид гэр бүлтэй аялагчдыг үндсэн зорилтот бүлэг гэж үзэхийн зэрэгцээ залуу, гэрлээгүй сегментэд зориулсан шинэлэг, хямд өртөгтэй, богино аяллын бүтээгдэхүүнийг хөгжүүлэх боломж бүхий зах зээл нээлттэй байна.



I.ХҮН АМЗҮЙН ҮЗҮҮЛЭЛТИЙН ДАВТАМЖ

СУДАЛГААНД ОРОЛЦОГЧДЫН ЗАРИМ ҮЗҮҮЛЭЛТИЙГ ТАРХАЛТААР ДҮН ШИНЖИЛГЭЭ ХИЙХ НЬ



Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Таны нас	556	1	4	2.94	.905	.819
Таны хүйс	574	1	2	1.68	.466	.218
Гэрлэлтийн байдал	574	1	2	1.71	.455	.207
Valid N (listwise)	556					

- Судалгааны үр дүнгээс харахад 30-45 насны аялагчид хамгийн өндөр хувийг эзэлж 308 аялагч энэ насны ангилалд багтсан төдийгүй гэрлэлтийн байдалтай тогтвортой гэрлэсэн гэсэн хариулт өгсөн бол хүйсийн хувьд насны шатлал бүр дээр гэрлэсэн эмэгтэйчүүд илүү оролцсон байгаа нь дундаж хазайлтаас тодорхой харагдаж байна. Насны дундаж хазайлт 2.84 буюу 30-45, Хүйс дундаж хазайлт 1.68 буюу эмэгтэй, гэрлэлт 1.71 буюу гэрлэсэн хүмүүс дотоодын аялалд идэвхтэй оролцогчдын гол бүлэг болсныг илтгэж байна.
- Хоёрдугаарт, 45-60 насны аялагчид 140 хүнээр бүрдэж, аялал жуулчлалд оролцох сонирхол, боломжтой насны бүлэг хүчтэй байгааг харууллаа.

- Харин 18-21 насны 70, 22-29 насны 36 аялагчид нь харьцангуй бага байсан нь залуучуудын дотоодын аялалд оролцох идэвх бага, эсвэл санхүүгийн болон цаг хугацааны хязгаарлалтаас шалтгаалах боломжтой гэсэн дүгнэлт гарч байна.
- Мөн 60-аас дээш насны 18 хүний оролцоо нь ахмад настануудын аяллын зах зээл харьцангуй бага хэмжээг эзэлж байгаа боловч аяллын бүтээгдэхүүн, эрүүл мнд, аюулгүй байдлын шаардлагад онцгой анхаарах хэрэгцээтэй ниш сегмент байгааг харуулж байна.



II. АЯЛЛЫН ДАВТАМЖ БА ЗАРЦУУЛАЛТ

4. ТА ЖИЛД ХЭДЭН УДАА ЭХ ОРНООРОО АЯЛДАГ ВЭ?



- Жилд нэг удаа болон түүнээс дээш удаа аялдаг хүмүүс нийт түүврийн ихэнх хэсгийг бүрдүүлж байгаа нь дотоодын аялал тогтмол хэрэглээний хэв шинжтэй болж буйг харуулна.
- Давтамж өндөртэй аялагчид өсөн нэмэгдэх хандлагатай тул давтан хэрэглэгчдэд зориулагдсан үнэнч хэрэглэгчийн хөтөлбөр, улирлын урамшуулал, адал явдалт болон богино аяллын бүтээгдэхүүн хөгжүүлэх хэрэгцээ бий.

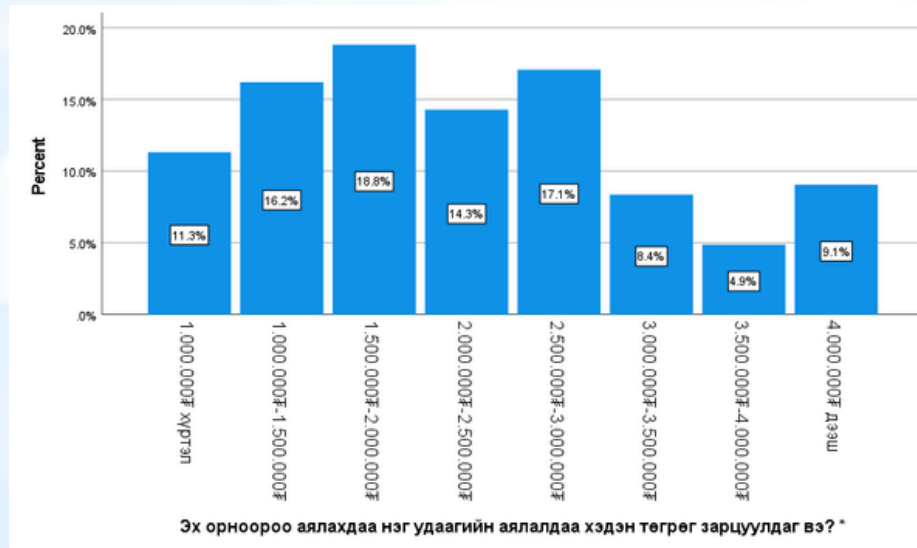
- Сард болон улиралд тогтмол аялдаг бүлэг нь аяллын шинэ чиглэл, адал явдалт аялал, спорт, соёлын эвенттэй уялдсан үйлчилгээний зах зээлийг бүрдүүлэх боломжтой.

2024 онд дотоод аялагчдын аялж буй давтамжаас харахад дийлэнх буюу 74.9% нь жилд нэг удаа аялсан бол 2025 онд 50,2 хувь болсон аялагчид эх орондоо аялах давтамж ихэссэн байна.



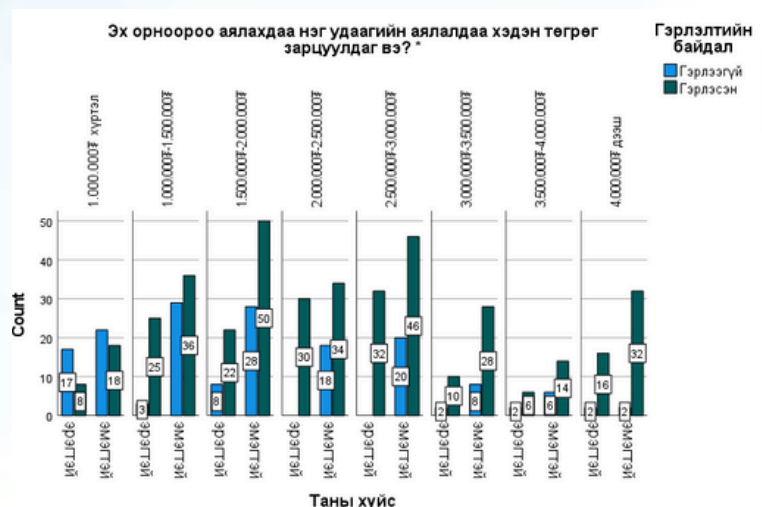
II. АЯЛЛЫН ДАВТАМЖ БА ЗАРЦУУЛАЛТ

5. ЭХ ОРНООРОО АЯЛАХДАА НЭГ УДААГИЙН АЯЛАЛДАА ХЭДЭН ТӨГРӨГ ЗАРЦУУЛДАГ ВЭ?



- Дотоодын аялалд зарцуулдаг зардлыг авч үзвэл өндөр өртөг бүхий аялалд оролцдог бүлэг давамгайлж байгааг тодорхой харуулж байна. Тухайлбал:
- 4,000,000 төгрөгөөс дээш зарцуулдаг бүлэг: Нийт оролцогчдын хамгийн том хэсэг болох 308 хүн энэ ангиллыг эзэлж байна. Энэ нь дотоодын аялалд өндөр өртөг зарцуулах чадвартай, дундаас дээш орлоготой аялагчдын эзлэх хувь өндөр байгааг илтгэж байна.**

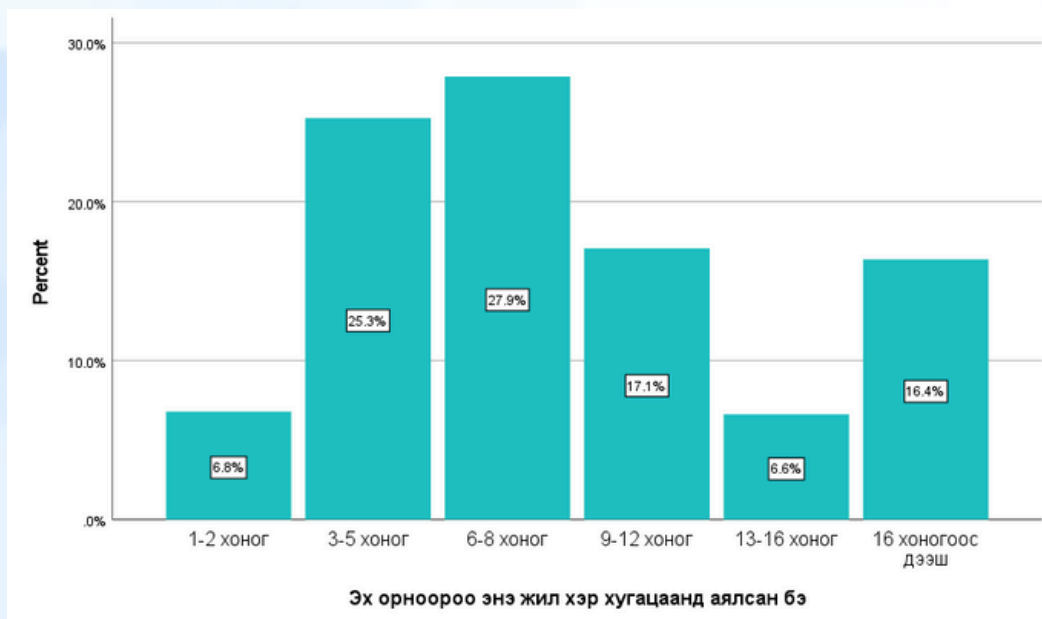
- 1,500,000 – 2,000,000 төгрөг зарцуулдаг бүлэг: 108 аялагч байна. Энэ нь дунд өртөгтэй аялалд оролцох сонирхолтой аялагчдын бүлэг тодорхой хэмжээгээр оршиж буйг харуулна.
- 1,000,000 – 1,500,000 төгрөг зарцуулдаг бүлэг 92 аялагч, 1,000,000 төгрөг хүртэл зарцуулдаг бүлэг 64 аялагч байна. Энэ нь дотоодын аяллын хямд өртөг бүхий бүтээгдэхүүний эрэлттэй байна.





II. АЯЛЛЫН ДАВТАМЖ БА ЗАРЦУУЛАЛТ

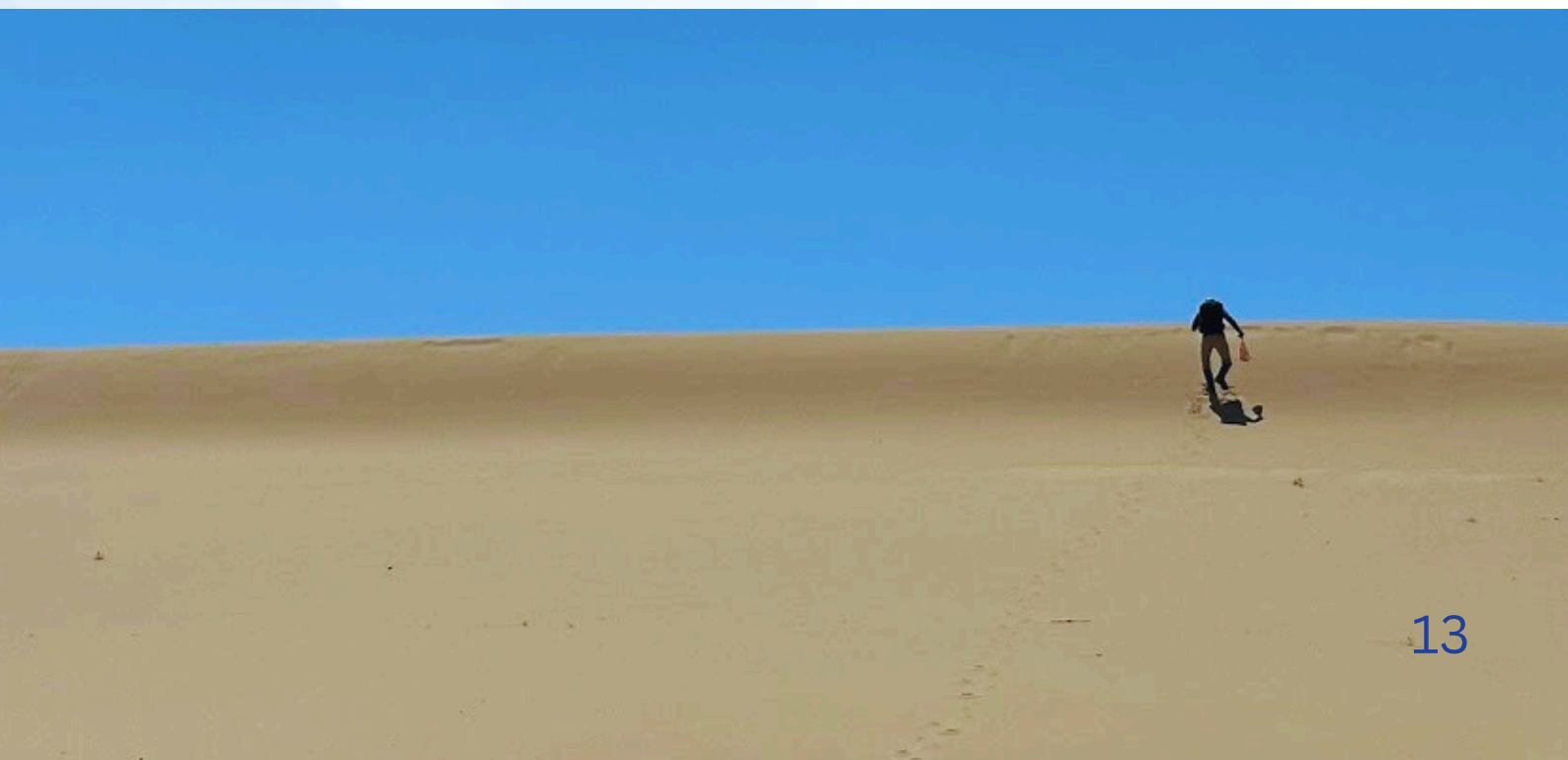
6. ЭХ ОРНООРОО ЭНЭ ЖИЛ ХЭР ХУГАЦААНД АЯЛСАН БЭ?



Судалгаанд хамрагдсан нийт 572 дотоодын аялагчдын 27.6 хувь нь 6–8 хоног, 25.2 хувь нь 3–5 хоног аялдаг гэж хариулсан байна.

Үүнээс харахад аялагчдын талаас илүү хувь нь 3–8 хоногийн дундаж хугацаатай аяллыг илүүд үздэг нь ажиглагдаж байна.

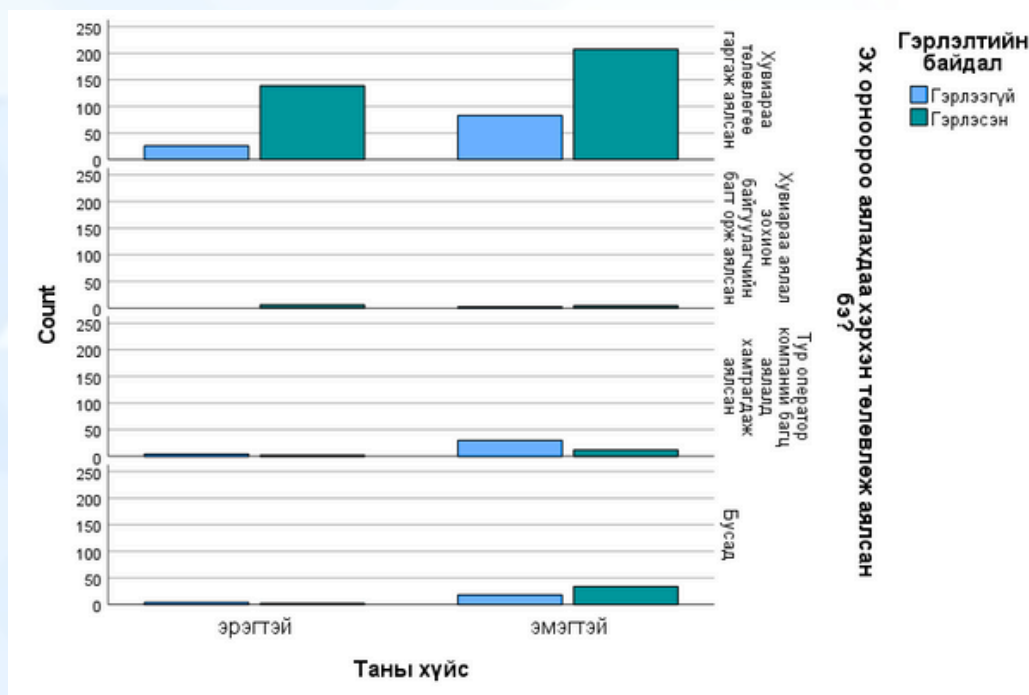
Зураг 1. Төв аймаг, Баян-Өнжүүл сум @Р.Энхбаяр





III. АЯЛЛЫН ЗОХИОН БАЙГУУЛАЛТ

7.ЭХ ОРНООРОО АЯЛАХДАА ХЭРХЭН ТӨЛӨВЛӨЖ АЯЛСАН БЭ?



Тур операторын бэлтгэсэн хөтөлбөрт оролцох сонирхол харьцангуй бага, гэхдээ тус сегмент нь чанартай багц үйлчилгээ, аяллын хөтөлбөрөөр ялгарах боломжтой.

Бүлгийн болон бусад аяллын арга хэлбэрт тодорхой эрэлт байгаа тул бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний төрөл бүрийн сонголтыг бий болгох боломжтой.

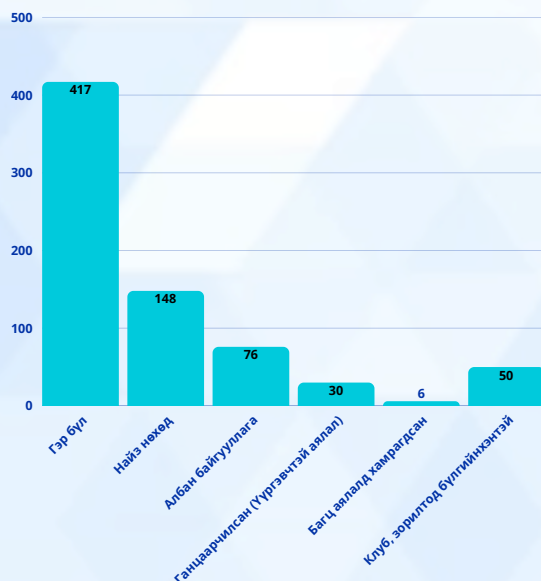
Хувиараа төлөвлөгөө гаргаж аялсан аялагчдын тоо 453, тур оператор компаний хөтөлбөрт хамтрагдаж аялсан тоо 12, хувиараа аялал зохион байгуулагчийн багт орж аялсан 47, бусад гэсэн ангилалд 58 аялагч судалгаанд хамрагджээ.

Дотоодын аялалын ихэнх нь хувиараа төлөвлөгөө гаргаж хийдэг бөгөөд энэ нь хэрэглэгчийн эрх чөлөө, уян хатан байдалд тулгуурласан бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтийг дэмжих хэрэгтэйг харуулж байна.



III. АЯЛЛЫН ЗОХИОН БАЙГУУЛАЛТ

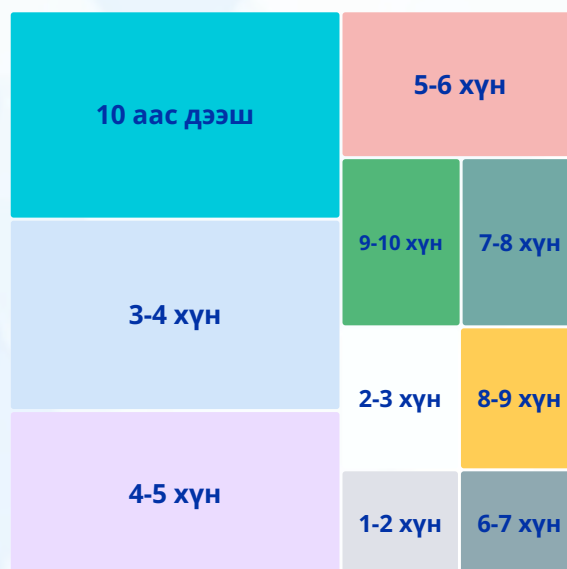
8. ЭХ ОРНООРОО ХЭНТЭЙ ХАМТ АЯЛСАН БЭ?



Судалгаанд хамрагдсан аялагчдын гэр бүлээрээ аялсан 417 хүн (72.9%) болон найз нөхдөөрөө аялсан 148 хүн (25.9%) давамгайлж байгаа нь дотоодын аялал жуулчлалд гэр бүл, найз нөхдөд чиглэсэн уян хатан, бие даан зохион байгуулах аяллын хэлбэр голлож байгааг харуулж байна.

Харин албан байгууллагын аялалд 76 хүн (13.3%), ганцаарчилсан аялалд 30 хүн (5.2%), клуб, зорилтот бүлгийн аялалд 50 хүн (8.7%), багц аялалд 6 хүн (1.0%) хамрагдсан

9.ЭХ ОРНООРОО АЯЛАХАД АЯЛЛЫН БАГТ ХЭДЭН ХҮН БАЙСАН БЭ?



Багийн гишүүдийн тоо

1-2 хүнтэй жижиг групп (22)
2-3 хүнтэй жижиг групп (30)
3-4 хүнтэй жижиг групп (112)
4-5 хүнтэй жижиг групп (96)
5-6 хүнтэй групп (61)
6-7 хүнтэй групп (22)
7-8 хүнтэй аялагчид (35)
8-9 хүнтэй аялагчид (30)
9-10 хүнтэй аялагчид (36)
10 аас дээш хүнтэй том бүлэг (121)



IV. АЯЛЛЫН ЗОРИЛГО

10. ЭХ ОРНООРОО АЯЛАХ ТАНЫ АЯЛЛЫН ЗОРИЛГО



Гол зорилго нь амралт, байгальд суурилсан байгааг тодорхой харуулж байна. Тодруулбал, “Байгалийн сайхныг үзэх, амрах” зорилго 24.7% (424 хүн)-аар хамгийн өндөр үзүүлэлттэй байгаа нь дотоодын аялал жуулчлалын эрэлт байгаль, амралт, тайвшралд төвлөрч буйг илтгэнэ.

Үүний дараагаар “Амрах, ажлын стресс тайлах” зорилго 23.4% (401 хүн)-ийг эзэлж байгаа нь аяллыг сэтгэл зүйн болон бие махбодын нөхөн сэргэлтийн хэрэгсэл гэж үзэх хандлага давамгайлж байгааг харуулж байна.

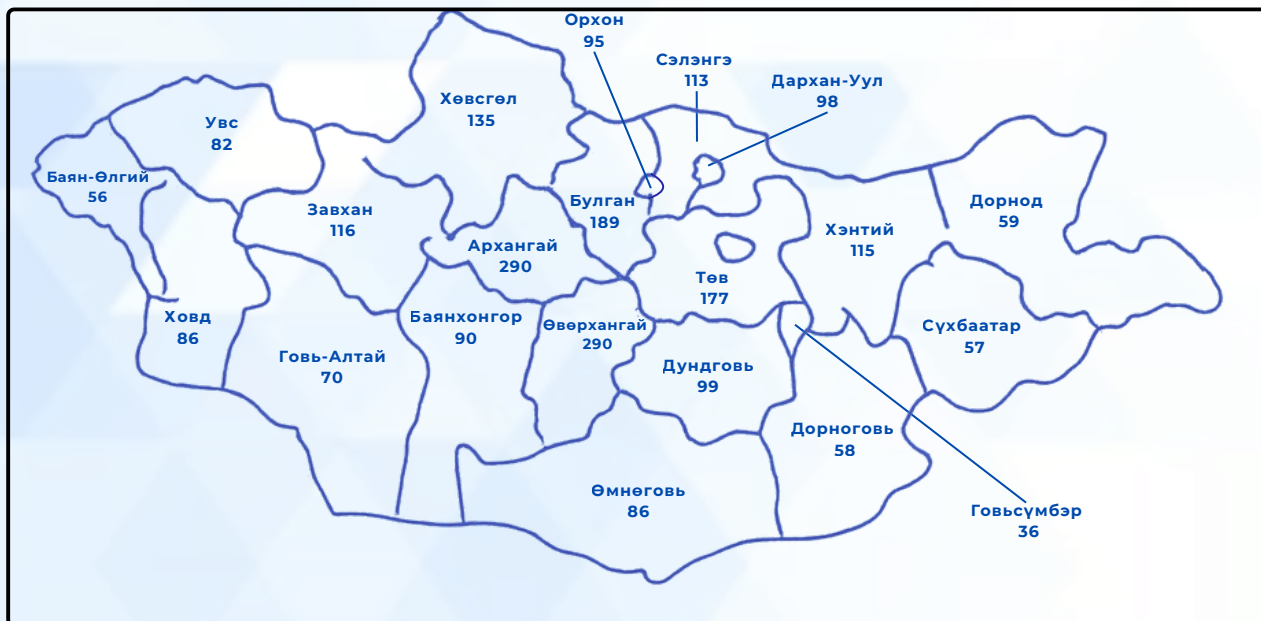
Дотоодын аялал жуулчлалын зах зээлд:

- Амралт + байгаль төвтэй бүтээгдэхүүн голлон эрэлттэй
- Соёл, танин мэдэхүйн аялал хоёрдогч чухал байр суурь эзэлж
- Адал явдалт болон тусгай сонирхлын аялал өсөх боломжтой сегмент байгааг эдгээр тоо баримт харуулж байна.



V. ЗОРИХ ГАЗАР, ХУГАЦАА

11. АЯЛЛЫН МАРШРУТ НЬ ДАЙРАН ӨНГӨРСӨН АЙМГУУД

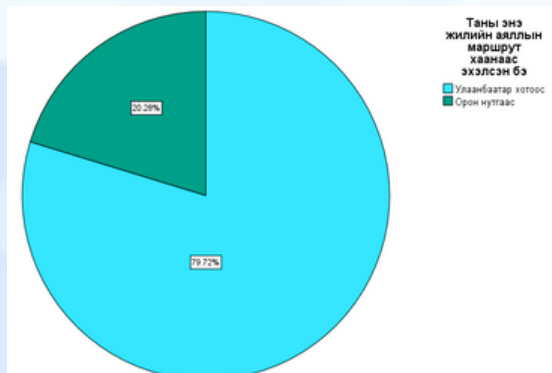


- Аяллын гол төвлөрөл, чиглэлүүд нь Архангай (290), Өвөрхангай (204), Булган (189), Хөвсгөл (135) байна. Эдгээр бүс нутгийн аяллын маршрут нь байгалийн үзэмж, соёлын дурсгалт газар, амралт, аялал жуулчлалын дэд бүтэц харьцангуй сайн хөгжсөн тул аяллын маршрутад илүүтэй багтсан гэж дүгнэж болно.
- Харин хамгийн бага аялсанд Сүхбаатар (57), Дорноговь (58), Дорнод (59) байна. Газарзүйн байршил, аялал жуулчлалын дэд бүтэц, үйлчилгээний хүртээмж, аялал жуулчлалын бүтээгдэхүүн, түүний маркетинг сул, зам тээврийн нөхцөл зэрэг хүчин зүйлстэй холбогдоно.
- Ихэнх аймгууд дунд болон бага эрэлттэй байгаа нь дотоодын аяллын зах зээлд тогтвортой бус тархалт, зорилтот сегментэд чиглэсэн бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт шаардлагатайг харуулж байна.



V. ЗОРИХ ГАЗАР, ХУГАЦАА

12. ТАНЫ ЭНЭ ЖИЛИЙН МАРШРУТ ХААНААС ЭХЛЭЛТЭЙ ВЭ?



Аяллын маршрут орон нутгаас эхэлсэн нь харьцангуй бага байгаа нь нийслэлд төвлөрсөн бүтэц давамгайлж байгааг нотолж байна. Энэхүү төвлөрөл нь хэд хэдэн хүчин зүйлтэй холбоотой гэж үзэж болно:

1. Хүн амын төвлөрөл –

Монголын хүн амын ихэнх хувь нь Улаанбаатар хотод амьдардаг тул аяллын эхлэл автоматаар нийслэлээс эхлэх хандлагатай.

2. Зуны аяллын соёл, дадал –

Зуны улиралд хөдөө орон нутгаар аялж амрахыг хүссэн иргэд ихэвчлэн Улаанбаатараас гарах хандлагатай; орон нутгаас эхэлсэн аялал нь тээврийн болон мэдээллийн хүртээмжийн дутагдал, төлөвлөлтийн төвлөрлийг үл харгалзан бага хувь эзэлж байна.

Дотоодын аяллын орон зайн хөдөлгөөн нь төвлөрсөн эхлэл, үйлчилгээтэй уялдаж буйг харуулж байна. Энэ нь орон нутгийн аяллын урсгалыг идэвхжүүлэх, бүс нутгийн аялал жуулчлалыг тэнцвэртэй хөгжүүлэх боломжийг хязгаарлаж байна.

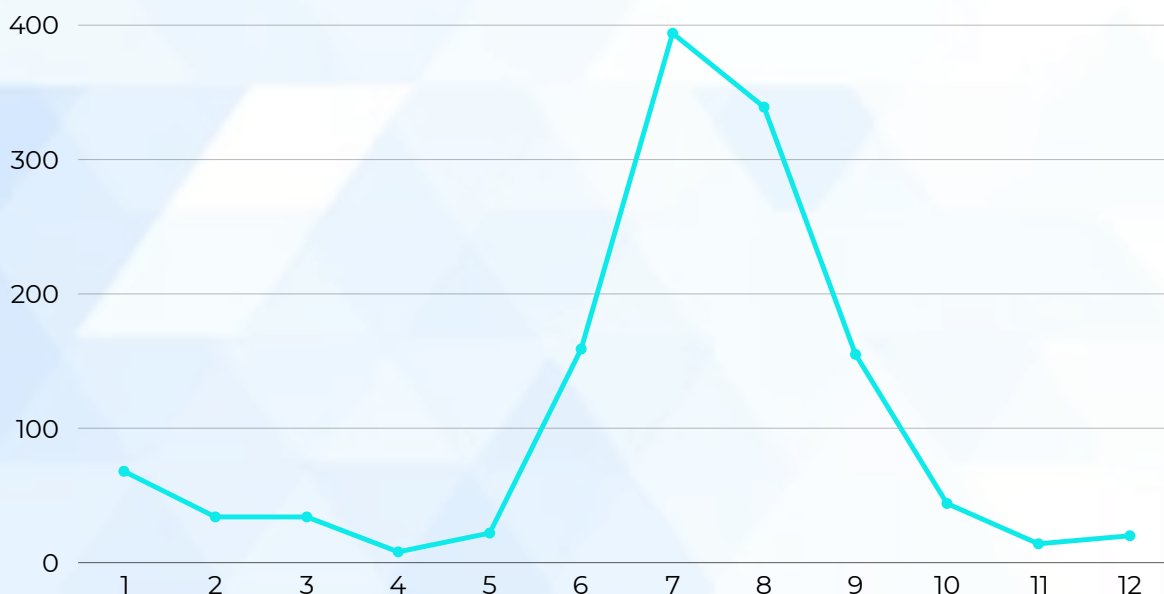
Иймд:

- Орон нутгаас эхэлсэн аяллыг дэмжихийн тулд тээвэр, мэдээлэл, байршуулах үйлчилгээний хүртээмжийг сайжруулах.
- Нийслэлээс эхлэлтэй маршрутыг дэмжих арга хэмжээний хамт бүс нутгийн аяллын төвлөрлийг нэмэгдүүлэх стратеги боловсруулбал дотоодын аялал жуулчлалын тогтвортой хөгжилд хувь нэмэр оруулна.



V. ЗОРИХ ГАЗАР, ХУГАЦАА

13. АЯЛАХАД ХАМГИЙН ТОХИРОМЖТОЙ САР

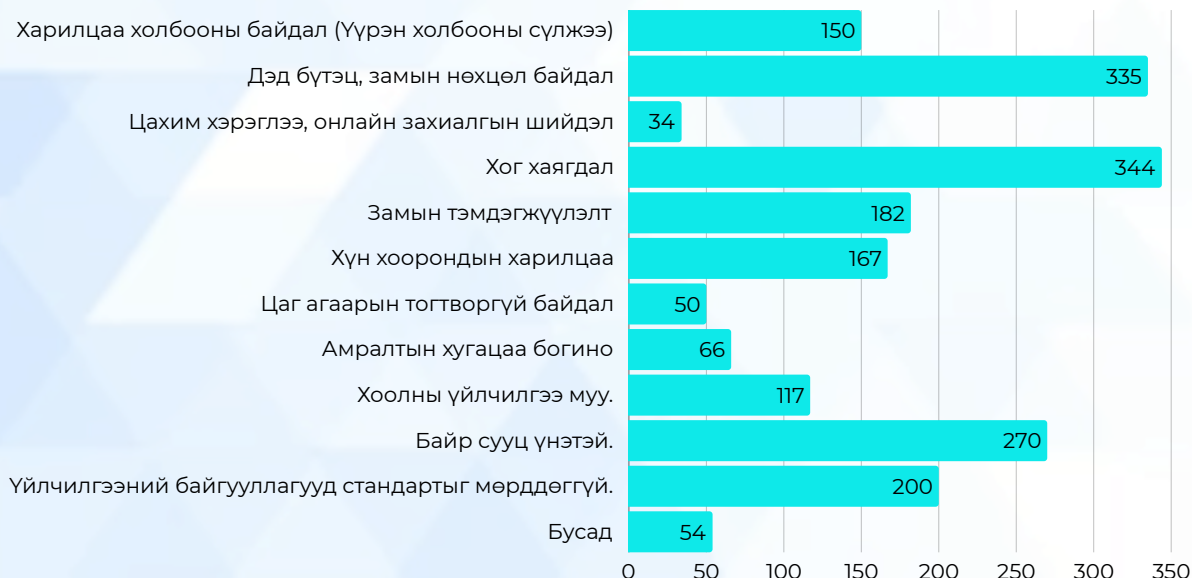


- 7 дугаар сар (394 хүн) байгаа нь Монгол орон зуны улиралд цаг агаар тогтуун, амралт, наадам, аялал жуулчлалын үйлчилгээ идэвхждэгтэй шууд холбоотой. Үүний дараа 8 дугаар сар (339 хүн), 6 дугаар сар (159 хүн), 9 дүгээр сар (155 хүн) тус тус өндөр үзүүлэлттэй байна.
- Харин өвөл, хаврын эхэн болон намрын сүүл сарууд болох 4, 5, 10, 11, 12 дугаар сарууд харьцангуй бага байгаа нь цаг агаарын нөхцөл, зам тээвэр, аяллын боломж хязгаарлагдмал байдалтай холбоотой гэж үзэж болно.
- Энэхүү судалгааны дүнгээс харахад дотоодын аялал жуулчлалын эрэлт **улирлын шинжтэй, ялангуяа зуны улиралд идэвхитэй** байгааг харуулж байна.
- Энэ нь аялал жуулчлалын үйлчилгээ эрхлэгчид бүтээгдэхүүн, маршрут, сурталчилгаа, хүний нөөцийн төлөвлөлтөө 6–9 дүгээр саруудад оновчтой төвлөрүүлэх, харин **улирлын бус үед сонирхол татахуйц тусгай багц, арга хэмжээ боловсруулах** шаардлагатайг илтгэж байна.



VI. БЭРХШЭЭЛ

14. ЭХ ОРНООРОО АЯЛАХАД ХАМГИЙН ХҮНДРЭЛТЭЙ, БЭРХШЭЭЛҮҮД ЮУ ВЭ?



- **Дэд бүтэц, замын нөхцөл байдал (19.5%) болон байр сууцны өндөр өртөг (15.7%) хамгийн том бэрхшээл болж байна.** Энэ нь дотоодын аяллын чанар, өртөг, аюулгүй байдалд шууд нөлөөлдөг.
- Харилцаа холбоо, хоолны үйлчилгээ, амралтын хугацаа, цахим шийдэл зэрэг дунд болон бага нөлөөтэй хүчин зүйлүүд ч аяллын сэтгэл ханамжид нөлөөлөх тул цогц арга хэмжээ авах нь зүйтэй.
- Үйлчилгээний байгууллагын стандарт, замын тэмдэгжүүлэлт, хүн хоорондын харилцаа зэрэг хүчин зүйл аяллын туршлагыг бууруулдаг тул үйлчилгээний чанарыг сайжруулах шаардлагатай.
- Аяллын саад бэрхшээл ихэвчлэн дэд бүтэц, үйлчилгээ, өртөгтэй холбоотой бөгөөд эдгээрийг сайжруулах нь дотоодын аяллын эрэлт, чанарыг нэмэгдүүлэх гол түлхүүр болно.



VI. БЭРХШЭЭЛ

15. ЭХ ОРНООРОО АЯЛАХАД ШИЙДЭГДЧИХЭЭСЭЙ ГЭСЭН ЯМАР АСУУДАЛ БАЙНА ВЭ?

01

БОЛОВСОН БИЕ
ЗАСАХ ГАЗРЫН
ХҮРТЭЭМЖ

480

02

ЗАМ, ДЭД БҮТЦИЙН
БАЙДАЛ

418

03

ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ
БАЙГУУЛЛАГУУДЫН
СТАНДАРТ

252

04

ЗАМЫН ТЭМДЭГ
ТЭМДЭГЛЭГЭЭ

220

05

БАЙРШУУЛАХ
ХЭРЭГСЛИЙН ҮНИЙН
ХӨӨРӨГДӨЛ

213

06

ИНТЕРНЕТ, ХОЛБОО
ХАРИЛЦАА,
СҮЛЖЭЭНИЙ БАЙДАЛ

180

Монголын дотоодын аялал жуулчлалын хөгжлийг сааруулж буй гол хүчин зүйлс нь маркетинг, маршрут, соёлын контентын дутагдал бус харин суурь дэд бүтэц, үйлчилгээний стандарт, институцийн зохицуулалт юм.

Иймд бодлогын түвшинд ариун цэврийн байгууламж, замын чанар, үйлчилгээний стандарт, мэдээллийн систем зэрэг аялал жуулчлалын экосистемийн үндсэн нөхцөлийг үе шаттайгаар сайжруулах нь дотоодын аялал жуулчлалын тогтвортой өсөлтийн гол гарц болох нь энэхүү судалгааны үр дүнгээр нотлогдож байна.



VII. ҮЙЛЧИЛГЭЭ

16. ЭХ ОРНООРОО АЯЛАХДАА ЯМАР ТЭЭВРИЙН ХЭРЭГСЭЛ АШИГЛАСАН БЭ?

18(2.7%)



ХОТ ХООРОНДЫН
ТЭЭВРИЙН ХЭРЭГСЭЛ

511(76.4%)



ХУВИЙН ТЭЭВРИЙН
ХЭРЭГСЭЛ

40(7.2%)



ТҮРЭЭСИЙН ТЭЭВРИЙН
ХЭРЭГСЭЛ

24(3.6%)



ГАЛТ ТЭРЭГ

48(2,4%)



БУСАД
ТЭЭВРИЙН ХЭРЭГСЭЛ

12(1.8%)



ОНГОЦ

2024 онд 93,8 хувь өөрийн хувийн машинаар аялсан бол 2025 онд (76.4%) нь өөрийн машинаар аялсан байна.

Хувийн автомашин давамгайлж буй нь нэг талаас аяллын уян хатан байдал, маршрутаа чөлөөтэй сонгох, бүлэг гэр бүлээрээ аялах боломжийг олгож байгаа боловч нөгөө талаас нийтийн тээвэр, аяллын зориулалттай тээврийн систем сул хөгжсөнийг харуулж байна.

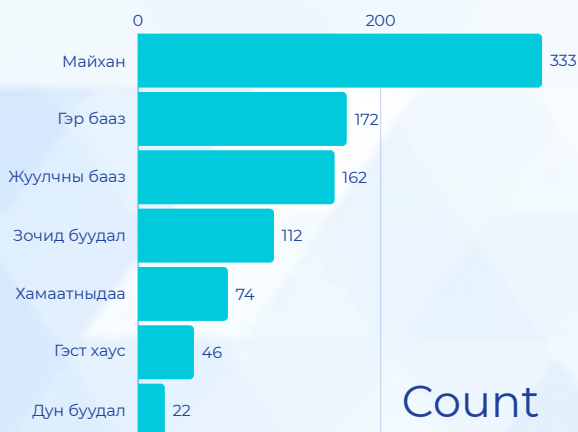
Цаашид дотоодын аялал жуулчлалын тогтвортой хөгжлийг хангахад аялал жуулчлалд чиглэсэн нийтийн тээврийн маршрут, автобус, төмөр замын аялал, түрээсийн машины стандартчилсан үйлчилгээ, бүс нутгийн нислэгийг бодлогын түвшинд уялдуулан хөгжүүлэх шаардлагатай.

Энэ нь зөвхөн аяллын хүртээмж нэмэгдүүлэхээс гадна замын ачаалал, байгаль орчныг хамгаалах ач холбогдолтой юм.



VII. ҮЙЛЧИЛГЭЭ

17. ЭХ ОРНООРОО АЯЛАХДАА ИХЭВЧЛЭН ЯМАР БАЙРШУУЛАХ ХЭРЭГСЭЛД ХОНОГЛОСОН БЭ?



Энэхүү асуулт нь олон хариулттай тул нийт хувь 100%-аас давсан байгаа нь аялагчид нэг аяллын хугацаанд олон төрлийн байршуулах хэрэгслийг хослуулан ашигладгийг илтгэж байна.

Дотоодын аялал жуулчлалд өөрөө зохион байгуулсан, байгальд түшиглэсэн, зардал багатай аялал давамгайлж байгааг нотолж байна. Энэ нь нэг талаас монгол аялагчдын байгальд ойр, эрх чөлөөтэй аялах соёл, нөгөө талаас албан ёсны байршуулах үйлчилгээний хүртээмж, үнэ, байршилтай холбоотой гэж тайлбарлаж болно. Гэвч энэ өндөр үзүүлэлт нь байгаль орчны менежмент, хог хаягдал, ариун цэврийн асуудал зохицуулалтгүй үлдэх эрсдэлийг мөн давхар харуулж байна.

Үүний дараа гэр бааз, жуулчны бааз харьцангуй өндөр хувийг эзэлж байгаа нь уламжлалт соёлд суурилсан, байгальд ойр, дунд үнийн ангиллын байршуулах хэрэгсэл дотоодын зах зээлд илүү нийцэж байгааг харуулж байна. Харин зочид буудал, гэст хаус, дэн буудал зэрэг хотын болон стандартчилагдсан байршуулах хэрэгслийн хэрэглээ харьцангуй бага байгаа нь дотоодын аялал жуулчлал хотод бус, хөдөө-байгальд чиглэсэн хэв шинжтэй байгааг нотолж байна.

Мөн хамаатан, садангийн хоноглох үзүүлэлт тодорхой хувийг эзэлж байгаа нь дотоодын аялал нь зөвхөн амралт, зугаалга бус, нийгэм-соёлын холбоог хадгалах үүрэгтэйг илтгэх чухал үзүүлэлт юм.

Дотоодын жуулчдын хувьд аяллын гол хүчин зүйл нь байгаль, дэд бүтэц, тав тух бөгөөд аяллын бүтээгдэхүүн хөгжүүлэхэд байгаль, амралтын газар, тээврийн нөхцөлийг сайжруулах нь шаардлагатай. Хямд үнэ, үзвэр үйлчилгээ нь нэмэлт нөлөө үзүүлдэг ч шийдвэрлэх хүчин зүйл биш ажээ.



VII. ҮЙЛЧИЛГЭЭ

18. ТА АЯЛАЛД ЮУГ ИЛҮҮ ЧУХАЛЧИЛДАГ ВЭ?



Үр дүнгээс Монголын дотоодын аялагчдын аяллын сонголт **байгаль-аюулгүй тээвэр-тав тух-хоол** гэсэн үндсэн тэнхлэг дээр тогтож байгааг харуулж байна.

Иймд дотоодын аялал жуулчлалын бодлого, бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлтэд байгалийн нөөцийг хамгаалсан, аюулгүй тээвэр, тав тух, чанартай хоолтой, уян хатан бүтэцтэй аяллын бүтээгдэхүүнүүдийг хөгжүүлэх нь зах зээлийн бодит эрэлттэй бүрэн нийцэх юм.

Зураг 2. Булган аймаг, Сайхан сум @Б.Мөнхтогтох





VIII. МЭДЭЭЛЛИЙН ЭХ СУРВАЛЖ

19. ТА АЯЛАХ ГАЗРЫНХАА МЭДЭЭЛЛИЙГ ЯМАР ЭХ СУРВАЛЖААС АВСАН БЭ?



Мэдээлэл авах үндсэн суваг нь уламжлалт мэдээллийн хэрэгслээс илүүтэй нийгмийн болон дижитал орчинд төвлөрч байгаа нь тодорхой байна. Хэрэглэгчдийн өөрсдийн бүтээсэн контент, бодит туршлага, зураг бичлэг, санал сэтгэгдэл аяллын шийдвэр гаргалтад гол нөлөө үзүүлж байгааг илтгэнэ.

Харин аяллын вебсайт, апп нь Монголын дотоодын аялал жуулчлалд албан ёсны, бүтэцтэй, системтэй мэдээллийн платформын нөлөө хязгаарлагдмал байгааг харуулж байна.

Мөн хэвлэл мэдээллийн уламжлалт хэлбэрүүд аяллын шийдвэр гаргалтад бараг нөлөөлөхөө больсныг тод харуулж байна.

Энэ бүгд Монголын дотоодын аялал жуулчлалын мэдээллийн урсгал сошиал медиа төвтэй, хэрэглэгчийн туршлага давамгайлсан, албан бус сүлжээнд тулгуурласан хэлбэрт шилжсэнийг нотолж байна.

Иймд аялал жуулчлалын бодлого боловсруулагчид, үйлчилгээ эрхлэгчид албан ёсны веб, апп хөгжүүлэхээс гадна сошиал медиа дээр итгэлцэлтэй, бодит туршлагад суурилсан контент, хэрэглэгчийн оролцоог дэмжсэн стратеги хэрэгжүүлэх нь зах зээлийн бодит эрэлттэй нийцнэ.

2024 онд Дотоодын аяллын үеэр цахим технологийг ашигладаг 40.7%, ашигладаггүй 59.3%-ийг эзэлж байсан бол 6.9 % иар цахим технологийн хэрэглээ нэмэгдсэн байна.



IX. АЯЛЛЫН ТУРШЛАГА, СЭТГЭЛ ХАНАМЖ

20. АЯЛЛААС ТА ЮУГ ОЛЖ АВДАГ ВЭ?



Аялагчдын хувьд аяллын гол өгөөж нь дурсамж бүтээх, чанартай цагийг өнгөрүүлэх (25.5%) болон шинэ газар, шинэ мэдрэмж авах (23.4%) байна. Энэ нь дотоодын аялал жуулчлалын үнэ цэнэ материаллаг хэрэглээнээс илүүтэй туршлага, сэтгэл хөдлөлд суурилсан хэв шинжтэйг тодорхой харуулж байна.

Мөн өдөр тутмын асуудлаас түр холдож сэтгэлзүйн амралт авах (15.3%) нь чухал байр суурь эзэлж байгаа нь аялал жуулчлал нь иргэдийн сайн сайхан байдал, стресс тайлах хэрэгцээг хангах үүрэгтэй болж байгааг илтгэнэ.

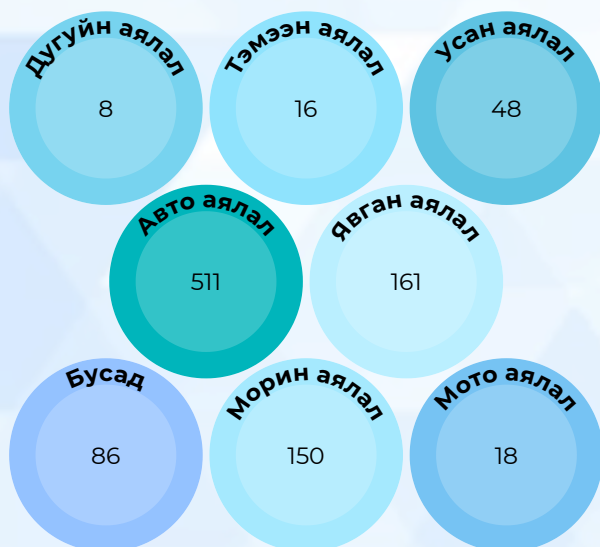
Харин худалдан авалт, шинэ танил бий болгох зэрэг нь харьцангуй бага ач холбогдолтой байна.

Монголын дотоодын аялал жуулчлал “дурсамж – шинэ мэдрэмж – сэтгэлзүйн амралт” гэсэн үнэ цэнийн тэнхлэг дээр тогтож байгаа бөгөөд бүтээгдэхүүн, бодлого, маркетинг энэ чиглэлд төвлөрөх шаардлагатай.



IX. АЯЛЛЫН ТУРШЛАГА, СЭТГЭЛ ХАНАМЖ

21. ЭХ ОРНООРОО АЯЛАХДАА АЛЬ ТӨРЛИЙГ СОНГОСОН ВЭ?



Судалгааны дүнгээс харахад авто аялал хамгийн өндөр хувь эзэлж байгаа нь уян хатан маршрут, зардал хянах, гэр бүл-найзын хүрээнд аялах боломж олгодог ч байгаль орчинд үзүүлэх сөрөг нөлөө, авто замын аюулгүй байдал, дэд бүтцийн ачааллыг нэмэгдүүлэх эрсдэлтэй.

Үүний дараагаар явган аялал болон морин аялал харьцангуй өндөр хувийг эзэлж байгаа нь адал явдалт, байгальд суурилсан, уламжлалт нүүдлийн соёлтой уялдсан аяллын хэлбэрүүд эрэлттэй байгааг харуулж байна.

Дэд бүтэц, аюулгүй байдал, стандартын асуудлаас шалтгаалан усан аялал хязгаарлагдмал түвшинд байна. Харин мото аялал тэмээн аялал, дугуйн аялал зэрэг нь одоогоор тусгай сонирхлын аялал хэлбэрээр оршиж байна. “Бусад” ангилалд загасчлал, ан ав, фото аялал зэрэг төрөлжсөн хэлбэр орох боломжтой бөгөөд дотоодын аялал жуулчлалын зах зээл төрөлжих эхлэл шатандаа байгааг илтгэнэ.

Дотоодын аялал жуулчлалын аяллын хэлбэр авто аялал давамгайлсан, байгальд суурилсан адал явдалт аяллаар баяжиж буй бүтэцтэй байна. Иймд бодлогын түвшинд авто аяллын ачааллыг тэнцвэржүүлэхийн зэрэгцээ явган, морин, усан зэрэг тогтвортой, байгаль орчин, орон нутагт сөрөг нөлөө багатай аяллын хэлбэрүүдийг дэмжих нь дотоодын аялал жуулчлалын тогтвортой хөгжлийн чухал чиглэл болох нь энэхүү судалгааны үр дүнгээс тодорхой байна.



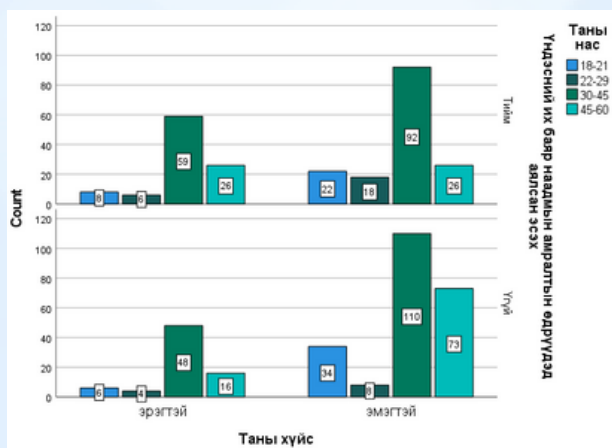
IX. АЯЛЛЫН ТУРШЛАГА, СЭТГЭЛ ХАНАМЖ

22. ҮНДЭСНИЙ ИХ БАЯР НААДМЫН АМРАЛТЫН ӨДРҮҮДЭД АЯЛСАН ЭСЭХ?

Нийтээр тэмдэглэх баярын болон тэмдэглэлт өдрүүдийн тухай хууль болон Хөдөлмөрийн тухай хуульд “Үндэсний их баяр наадам, Ардын хувьсгалын ойн баяр: долоодугаар сарын 10, 11, 12, 13, 14, 15; “ гэж тус тус зааж, эдгээр өдрүүдэд нийтээр амрахаар хуульчилсан.

Долдугаар сар

ДА	МЯ	ЛХ	ПУ	БА	БЯ	НЯ
30	01	02	03	04	05	06
07	08	09	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	01	02	03
04	05	06	07	08	09	10



Нийт дүнгээр аяллаагүй хүмүүсийн тоо аялсан хүмүүсээс өндөр байгаа нь наадмын урт амралт заавал аяллын идэвхийг бүх нийтийн түвшинд бий болгодоггүйг илтгэж байна.

Насны бүлгээр авч үзвэл 30–45 болон 45–60 насныхан аялалд хамгийн идэвхтэй оролцсон нь тогтвортой орлоготой, гэр бүлийн аялал төлөвлөх чадвар өндөртэй бүлэг наадмын амралтыг аяллын зорилгоор илүү ашиглаж байгааг харуулж байна.

18–21 насныхан болон зарим 22–29 насныхны хувьд аяллын оролцоо бага байгаа нь санхүүгийн боломж, бие даасан аялал төлөвлөх туршлага дутмагтай холбоотой байж болзошгүй.

Эмэгтэйчүүдийн аяллын оролцоо өндөр үзүүлэлттэй байгаа нь аяллын шийдвэр гаргалтад эмэгтэйчүүдийн нөлөө их, мөн гэр бүл, хамт олны аяллыг идэвхтэй зохион байгуулагч бүлэг болж байгааг илтгэнэ.

Залуу насныхан болон аялалд идэвх сул бүлгүүдэд чиглэсэн хямд, хүртээмжтэй, богино хугацааны аяллын бүтээгдэхүүн, урамшууллын бодлого шаардлагатайг харуулж байна. Мөн баяр наадмын үеийн аяллын ачаалал, дэд бүтцийн зохицуулалтыг оновчтой төлөвлөхгүй бол аяллын чанарт сөргөөр нөлөөлөх эрсдэлтэйг анхаарах шаардлагатай.



IX. АЯЛЛЫН ТУРШЛАГА, СЭТГЭЛ ХАНАМЖ

23. ТАНЫ АЯЛЛЫН СЭТГЭЛ ХАНАМЖ ЯМАР БАЙСАН БЭ?



472

СЭТГЭЛ ХАНАМЖ
САЙН



92

СЭТГЭЛ ХАНАМЖ
ДУНД



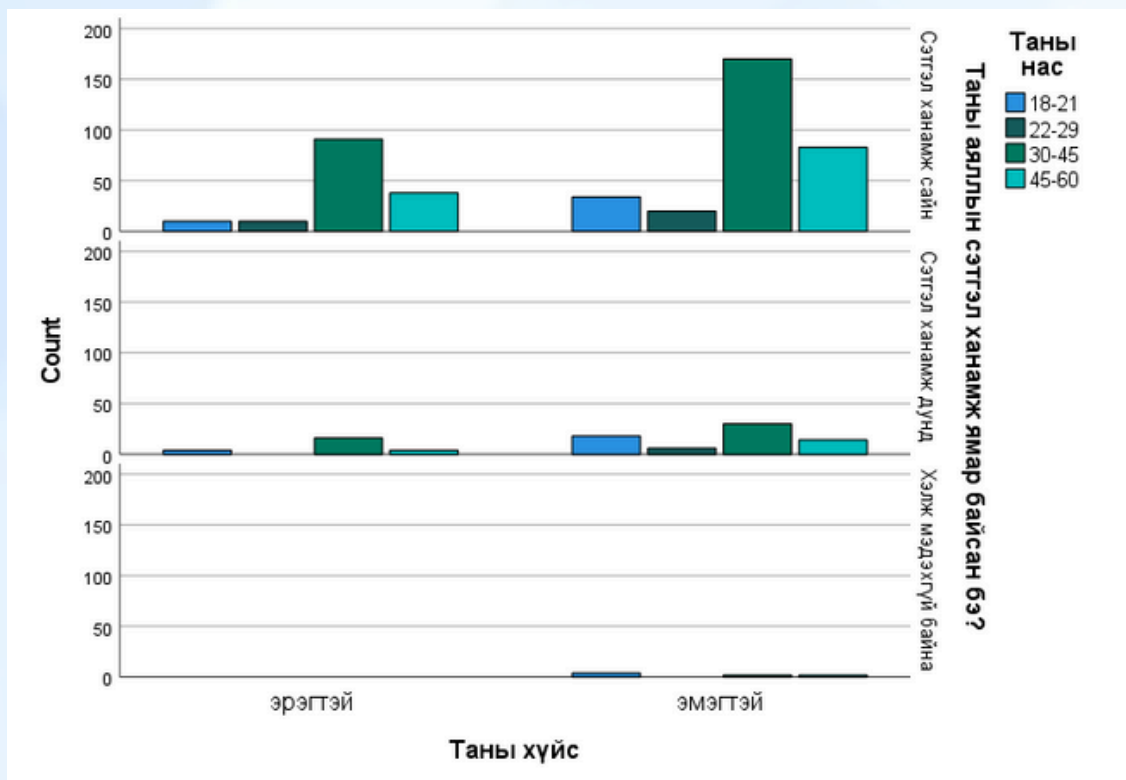
0

СЭТГЭЛ ХАНАМЖ
МУУ



0

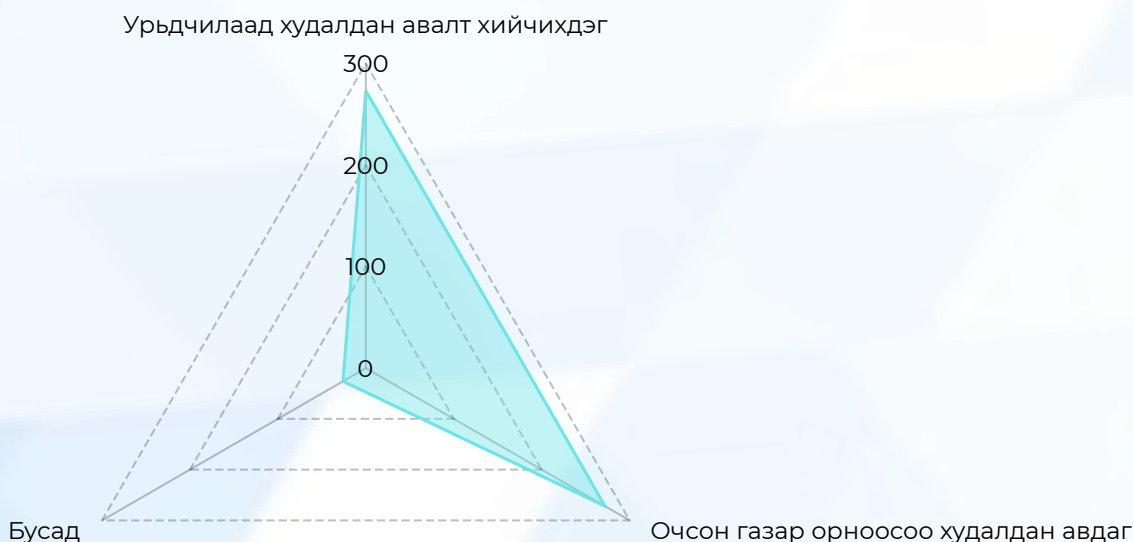
ХЭЛЖ МЭДЭХГҮЙ
БАЙНА





Х. ХЭРЭГЛЭЭ

24. АЯЛАЛДАА ХООЛ ХҮНСЭЭ ХЭРХЭН БЭЛТГЭДЭГ ВЭ?



Аялагчдын хоол хүнсээ бэлтгэл урьдчилан худалдан авах (273) болон очсон газрынхаа орчноос худалдан авах (272) сонголт бараг ижил түвшинд байна.

Энэ орон нутгийн хүнсний зах, дэлгүүр болон жижиг бизнесүүдэд аялал жуулчлалаар дамжих борлуулалтын боломж өндөр байгааг харуулж байна. Орон нутгийн брэнд, бүтээгдэхүүний хүртээмж, чанар, үнэ цэнийг зөвөөр танилцуулж чадвал борлуулалт нэмэгдэх боломжтойг харуулж байна.

Иймд аялал жуулчлалын бүс нутагт хоол хүнсний үйлчилгээ, орон нутгийн хүнсний бүтээгдэхүүний сурталчилгаа, хүртээмжийг сайжруулах, аялал жуулчлал ба орон нутгийн үйлдвэрлэлийг холбосон бодлого боловсруулах нь эдийн засгийн өгөөжийг нэмэгдүүлэх чухал боломжтой байна.



Х. ХЭРЭГЛЭЭ

25. АЯЛАХДАА ОРОН НУТГИЙН БҮТЭЭГДЭХҮҮН ХУДАЛДАН АВСАН УУ?

Дээрх асуултанд хариулсан Тийм-1, Үгүй-2 хариултын хамаарлыг тухайн асуулгад оролцогч гэрлэсэн болон хэдэн удаа жилд аялалд гардаг давтамжаас хамаарах эсэхийг SPSS дээр Logistic Regression шинжилгээ хийлээ.

Хувьсагч		B	S.E	Wald	Exp(B)	95%CI		Sig
						Lower	Upper	
Гэрлэлт	Гэрлэсэн	1.057	0.362	8.506	2.877	-	5.852	0.004
	Гэрлээгүй	-	-	-	-	-	-	-
Аяллын давтамж	Улиралд 1 удаа			3.892	-	-	-	0.143
	Жилд 1 удаа	-18.074	5588.473	0.000	0.000	0.000		0.997
	Жилд 2 болон түүнээс дээш	0.827	0.419	3.892	2.287	1.005	5.204	0.049
Constant		-3.589	0.394	82.819	0.028	-	-	<.001
Chi-square						20.839 (3) <.001		
Hosmer and Lemeshow Chi-square (df) Sig						.153 (3) .985		

Тухайн судалгааны асуулга хамаарлын хувьд уг 2 хувьсагчаас ач холбогдлын түвшин өндөр хамааралтай бөгөөд энэхүү шинжилгээг хийх нь зөв үр дүнг бий болгосон байна.

- Гэрлэсэн хүн гэрлээгүй хүнтэй харьцуулхад **1.057_аар эерэг хамааралтай буюу** нутгийн брэнд бүтээгдэхүүн худалдан авах магадлал ялгаагүй.
- Тухайн хүн жилд цөөн удаа аяллаж байгаа хүний хувьд илүү олон давтамжид аялал хийдэг хүнтэй харьцуулхад **-18.074-аар эсрэг хамааралтай буюу** уг асуулгын хувьд **жилд 1 удаа** аялладаг хүн илүү их **нутгийн брэнд бүтээгдэхүүн** худалдан **авах магадлал өндөр** байдаг нь шинжилгээний дүнгээр батлагдлаа.

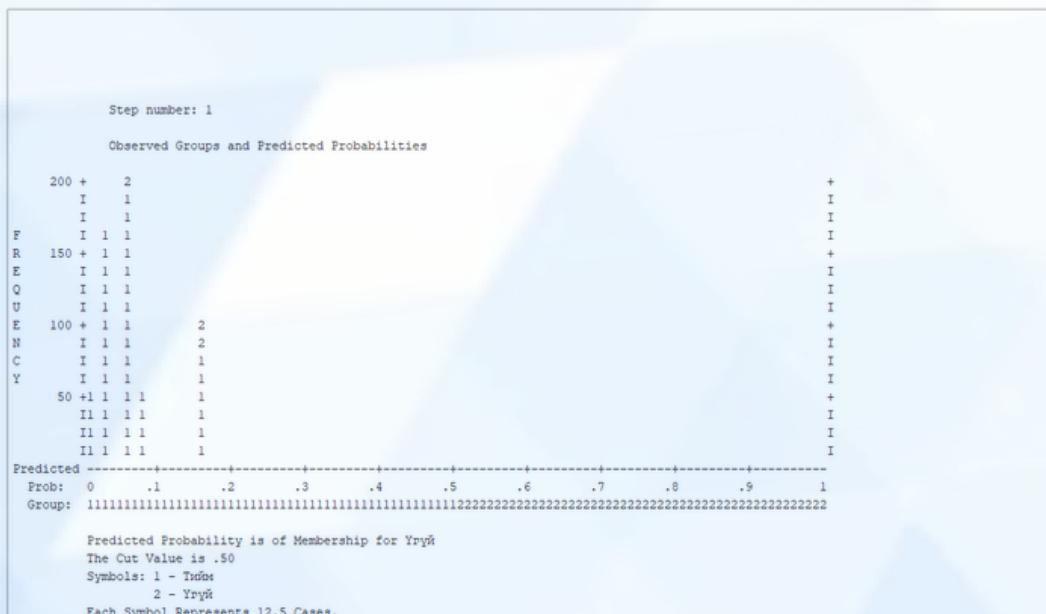


Х. ХЭРЭГЛЭЭ

25. АЯЛАХДАА ОРОН НУТГИЙН БҮТЭЭГДЭХҮҮН ХУДАЛДАН АВСАН УУ?

Variables in the Equation									
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	Гэрлэлтийн байдал(1)	1.057	.362	8.506	1	.004	2.877	1.414	5.852
	Та жилд хэдэн удаа эх орноороо аялдаг вэ			3.892	2	.143			
	Та жилд хэдэн удаа эх орноороо аялдаг вэ (1)	-18.074	5588.473	.000	1	.997	.000	.000	.
	Та жилд хэдэн удаа эх орноороо аялдаг вэ (2)	.827	.419	3.892	1	.049	2.287	1.005	5.204
	Constant	-3.589	.394	82.819	1	<.001	.028		

a. Variable(s) entered on step 1: Гэрлэлтийн байдал, Та жилд хэдэн удаа эх орноороо аялдаг вэ .



		Predicted			
		Та аялах явцдаа орон нутгийн бүтээгдэхүүн худалдан авсан үү		Percentage Correct	
Observed		Тийм	Үгүй		
Step 1	Та аялах явцдаа орон нутгийн бүтээгдэхүүн худалдан авсан үү	Тийм	518	0	100.0
		Үгүй	34	0	.0
Overall Percentage					93.8

a. The cut value is .500

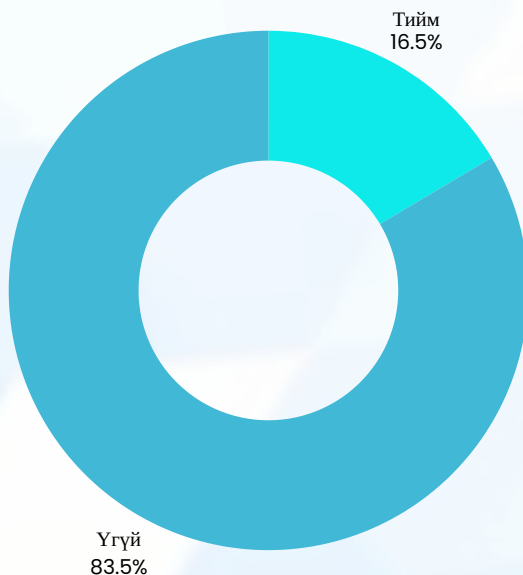
АНГИЛАЛЫН ГРАФИК

- Дээрх график 0.5- аар 2 талд хуваагдсан боловч бүтээгдэхүүн худалдан авсан эсэх гэсэн асуултанд авсан буюу
 - Тийм-1
 - Үгүй-2 ийн тархалт холилдсон байна.



Х. ХЭРЭГЛЭЭ

26. АЯЛАХДАА ДААТГАЛД ХАМРАГДДАГ УУ?



2024онд аялагчдын **74.3% нь даатгалд хамрагдаагүй** байсан бол 2025 онд 9,2 % өссөн дүнтэй байна.

Аялагчдын дийлэнх олонх нь аяллын даатгалд хамрагддаггүй (477) бөгөөд хамрагддаг хувь харьцангуй бага (94) байна. Энэ нь дотоодын аялал жуулчлалд эрсдэлийн талаарх мэдлэг, урьдчилан сэргийлэх соёл сул байгааг илтгэнэ.

Ялангуяа авто, байгальд суурилсан аялал давамгайлж буй нөхцөлд даатгалд хамрагдахгүй байх нь аялагчийн аюулгүй байдал, санхүүгийн эрсдэлийг нэмэгдүүлэх сөрөг үр дагавартай.

Иймд аялал жуулчлалын салбарт даатгалыг бүтээгдэхүүний салшгүй нэг хэсэг болгох, аяллын компаниуд, орон нутгийн үйлчилгээ үзүүлэгчидтэй уялдуулсан хямд, ойлгомжтой даатгалын шийдлийг нэвтрүүлэх бодлогын шаардлага өндөр байна.



XI. АЯЛАГЧДЫН СОЁЛ, ЁС ЗҮЙ

27. АЯЛАГЧДЫН НИЙТЛЭГ ГАРГАДАГ ТААЛАМЖГҮЙ ҮЙЛДЛҮҮД



Эх орондоо хог хаях хамгийн сөрөг хандлага гэж 430 хүн (75.2%) үзсэн ба тэд доорх хог хаягдалыг хамгийн их хаядаг.



406 хүн (71.0%) шөнө оройн аялалд машины гэрлээ шилжүүлдэггүй.

Аяллын явцад хамгийн ихээр хаягддаг хог нь пластик сав, уут, савлагаа бөгөөд зам дагуу болон амралтын бүсэд маш их хог хаягдалтай байдаг.

Үүний дараа хоол хүнсний үлдэгдэл, нэг удаагийн хоолны сав, мөн шил, ундааны лонх, лааз их хэмжээгээр хуримтлагддаг.

Үүнээс гадна металл лааз болон ариун цэврийн нэг удаагийн хэрэглээний хаягдал (салфетка, ариун цэврийн цаас, маск, бээлий) нь аяллын бүсийг ихээр бохирдуулдаг.

Эдгээр зохисгүй үйлдлүүд нь дотоодын аялал жуулчлалд байгаль орчинд сөрөг нөлөө үзүүлэх, аюулгүй байдлын эрсдэл, олон нийтийн соёлын зөрчлийг нэгэн зэрэг үүсгэж байгааг илтгэнэ.

Иймд зөвхөн дэд бүтэц сайжруулах бус, аялагчдын ёс зүй, хариуцлагатай аяллын боловсрол, дүрэм журам, хяналт, урамшуулал-шийтгэлийн механизмыг хослуулсан зан төлөвт суурилсан бодлого хэрэгжүүлэх шаардлага байна.



ХИ. АЯЛАГЧДЫН СОЁЛ, ЁС ЗҮЙ

СОЁЛТОЙ
АЯЛЪЯ

ХАРИУЦЛАГАТАЙ • ХОГГУЙ • БАЙГАЛЬД ЭЭЛТЭЙ



28.ДОТООДЫН АЯЛАГЧ,
АМРАГЧДАД АЯЛЛЫН
БОЛОВСРОЛ ОЛГОХ
ЗОРИЛГОТой ЭНЭ ЗУН
ХЭРЭГЖҮҮЛСЭН
“СОЁЛТОЙ АЯЛЪЯ”
НӨЛӨӨЛЛИЙН
ҮР ДҮН

МЭДЭЭЛЭЛ
АВСАН

358

МЭДЭЭЛЭЛ
АВААГҮЙ

214



ДҮГНЭЛТ, САНАЛ ЗӨВЛӨМЖ

Уг судалгаа Монголын дотоодын аялал жуулчлалын өнөөгийн байдал, аялагчдын зан төлөв, хэрэглээний хэв шинж, тулгамдаж буй асуудлуудыг цогцоор нь харуулахыг зорьсон.

Дийлэнх нь 18–45 насны, хөдөлмөрийн идэвхтэй иргэд бөгөөд гол эрэлт энэхүү сегментэд төвлөрч байна. Аяллын давтамж жилд 1–2 удаа, аяллын хугацаа ихэвчлэн 6–8 өдрийн хооронд төвлөрсөн нь дотоодын аялал нь богино хугацааны, амралт–стресс тайлах шинжтэй хэвээр байгааг илтгэнэ. Аялагчдын ихэнх нь аяллаа өөрсдөө төлөвлөж, гэр бүл болон найз нөхдийн хүрээнд, хувийн автомашинаар аялж байгаа нь авто болон майхантай аяллын эрэлт өндөр байгааг харуулж байна. Байгалийн сайхныг үзэх, амрах, шинэ мэдрэмж авах нь аяллын гол зорилго бөгөөд Архангай, Өвөрхангай, Хөвсгөл, Төв зэрэг дэд бүтэц харьцангуй хөгжсөн аймгуудад аяллын урсгал төвлөрч байна.

Үүний зэрэгцээ аялагчдын орон нутгийн бүтээгдэхүүн худалдан авах идэвх өндөр байгаа нь дотоодын аялал орон нутгийн эдийн засагт бодит өгөөж өгч байгааг нотолж байна.

Үүний зэрэгцээ аялагчдын орон нутгийн бүтээгдэхүүн худалдан авах идэвх өндөр байгаа нь дотоодын аялал орон нутгийн эдийн засагт бодит өгөөж өгч байгааг нотолж байна.

Дотоодын аялал жуулчлалын **давуу тал** бол ландшафтын олон янз байдал зэрэгцэн оршдог, аяллын хэлбэрийн уян хатан байдал дотоодын эрэлтийн тогтвортой суурь болно. **Сул тал** нь зам, дэд бүтэц, харилцаа холбоо, үйлчилгээний стандарт, үнийн ил тод бус, хөөрөгдөлтэй байдал, аяллын улирлын хамаарал өндөр байгаа явдал юм. **Боломжийн** хувьд сегментчилсэн аяллын бүтээгдэхүүн хөгжүүлэх, дижитал шийдэл нэвтрүүлэх, аяллын боловсролыг нэмэгдүүлэх орон зай хангалттай байгаа бол **эрсдэл, аюул** нь байгаль орчны доройтол, үйлчилгээний чанар–үнэний зөрүү, аялагчдын соёлын асуудалтай шууд холбоотой байна.

Иймд дотоодын аялал жуулчлалын бодлого нь аяллын тоо хэмжээг нэмэгдүүлэхээс илүүтэйгээр **чанар, тогтвортой байдал, бүс нутгийн тэнцвэртэй хөгжилд чиглэх** шаардлагатай. Үүнд байгальд суурилсан, нас ба зорилгод тохирсон аяллын бүтээгдэхүүн хөгжүүлэх, дэд бүтэц болон үйлчилгээний стандарт сайжруулах, аялагчдын соёлыг системтэй төлөвшүүлэх, дижитал мэдээллийн нэгдсэн орчныг бүрдүүлэх нь нэн тэргүүний зорилт болох ёстой.

Энэхүү чиг хандлагыг бодлогоор тууштай дэмжсэн нөхцөлд дотоодын аялал жуулчлал нь Монгол Улсын эдийн засаг, нийгмийн тогтвортой хөгжлийн чухал тулгуур салбар болж хөгжих бүрэн боломжтой юм.



БАГ



М.ДАРХИЖАВ
(МАГИСТР)



Б.МӨНХТОГТОХ
(ДОКТОРАНТ)



Б.ЕРБАХЫТ
(ДОКТОР)



Р.ЭНХБАЯР
(ДОКТОРАНТ)



Б.САЙХАНБАЯР
(ДОКТОРАНТ)



8888-0715



info@itravel.mn