

Гадаадын жуулчдын Монгол Улсад аялах эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлсийн шинжилгээ: Таталцлын загварын аргыг ашиглах нь

Энхбат Амаржаргал¹, Тэгшжаргал Содномдаваа*

¹Доктор (Ph.D.), профессор, Монгол Улсын Их Сургууль, Улаанбаатар хот, Монгол Улс

*Магистр (MBA), Шинжлэх Ухаан, Технологийн Их Сургууль, Улаанбаатар хот, Монгол Улс

*Corresponding author: tegsh0411@gmail.com

Received: 28 February 2025 / Accepted: 21 March 2025 / published online: 01 May 2025

Түлхүүр үгс:

Таталцлын загвар,
Панел өгөгдөл,
Гадаадын жуулчдын
эрэлт, аялал
жуулчлалын салбар

©2025, Author(s)



Keywords: Gravity
model, Panel data,
Demand of Foreign
tourist, Tourist sector

Хураангуй: Аялал жуулчлалын салбар нь эдийн засаг, нийгэм, байгаль орчинд тодорхой хувь нэмэр оруулдаг салбар билээ. Сүүлийн жилүүдэд гадаадын орнуудаас Монголд аялах жуулчдын тоо нэмэгдэж, мөн Засгийн газраас аялал жуулчлалын салбарыг хөгжүүлэх цогц арга хэмжээнүүдийг амжилттай хэрэгжүүлж байгаа хэдий ч газар зүй, гадаад болон дотоод нөхцөл байдалтай холбоотой олон үзүүлэлтүүдийг сайжруулах, аялал жуулчлалын салбарын өрсөлдөх чадварыг дээшлүүлэх шаардлагатай байна. Монгол Улсын Засгийн газраас “Go Mongolia” арга хэмжээг амжилттай хэрэгжүүлсний үр дүнд гадаадын жуулчдын Монголд аялах эрэлт нэмэгдэж байна. Иймд Монголд аялах гадаадын жуулчдын эрэлтэд ямар хүчин зүйлс нөлөөлж байна уу гэсэн асуултад хариулт өгөх зорилгоор 2000-2023 оны хугацааны тэргүүлэх жуулчлагч 28 орны панел өгөгдөлтэй Таталцлын загварыг ашиглан регрессийн шинжилгээ хийсэн. Регрессийн шинжилгээний үр дүнгээр гадаадын жуулчдын Монголд аялах эрэлтэд аялагч орны нэг хүнд ногдох ДНБ, хиллэдэг эсэх байдал, гадаадын нэг жуулчнаас гарах зардал зэрэг үзүүлэлтүүд нь эерэг, харин улс хоорондын зай болон Монголын ариун цэврийн байгууламжийн хангамж зэрэг үзүүлэлтүүд сөрөг хамааралтай гэсэн үр дүн гарсан.

The Predictors of Foreign Tourists' demand of Mongolia: the Application of Gravity Model

Doctor (Ph.D), professor Amarjargal Enkhbat¹

¹National University of Mongolia, Ulaanbaatar, Mongolia,

Master (MBA) Sodnomdavaa Tegshjargal*

*Mongolian University of Science and Technology, Ulaanbaatar, Mongolia

Abstract

The tourism sector makes a significant contribution to the economy, society, and the environment. In recent years, the number of foreign tourists visiting in Mongolia has dramatically increased due to Mongolian government has successfully implemented the comprehensive measures to develop the tourism sector and attract foreign tourists more to Mongolia. However, there is a need to enhance the competitiveness of the tourism sector of Mongolia as well as improve the certain challenges including geographical, external and internal issues in the tourism sector of Mongolia.

As a result of the successful implementation of the “Go Mongolia” held by the Mongolian government, the demand for foreign tourists to travel to Mongolia has been growing up gradually after Covid. Therefore, the aim of present study is to analysis the determinants of foreign tourism demand to Mongolia by utilizing an gravity model with panel data, which included the leading 28 tourist countries visiting in Mongolia for the 2000–2023 period. According to the results of the regression analysis, the variables including GDP per capita of the visiting country, border dummy variable, and expenditure per foreign tourist were statistically significant positive. The results of the present study indicate that these variables are positively related to the demand for foreign tourists to Mongolia, while a distance between countries and the provision of sanitation facilities in Mongolia were negatively related.

I. УДИРТГАЛ

Аялал жуулчлалын салбар нь эдийн засаг, бүс нутгийн хөгжил, эдийн засгийн өрсөлдөх чадварт чухал ач холбогдолтой. Аялал жуулчлал нь эдийн засгийн өсөлтийг нэмэгдүүлэх, гадаад, дотоодын хөрөнгө оруулалтыг татах, ажлын байрыг шинээр бий болгох, гадаад валютын орлогыг өсгөх, гадаад валютын нөөцийг арвижуулах, дотоодын эрэлтийг дэмжихэд эерэг нөлөөлөл үзүүлж байна.

Дэлхийн аялал жуулчлалын зөвлөл (WTTC) нь “Аливаа улсын аялал жуулчлалын салбар бол олон сая ажлын байрыг бий болгож, тухайн улс, бүс нутгийн эдийн засгийн өсөлтийг дэмждэг чухал салбар юм” гэж тайландаа онцолжээ (WEF, 2024). Нийгэм, эдийн засаг, байгаль орчны үйл ажиллагаа хосолж явагддаг утгаараа аялал жуулчлалын салбар нь онцлогтой юм.

Монгол Улсад аялах гадаадын жуулчдын тоо нэмэгдсэнээр худалдаа, үйлчилгээ, тээвэр, банк, санхүү зэрэг олон салбарт шууд болон шууд бус байдлаар нөлөөлөл үзүүлж байна. Монгол Улс нь эх газрын эрс тэс уур амьсгалтай, далайд гарцгүй, асар уудам нутаг дэвсгэртэй, аялал жуулчлалыг татах, жуулчдын сонирхлыг татах байгалийн үзэсгэлэнт газрууд, түүх, соёлын үнэт олдворууд олонтой, нөгөө талдаа хүн ам цөөн, зах зээлийн багтаамж багатай учраас гадаадын жуулчдын тоо, эрэлтийг нэмэгдүүлэх шаардлагатай.

Монгол Улсын аялал жуулчлалын салбарын өнөөгийн байдал, тулгамдсан асуудал болон салбарын өрсөлдөх чадварын түвшнийг судалж, санал боловсруулах, гадаадын

Бүсээр	Үзүүлэлт	2010	2015	2019	2022	2023	Эзлэх хувь /2023 он/
Нийт дүн	мянга	456.1	386.2	577.3	286.3	594.0	100.0
Зүүн ази, номхон далай	мянга	263.8	228.7	323.7	77.6	289.4	48.7
Европ	мянга	173.0	135.2	221.3	195.7	280.5	47.2
Америк	мянга	16.5	18.6	24.9	10.1	16.0	2.7
Бусад	мянга	2.8	3.7	7.4	2.9	8.1	1.4

Эх сурвалж: УСХ, 2024

2023 оны байдлаар ОХУ (35.7%), БНСУ (23.5%), БНХАУ (18.3%), Япон (3.3%) болон Герман улс (1.6%)-аас ирсэн жуулчид тэргүүлж байна. Ялангуяа БНСУ-аас ирсэн жуулчдын тоо сүүлийн жилүүдэд нэмэгдэх хандлагатай байна. Энэ нь Монгол Улсын Засгийн газраас хэрэгжүүлж байгаа цогц арга хэмжээ, үүний дотор Монгол Улсыг гадаадад сурталчлах “Go Mongolia өдөрлөг”-ийг анх зохион байгуулж, БНСУ, Тайланд, Вьетнам зэрэг улсад аялал жуулчлалыг сурталчилж байгаатай холбоотой юм.

Харин ОХУ-аас ирсэн жуулчдын тоо сүүлийн 3 жил өндөр өсөлттэй байгаа нь ОХУ болон Украйны хоорондох дайны нөхцөл байдалтай холбоотой байх талтай. Европын Холбооны улсууд дотроос Герман, Франц улсаас ирэх жуулчдын тоо тогтвортой өсөлттэй, мөн Турк, Казакстан болон Киргизстанаас ирэх жуулчдын тоо өсөх хандлагатай байна.

Хүснэгт 2. Монгол Улсад ирсэн гадаадын жуулчдын тоо, тэргүүлэх улсаар

Улсаар	Үзүүлэлт	2010	2015	2019	2022	2023	Эзлэх хувь /2023 он/
Нийт дүн	мянга	456.1	386.2	577.3	286.3	594.0	100.0
1. ОХУ	мянга	121.6	70.7	141.9	153.2	212.3	35.7
2. БНСУ	мянга	42.2	47.2	101.3	53.4	139.5	23.5
3. БНХАУ	мянга	193.7	145.0	168.3	11.2	108.9	18.3
4. Япон	мянга	14.1	19.3	24.4	6.4	19.6	3.3
5. Герман	мянга	8.1	9.0	12.4	4.0	9.3	1.6
Дэд дүн	мянга	379.8	291.2	448.3	228.1	489.6	-
Эдгээр улсын эзлэх хувь	хувь	83.3	75.4	77.7	79.7	82.4	-

Эх сурвалж: УСХ, 2024

Сүүлийн жилүүдэд гадаадын жуулчдын тоо нэмэгдэж, гадаад валютын орлого өсөж байгаа хэдий ч аялал жуулчлалын салбарын үйл ажиллагааг эрчимжүүлэх, хөгжүүлэхэд тулгамдаж байгаа нийтлэг асуудлууд байсаар байна. Үүнд:

1. Аялал жуулчлалын салбарын тэнцлийн алдагдал;
2. Аялал жуулчлалын салбар дахь боловсон хүчний асуудал;
3. Аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын асуудал.

А. Төлбөрийн тэнцэл дэх аялал жуулчлалын салбарын тэнцлийн алдагдал:

Монгол Улсаас гадаад руу чиглэсэн аялал жуулчлалын урсгал өсөх хандлагатай байна. Гадаадын жуулчдаас олсон орлого 2023 онд 1.8 их наяд төгрөг болж, өмнөх

онихоос 1.0 их наяд төгрөгөөр өссөн. Гэтэл дотоодын жуулчдын гадаадад аялсан зардал 2023 онд 4.4 их наяд төгрөгт хүрч, өмнөх оноос 1.2 их наяд төгрөгөөр нэмэгджээ.

Төлбөрийн тэнцлийн алдагдалд үзүүлэх дотоодын аялал жуулчлалын зардал өсөх хандлагатай байна. Монгол улсын дотоодын жуулчдын гадаадад аялсан зардал (925.2 сая ам.дол) болон гадаад жуулчдаас олсон орлого (513.4 сая ам.дол)-ын харьцаа 2019 онд 1.8 байснаа 2023 онд 2.4 болж өссөн байна.

Гадаадын жуулчдаас олсон орлого, дотоодын жуулчдын гадаадад аялсан зардлын зөрүү алдагдалтай гарч, алдагдлын хэмжээ 2023 онд 733.9 сая ам.доллар буюу 2.5 их наяд төгрөг болж, өмнөх оныхоос 199.0 тэрбум төгрөг буюу 8.5 хувиар өссөн байна.

Хүснэгт 3. Гадаадын жуулчдаас олсон орлого, дотоодын жуулчдын гадаадад аялсан зардал

Үзүүлэлт	Үзүүлэлт	2019	2020	2021	2022	2023	Өөрчлөлт (2023/2022)
1.Гадаад жуулчдаас олсон орлого	Тэрбум.төг	1,367.3	81.5	58.5	803.7	1,839.2	+2.3 дахин
	Сая ам.дол	513.4	29.4	20.5	250.9	530.8	+2.1 дахин
2.Дотоодын жуулчдын гадаадад аялсан зардал	Тэрбум.төг	2,465.4	1,540.0	2,114.7	3,148.7	4,383.2	+39.2 хувь
	Сая ам.дол	925.2	549.9	742.2	996.0	1,264.7	+27.0 хувь
Тэнцэл	Тэрбум.төг	-1,098.1	-1,458.5	-2,056.2	-2,345.0	-2,544.0	+8.5 хувь
	Сая ам.дол	-411.8	-520.6	-721.6	-745.1	-733.9	-1.5 хувь

Эх сурвалж: YCX, 2024

Б. Аялал жуулчлалын салбар дахь боловсон хүчний асуудал:

2023 оны байдлаар аялал жуулчлалын салбарт ажиллаж байгаа аж ахуйн нэгж байгууллагын тоо 1526, ажиллагчдын тоо 1313 байна. Ковидын өмнөх үе буюу 2019 онтой харьцуулахад ажиллагсдын тоо 6832 байснаа 1313 болж, 5.2 дахин буурчээ.

Зураг 3. Аялал жуулчлалын салбарын ажиллагсад болон аж ахуйн нэгж байгууллагын тоо



Аялал жуулчлалын салбарын чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулдаг аж ахуйн нэгжийн тоо нэмэгдсэн, гадаадын жуулчдын тоо өссөн боловч ажиллагчдын тоо өсөөгүй байна. Ковидын цар тахлын нөлөөгөөр аялал жуулчлалын салбар уналтад орж, ажиллагчдын тоо нэлээд хэмжээгээр буурсан хэдий ч өсөөгүй хэвээр байна.

В. Аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын асуудал:

Дэлхийн Эдийн засгийн форумас “Аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадвар”-ын судалгааг хийдэг бөгөөд 5 бүлгийн 17 чиглэлийн нийт 112 үзүүлэлтэд тулгуурлан дэлхийн улс орнуудын аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварыг хэмждэг. Монгол Улс “Аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадвар”-ын үзүүлэлтээр 2023 онд 3.57 оноо авч 85 дугаарт жагсаж, 2019 онтой харьцуулахад 2.0 оноогоор буурч 6 байраар ухарсан байна. 2023 оны өрсөлдөх чадварын үзүүлэлтээр Монгол Улс нь “амралт зугаалгын бус нөөц”, “соёлын нөөц”, “газрын болон боомтын дэд бүтэц”, “агаарын тээвэр”, “жуулчны үйлчилгээний дэд бүтэц”, “төрийн бодлогын нээлттэй байдал” болон “аялал жуулчлалын эрэлтийн тогтвортой байдал” зэрэг үзүүлэлтүүдээр хангалтгүй, харин “эрүүл ахуй”, “аюулгүй байдал”, “үнийн өрсөлдөх чадвар” болон “мэдээлэл, технологийн бэлэн байдал” зэрэг чиглэлээр харьцангуй өндөр үнэлгээ авсан байна. Соёл, спорт, аялал жуулчлалын яамнаас хийсэн судалгааны тайланд салбарын SWOT шинжилгээг хийжээ.

Хүснэгт 4. Аялал жуулчлалын CBOT шинжилгээ

ДАВУУ ТАЛ	СҮЛ ТАЛ
- Соёлын болон байгалийн нөөцтэй газар нутаг - Нүүдлийн ахуй, зан заншил - Нөхөрсөг, найрсаг хүмүүс - Аюулгүй байдал - Өвөрмөц, олонд танигдсан түүх - Экологийн харьцангуй цэвэр нутаг	- Аялал жуулчлалын урсгал улирлын чанартай - Дэд бүтэц хөгжөөгүй - Хязгаарлагдмал аялал жуулчлалын үйл ажиллагаа болон чанаргүй бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ - Маркетинг болон идэвхжүүлэлтийн дутмаг байдал - Эрх зүйн зохицуулалтын хомс байдал
БОЛОМЖ	АЮУЛ
- Нүүдлийн амьдралын хэв маяг болон уудам газар нутгийг хослуулсан өвөрмөц газар - Томоохон болон шинээр гарч ирж буй Азийн зах зээлд ойрхон	- БНХАУ-ын Өвөр Монгол зэрэг өрсөлдөгч зорих газрын амжилт - Байгаль орчны менежментийн доройтол

Эх сурвалж: Аялал жуулчлалын тогтвортой хөгжлийн төлөвлөгөө судалгааны тайлан(2014 он)-д суурилав.

III. СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

3.1. Судалгааны зорилго

Монгол Улсад аялах гадаадын жуулчдын эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлсийн шинжилгээг хийх зорилгоор энэхүү судалгааг хийхвСудалгаанд 2000-2023 оны “панел өгөгдөл”-д суурилан Таталцлын загвар (Gravity model)-ыг ашиглаж, гадаадын жуулчдын Монголд аялах эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлсийн шинжилгээ хийсэн болно.

3.2. Судлагдсан байдал

Монголд аялал жуулчлалын тогтвортой хөгжил, аялал жуулчлалын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний зах зээлийн талаарх судалгааны ажлууд олон байна. Харин панел өгөгдөлд суурилан, Таталцлын загварыг ашиглан Монголд аялсан гадаадын жуулчдын эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлсийн шинжилгээ, судалгаа хараахан хийгээгүй байна.

Харин гадаад худалдаанд таталцлын загварыг ашигласан судалгаа нэлээд байна. Тухайлбал, Р.Амаржаргал (2002) Монгол улсын гадаад худалдаанд Зүүн хойд азийн улс орнуудын худалдаанд нөлөөлөх хүчин зүйлийн нөлөөллийг судалсан бол Л.Даваажаргал (2006) валютын ханшийн экспортод үзүүлэх нөлөөнд дүн шинжилгээ хийжээ. Мөн В.Энхболд, Ө.Номинцэцэг (2017) нар БНХАУ-ын Тяньжин боомтоор дамжуулан худалдааны түншүүд рүү экспортлох боломжийг судалсан бол О.Төмөрбаатар (2011) Монголын гадаад худалдаанд хүчин зүйлс хэрхэн нөлөөлж байгааг судалсан байна.

Өмнөх судалгаануудын дийлэнх нь экспортлогч, импортлогчийн ДНБ, зай зэрэг таталцлын загварын үндсэн хувьсагчдыг ашигласан байна. Р.Амаржаргал (2002) зөвхөн Зүүн хойд азийг судалж үзээд Япон улстай хоёр талын худалдааны хэлэлцээр (ВТА) байгуулахад гадаад худалдааны эргэлт 50 орчим хувиар өснө гэж үзжээ. В.Энхболд, Ө.Номинцэцэг (2017) нар худалдааны түнш рүү экспортлох боломжийг судалсан байна. Гадаадын орнуудад панел өгөгдөлтэй Таталцлын загварыг ашигласан судалгаанууд хийгджээ.

Tu, Giang (2018) нарын хийсэн судалгаагаар таталцлын загварыг ашиглан Вьетнамын гадаад худалдаанд нөлөөлөх хүчин зүйлсийг шинжилгээг хийхдээ худалдааны зардлыг ашиглав. Судлаачид 2001-2013 оны хооронд худалдааны 70 түншээс бүрдсэн, ДНБ, хүн ам, худалдааны нээлттэй байдал, худалдааны зардал зэрэг хувьсагчдыг багтаасан панел өгөгдлийг ашиглан үнэлгээ хийсэн байна. Худалдааны зардалтай таталцлын загварын хувьд энэхүү судалгааг үндэслэл болголоо. Таталцлын загвар ашигласан өмнөх судалгаануудын судлагдсан байдалд шинжилгээ хийж, зайн хувьсагчтай таталцлын загвар (Gani&Malawi, 2013; Tumwebaze & Karamuriro, 2015; Chan & Au, 2017; Paudel & Cooray, 2018; Khan & Kalirajan, 2011; Gómez-Herrera, 2012; Zheng, 2012, Dyah нар 2019, Ismaiel нар, 2023, Nu Minh, 2024, Zhu нар, 2024) -ыг үндэслэл болгов.

Dyah Titis Kusuma Wardani, Nufimbar Susy Anindita Handayani (2019) нар нь Индонези улсад аялах гадаадын жуулчдын эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлсийн шинжилгээг хийсэн байна. 2009-2016 оны хугацаан дахь 8 гадаад орны панел өгөгдлийг ашиглан гадаадын жуулчдын эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлсэд Таталцлын загвараар тооцоолол хийжээ. Судалгаагаар жуулчин хүлээн авагч орон болон гадаад жуулчны орнуудын нэг хүнд ногдох ДНБ нь гадаадын жуулчдын эрэлтийг нэмэгдүүлэхэд эерэг нөлөөтэй, харин улс хоорондын зай, алслагдсан байдал нь сөрөг нөлөөлөлтэй гэсэн үр дүн гарсан байна.

3.3.Гадаадын жуулчдын Монголд аялах эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлс

“Аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индекс”-ийн үзүүлэлт, салбарын СВОТ шинжилгээнд тулгуурлан гадаадын жуулчдын эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлсийг сонгосон болно. Хоёрдогч мэдээллийн эх үүсвэр, мэдээллийн бэлэн байдал зэргийг харгалзан Монгол улсад ирсэн гадаадын жуулчдын эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлсийг сонгож, дараах байдлаар багцлан авч үзлээ. Үүнд:

1) Газар зүйн хүчин зүйл: Газар зүйн хүчин зүйлд далайд гарцгүй байдал, хил залгаа оршдог эсэх, улс хоорондын алслагдсан байдал, дэд бүтцийн хөгжил зэрэг үзүүлэлтийг багтаадаг. Энэхүү судалгаанд Монгол Улсаас гадаадын аялагч иргэдийн оршин суугаа улс хүртэл зай (distance) эсхүл тээврийн зардал (trade cost), Монгол Улстай хиллэдэг эсэх (border) зэрэг хувьсагчийг ашигласан болно.

2) Гадаад хүчин зүйл: Монгол бол жижиг, нээлттэй эдийн засагтай улс юм. Энэ утгаараа гадаад хүчин зүйлс тодорхой хэмжээгээр эдийн засагт нөлөөлөл үзүүлдэг. Иймээс аялал жуулчлалын салбарт нөлөөлдөг гадаад хүчин зүйлст нэг хүнд ногдох ДНБ (GDP per capita), мөн худалдан авах чадварын парети (purchasing power parity), аялал жуулчлалын салбарын өрсөлдөх чадварын индекс (TTCI-tourism and travel competitiveness index) болон Монгол Улсад оруулсан гадаадын шууд хөрөнгө оруулалт зэрэг үзүүлэлтийг багтаалаа.

3) Дотоод хүчин зүйл: Монголын аялал жуулчлалын салбар дахь нэг жуулчны дундаж зардал (travel cost per tourist) болон ариун цэврийн хангамжийн хүртээмж гэсэн үзүүлэлт (sanitation) зэрэг хувьсагчийг энэхүү судалгаанд ашигласан болно.

3.4. Загварын тавил

Энэхүү судалгаанд Ньютоны таталцлын онолд суурилсан Таталцлын загварыг ашиглав. Ньютоны таталцлын онолын үзэл баримтлалаар 2 объектын хоорондох таталцлын хүч нь тэдгээрийн масс тус бүртэй шууд хамааралтай, харин тэдгээрийн хоорондох зайны квадраттай урвуу хамааралтай байна гэж үздэг.

Таталцлын загвар (Gravity model) -ыг олон улсын худалдаанд өргөн ашигладаг. Сүүлийн 10 гаруй жилд Таталцлын загварыг ашиглаж, олон судалгааны ажлууд хийгдсэн байна. Таталцлын загвар нь онолын үндэслэл сайтай учраас судлаачид өргөн ашигладаг байна. Олон улсын худалдаанд энэхүү загварыг ашиглахдаа онолын үзэл баримтлалын нэгэн адилаар 2 объектын масс нь худалдаа хийж буй орнуудын хоорондын хоёр талын худалдааны урсгал болж, массуудын хоорондох зай нь улс орнуудын хоорондын зай болдог. Тухайлбал, экспортын орлого нь худалдаанд оролцогч улс орнуудын ДНБ-тэй эерэг, улс хоорондын зайтай сөрөг хамааралтай байдаг гэж онолын хувьд үздэг.

Судлагдсан байдлаас харахад Ньютоны таталцлын онолд суурилсан Таталцлын загварыг гадаад худалдаанаас гадна бусад салбарт ч мөн ашиглаж байна. Тухайлбал, гадаадын жуулчдын эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлсийн шинжилгээнд энэ загварыг ашигласан судалгаанууд байна. Таталцлын онолын үзэл баримтлалын дагуу гадаадын жуулчдын эрэлтэд улс орнуудын ДНБ болон нэг хүнд ногдох ДНБ эерэг, харин улс хоорондын зай болон худалдааны зардал /тээврийн зардал/ нь сөрөг хамааралтай байхаар таамаглаж, шинжилгээ хийдэг.

Таталцлын загварын хувьд сонирхож байгаа нэмэлт хувьсагчдыг загварт оруулж, шинжилгээ хийж болдог нь давуу талтай байдаг. Энэ судалгааны хувьд гадаадын жуулчдын тоо, улс орнуудын нэг хүнд ногдох ДНБ болон улс хоорондын зай зэрэг хувьсагч нь Таталцлын загварын үндсэн хувьсагчид юм. Таталцлын загварын нэмэлт хувьсагчдад ариун цэврийн байгууламжийн хүртээмж, худалдан авах чадварын парети, жуулчлагч орны монголд оруулсан гадаадын шууд хөрөнгө оруулалт, тухай улсын аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индекс, гадаадын жуулчны зардал болон хиллэдэг эсэх зэрэг хувьсагчид хамаарч байна. Эдийн засгийн масс болон хоорондын зай эсхүл тээврийн зардал нь Таталцлын загварын үндсэн хувьсагчид, харин бодлогын хувьсагчид нь судлаачийн сонирхож буй нэмэлт хувьсагчид болдог.

ESCAP байгууллагаас улс орнуудын хоорондын худалдааны зардлын талаарх ойлголтыг нэмэгдүүлэх зорилгоор 2010 оноос эхлэн хоёр талын худалдааны зардлын мэдээллийн санг боловсруулах ажлыг эхлүүлжээ. Novy (2012)-ийн боловсруулсан худалдааны зардлын хэмжүүр нь микро онолд үндэслэсэн, макро эдийн засгийн өгөгдөл ашиглан тооцоолсон, худалдааг хөнгөвчлөх гүйцэтгэлийн үзүүлэлтүүдийг хамарсан хэмжүүр юм. Дэлхийн 100 орчим орны худалдааны зардлын тооцоог гаргаж өгчээ. Одоогийн хувилбарт 1995-2022 он хүртэлх 180 гаруй орны мэдээллийг багтаасан байна. Таталцлын загварт лог-лог (log-log) функциональ хэлбэрийг ашиглалаа. Энэ хэлбэрийн хувьд давуу тал нь гетероскедастикийг бууруулах, хувьсагчдын мэдрэмжийг тооцоолохоос гадна бодлогын нэмэлт хувьсагчдыг оруулах боломжтой юм.

Гадаадын жуулчдын Монголд аялах эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлсийг шинжлэхийн тулд таталцлын загварыг дараах log-log хэлбэрээр ашиглав.

Таталцлын загварын log-log хэлбэр:

$$\log(TA_{ij}) = \beta_0 + \beta_1 \log(Y_i) + \beta_2 \log(Y_j) + \beta_3 \log(D_{ij}) + \beta_4 \log(PV_{ij}) + u_{ij} \quad [1]$$

TA_{ij} - j улсаас i улсад аялах гадаадын жуулчдын тоо,

Y_i ба Y_j - i ба j орнуудын ДНБ, нэг хүнд ногдох ДНБ-ээр хэмжигдэх эдийн засгийн масс,

D_{ij} нь i ба j улсын хоорондох зай

Trade cost_{ij}- Улс хоорондын тээврийн зардлыг шингээсэн худалдааны зардал

PV_{ij} - гадаадын жуулчдын эрэлтэд нөлөөлөх боломжтой бодлогын нэмэлт хувьсагч.

Энэ судалгааны гол асуулт нь Монголд аялах гадаадын жуулчдын эрэлтэд ямар хүчин зүйлс нөлөөлж байна вэ гэдэг асуултад хариулт өгөхөд энэхүү судалгааны зорилго оршино.

Энэхүү асуултад хариулахын тулд Таталцлын загварт үндсэн хувьсагчдаас гадна дараах бодлогын нэмэлт хувьсагчуудыг оруулж, тооцоолол хийсэн болно. Гадаадын жуулчдын эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлсийн шинжилгээ хийхдээ 2 төрлийн загварыг ашиглав. Таталцлын загварыг ашиглахдаа улсад улс орнуудын хоорондох газар зүйн зайгаар эсхүл улс хоорондох худалдааны зардлаар нь тооцоолдог. Энэ судалгаанд газар зүйн зай болон худалдааны зардалтай гэсэн дараах 2 регрессийн тэгшитгэлийг ашиглалаа.

Гадаадын жуулчдын эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлсийн шинжилгээний загвар:

Регрессийн тэгшитгэл 1: Зайн хувьсагчтай Таталцлын загвар

$$\log TA_{ij} = \beta_0 + \beta_1 \log(GDPPC_i) + \beta_2 \log(GDPPC_j) + \beta_3 \log(\text{Distance}) + \beta_4 \log(PPP_{ij}) + \beta_5 \log(INFRA_i) + \beta_6 \log(COST_{ij}) + \beta_7 \log(FDI_{ij}) + \beta_8 \log(TTCI_{ij}) + \beta_9 \log(BORDER) + u_{ij} \quad [2]$$

Регрессийн тэгшитгэл 2: Тээврийн зардлын хувьсагчтай Таталцлын загвар

$$\log TA_{ij} = \beta_0 + \beta_1 \log(GDPPC_i) + \beta_2 \log(GDPPC_j) + \beta_3 \log(\text{Trade cost}_{ij}) + \beta_4 \log(PPP_{ij}) + \beta_5 \log(INFRA_i) + \beta_6 \log(COST_{ij}) + \beta_7 \log(FDI_{ij}) + \beta_8 \log(TTCI_{ij}) + \beta_9 \log(BORDER) + u_{ij} \quad [3]$$

Загварт нэмэлтээр оруулсан бодлогын хувьсагчдын хувьд:

PPP_{ij} – худалдан авах чадварын парети

$INFRA_i$ – улс орнуудын ариун цэврийн байгууламжийн хүртээмжийн хувь

$COST_{ij}$ – Монголд аялж буй гадаадын нэг жуулчнаас газар дундаж зардал

FDI_{ij} – Монголд оруулсан гадаадын шууд хөрөнгө оруулалт

$TTCI$ – олон улсын аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индекс

Border – Монгол Улстай хиллэдэг эсэх дамми хувьсагч

Үндсэн тайлбарлагч хувьсагчдад Монгол Улсад аялсан гадаадын жуулчдын тоо буюу эрэлт, Монгол Улс болон аялагч улсуудын нэг хүнд ногдох ДНБ болон зай, эсхүл тээврийн зардал зэрэг багтана. Бодлогын нэмэлт хувьсагчдад худалдан авах чадварын паретийн харьцаа, Монгол Улс дахь нэг гадаадын жуулчны гарах зардал, монголын цэврийн байгууламжийн хүртээмж, Монголд оруулсан гадаадын шууд хөрөнгө оруулалт, олон улсын аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индекс болон хиллэдэг эсэх дамми хувьсагч багтаж байна. Монгол Улсын ариун цэврийн байгууламжийн хүртээмжийн хувь нь 2000 онд 44.2 хувьтай байсан бол 2023 онд 70.0 хувьтай гарсан байна. Ариун цэврийн байгууламжийн дэд бүтцийг сайжруулах нь жуулчдыг татах нэг нөхцөл гэж үздэг.

3.5. Судалгааны өгөгдөл

Дэлхийн ихэнх орноос монголд аялахаар гадаадын жуулчид ирдэг байна. 2023 оны байдлаар Монголд аялсан нийт гадаадын жуулчдын 82.4 хувийг ОХУ, БНСУ, БНХАУ, Япон болон Герман зэрэг 5 улсын иргэд эзэлж байна. Энэ судалгаанд Монгол Улсад тогтмол аялдаг, тэргүүлэх 27 орныг сонгосон. Эдгээр улсад ОХУ, БНСУ, БНХАУ, Япон, Герман, Франц, АНУ, Их Британи, Австрали, Австри, Бельги, Беларус, Канад, Итали, Хятадын Хонконг, Чех, Энэтхэг, Израйл, Казакстан, Киргиз, Сингапур, Испани, Швед, Нидерланд, Польш, Швейцар, Турк зэрэг 27 улс багтаж байна. Эдгээр улс нь Монголд аялсан нийт гадаадын жуулчдын 96.4 хувийг эзэлж байна.

Дэлхийн банк, Монгол Улсын Үндэсний статистикийн хороо, НҮБ-ийн дэргэдэх Дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллагын мэдээллийн санд байгаа хоёрдогч мэдээллийн эх үүсвэрийг ашиглан өгөгдлөө цуглуулсан болно.

Судалгаанд ашиглаж байгаа өгөгдлийн тодорхойлолт, эх сурвалжийг хүснэгт 5-д тайлбарлав.

Хүснэгт 5. Өгөгдлийн тодорхойлолт ба эх сурвалж

Хувьсагч тэмдэглэгээ	Хувьсагчдын нэр	Тодорхойлолт	Хэмжигдэхүүн	Эх сурвалж
Taij	Гадаад жуулчдын тоо	Монголд аялах гадаадын жуулчдын тоо (2000-2023)	Жуулчны тоо, мянган хүн	Монгол улсын YCX
GDPPC_i	Монголын нэг хүнд ногдох ДНБ	Монгол Улсын нэг хүнд ногдох бодит Дотоодын нийт бүтээгдэхүүн (2000-2023)	Сая ам.доллар, 2015 оны зэрэгцүүлсэн үнээр тооцсон	Дэлхийн банк (WB)
GDPPC_j	Гадаадын жуулчны амьдардаг улсын нэг хүнд ногдох ДНБ	Гадаад жуулчны оршин суугаа улсын нэг хүнд ногдох бодит Дотоодын нийт бүтээгдэхүүн (2000-2023)	Сая ам.доллар, 2015 оны зэрэгцүүлсэн үнээр тооцсон	Дэлхийн банк (WB)
Distance	Улс хоорондын зай	Монгол Улс болон бусад улсуудын газарзүйн зайгаар тодорхойлсон	Километр	CEPII, http://www.cepii.fr/anglaisgraph/bdd/distances.htm
PPPij	Худалдан авах чадварын паретийн харьцаа	Худалдан авах чадварын парети үзүүлэлтийг ашигласан. Монголын ХАЧП-ийг бусад улсын ХАЧП-тай харьцуулсан харьцаа (2000-2023)	ХАЧП-ийн үзүүлэлт, индекс	Дэлхийн банк (WB)
Border	Хиллэдэг эсэх	Дамми хувьсагч	Монгол Улстай хиллэдэг бол 1, хиллэдэггүй бол 0 утга авна	CEPII, http://www.cepii.fr/anglaisgraph/bdd/distances.htm
Infra_i	Монголын ариун цэврийн байгууламжийн хүртээмж	Ариун цэврийн байгууламжийн хүртээмжийн хүн амд эзлэх хувь (2000-2023)	Хүн амд эзлэх хувь	Дэлхийн банк (WB)
Cost_ij	Нэг жуулчны дундаж зардал	Монголд аялсан гадаад жуулчдаас олсон орлогыг жуулчдын тоонд харьцуулан улс тус бүрээр тооцсон (2000-2023)	Мянган ам.доллар	МУ-ын YCX, Дэлхийн аялал жуулчлалын байгууллага (UNWTO)
FDI	Гадаадын хөрөнгө оруулалт	Гадаадын хөрөнгө оруулалт (2005-2023)	Сая ам.доллар	Монгол улсын YCX

TTCI	Олон улсын аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индекс	Олон улсын аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индекс (2007-2023)	Индекс	2007-2023 оны World Economic Forum -аас нийтэлсэн тайлан
TC	Тээврийн зардал	Тээврийн зардал (2000-2022)	Тооцоолол	https://www.unescap.org/resources/escap-world-bank-trade-cost-database

4. СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

Гадаадын жуулчдын Монгол Улсад аялах эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлст шинжилгээ хийхдээ Таталцлын загварыг ашигласан бөгөөд улс хоорондын зайн хувьсагчтай таталцлын загвар (тэгшитгэл 2), тээврийн зардал хувьсагчтай таталцлын загвар (тэгшитгэл 3)-ыг тус тус үнэллээ. Таталцлын загварыг ашиглахдаа улс хоорондын зайн, эсхүл тээврийн зардалын хувьсагчийг тус тусад нь ашигладаг талаар өмнө дурдсан билээ.

А.Зайн хувьсагчидтай таталцлын загварын үр дүн:

Зайн хувьсагчидтай таталцлын загварын хувьд загвар 1, 2 ба 3 загвар (хүснэгт 6-г харна уу)-аар үнэлгээ хийлээ. Загвар 1 нь таталцлын загварын үндсэн хувьсагч болох Монголын болон аялагч орны нэг хүнд ногдох ДНБ болон зайн хоорондын хамаарлыг шинжлэв. Загвар 2 нь таталцлын үндсэн загвар дээр хиллэдэг эсэх дамми хувьсагчийг оруулж тооцлоо. Загвар 3-ын хувьд бүх хувьсагчийг оруулж, регрессийн шинжилгээ хийв.

Зайн хувьсагчтай таталцлын загварын үнэлгээний үр дүнг авч үзэхэд,

Загвар 1-ын регрессийн шинжилгээний үр дүнгээс харахад таталцлын загварын таамаглал, үзэл баримтлалын дагуу Монголын нэг хүнд ногдох ДНБ болон аялагч орны нэг хүнд ногдох ДНБ нь монголд аялах гадаад жуулчдын эрэлтэд эерэг хамааралтай, харин улс хоорондын зай нь сөрөг хамааралтай гарсан ба энэ үр дүн нь Таталцлын онолын үзэл баримтлалд нийцэж байна. Гэхдээ Монголын нэг хүнд ногдох ДНБ-ий хэмжээ болон гадаадын жуулчдын эрэлт хооронд хамаарал харагдахгүй байна. Аялагч орны нэг хүнд ногдох орлого болон улс хоорондын зайн үзүүлэлтүүд статистикийн хувьд ач холбогдолтой гарч байна. Өөрөөр хэлбэл, эдгээр үзүүлэлтээр гадаадын жуулчдын Монголд аялах эрэлтийн нөлөөллийг тайлбарлах боломжтой юм. Аялагч орны нэг хүнд ногдох ДНБ-ий хэмжээ нь гадаадын жуулчдын эрэлтэд эерэг нөлөөлөлтэй, харин улс хоорондын зай буюу аялагч орны Монгол Улсаас алслагдсан байдал нь гадаадын жуулчдын эрэлтэд сөрөг нөлөөлөлтэй байна. Энэхүү загварын тооцооллын үр дүнгийн талаар доорх тайлбарыг хийлээ. Үүнд:

- Аялагч орны нэг хүнд ногдох орлого нэмэгдэх нь Монголд аялах гадаадын жуулчдын эрэлтийг нэмэгдүүлж байна. Тухайлбал, аялагч орны нэг хүнд ногдох бодит ДНБ-ий хэмжээ 1 хувиар өсөхөд Монгол Улсад аялах сонирхолтой гадаадын жуулчдын тоо 0.7 хувиар нэмэгдэхээр байна.
- Монгол Улсаас аялагч орны зай алслагдах тусам гадаадын жуулчдын Монголд аялах эрэлтийн хэмжээ 2.38 хувиар буурахаар байна.

Загвар 2-ын хувьд өмнөх загвар дээр хиллэдэг эсэх дамми хувьсагчийг нэмж оруулан үнэлгээ хийхэд статистикийн хувьд ач холбогдолтой, эерэг хамааралтай үр дүн гарсан байна. Өөрөөр хэлбэл, Монгол Улстай хиллэдэг бол гадаад жуулчдын тоо нэмэгдэх боломжтой байна гэсэн дүгнэлтийг өгөх боломжтой юм.

Загвар 3-ын хувьд бүх хувьсагчдыг таталцлын загварт оруулж тооцоолсон болно. Загварын үнэлгээний үр дүнгээр Монголын болон аялагч орны нэг хүнд ногдох орлого, худалдан авах чадварын паретийн харьцаа, Монголын ариун цэврийн байгууламжийн хүртээмж зэрэг үзүүлэлтүүд нь статистикийн хувьд ач холбогдолгүй гарч байна. Харин улс хоорондын зай, хиллэдэг эсэх байдал, гадаадын нэг жуулчнаас гарах зардал болон аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индекс зэрэг үзүүлэлтүүд статистикийн хувьд ач холбогдолтой гарсан төдийгүй загварын тайлбарлах чадвар буюу R^2 нь сайжирсан байна.

Б.Тээврийн зардал хувьсагчидтай таталцлын загварын үр дүн:

Тээврийн зардал хувьсагчидтай таталцлын загварын хувьд загвар 4, 5 ба 6 загвар (хүснэгт 6-г харна уу)-аар үнэлгээ хийлээ. Загвар 4 нь таталцлын загварын үндсэн хувьсагч болох Монголын болон аялагч орны нэг хүнд ногдох ДНБ болон тээврийн зардлын (зайн хувьсагчийг төлөөлж) хоорондын хамаарлыг шинжлэв. Загвар 2-той адилаар загвар 4 нь таталцлын үндсэн загвар дээр хиллэдэг эсэх дамми хувьсагчийг оруулж тооцлоо. Загвар 3-ын адил, загвар 6-д бүх хувьсагчийг таталцлын загварт оруулан регрессийн шинжилгээ хийв.

Тээврийн зардал хувьсагчтай таталцлын загварын үнэлгээний үр дүнгийн талаар авч үзвэл:

Загвар 4-ийн регрессийн шинжилгээний үр дүнгээс харахад таталцлын загварын үзэл баримтлалын дагуу Монголын нэг хүнд ногдох ДНБ болон аялагч орны нэг хүнд ногдох ДНБ нь Монголд аялах гадаад жуулчдын эрэлтэд эерэг хамааралтай, харин тээврийн зардал хувьсагч нь сөрөг хамааралтай үр дүн гарлаа. Монголын нэг хүнд ногдох орлого ба гадаад жуулчдын эрэлтийн хооронд статистикийн хувьд ач холбогдолтой, эерэг хамааралтай, мөн гадаадын жуулчдын эрэлт болон улс хоорондын тээврийн зардын хооронд сөрөл хамааралтай, статистикийн ач холбогдолтой үзүүлэлтүүд гарчээ. Харин Энэ загвараар аялагч орны нэг хүнд ногдох ДНБ-ий хэмжээ болон гадаадын жуулчдын эрэлт хооронд хамаарал байна. Монголын нэг хүнд ногдох ДНБ-ий хэмжээ нь гадаадын жуулчдын эрэлтэд эерэг нөлөөлөлтэй, харин улс хоорондын тээврийн зардал гадаадын жуулчдын эрэлтэд сөрөг нөлөөлөлтэй байна. Энэхүү загварын тооцооллын үр дүнгийн талаар доорх тайлбарыг хийв. Үүнд:

- Монголын нэг хүнд ногдох орлого нэмэгдэх нь Монголд аялах гадаадын жуулчдын эрэлтийг нэмэгдүүлж байна. Тухайлбал, аялагч орны нэг хүнд ногдох бодит ДНБ-ий хэмжээ 1 хувиар өсөхөд Монгол Улсад аялах сонирхолтой гадаадын жуулчдын тоо 0.39 хувиар нэмэгдэхээр байна.
- Монгол Улсаас аялагч орны зай алслагдах тусам гадаадын жуулчдын Монголд аялах эрэлтийн хэмжээ 3.02 хувиар буурахаар байна.

Загвар 5- д хиллэдэг эсэх дамми хувьсагчийг оруулж үнэлгээ хийхэд, загвар 2-ын адил статистикийн хувьд ач холбогдолтой, эерэг хамааралтай үр дүн гарсан байна. Өөрөөр хэлбэл, Монгол Улстай хиллэдэг бол гадаад жуулчдын тоо нэмэгдэх боломжтой байна гэсэн дүгнэлтийг өгөх боломжтой юм.

Загвар 6-ын үнэлгээний үр дүнгээр Монголын болон аялагч орны нэг хүнд ногдох орлого, гадаадын нэг жуулчнаас гарах зардал, худалдан авах чадварын паретийн харьцаа, Монголын ариун цэврийн байгууламжийн хүртээмж зэрэг үзүүлэлтүүд нь статистикийн хувьд ач холбогдолгүй гарсан байна. Харин улс хоорондын тээврийн зардал, хиллэдэг эсэх байдал, аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индекс болон Монгол оруулсан гадаадын шууд хөрөнгө оруулалт зэрэг үзүүлэлтүүд статистикийн хувьд ач холбогдолтой гарсан төдийгүй загварын тайлбарлах чадвар буюу R^2 нь сайжирсан үзүүлэлттэй байна.

Хүснэгт 6. Регрессийн шинжилгээний үр дүн, загвараар /улс хоорондох зайтай загвар/

Хувьсагч / загварууд	Гадаадын жуулчдын эрэлт					
	Зайн хувьсагчтай таталцлын загвар (with distance)			Тээврийн зардал хувьсагчтай татал-ын загвар (with trade cost)		
	Загвар 1	Загвар 2	Загвар 3	Загвар 4	Загвар 5	Загвар 6
Монголын нэг хүнд ногдох ДНБ	0.11	0.16	-0.19	0.39**	0.32**	-0.83
Аялагч орны нэг хүнд ногдох ДНБ	0.71**	0.59**	-0.48	0.02	0.25**	-0.95
Улс хоорондох зай	-2.38**	-1.20**	-1.40**	-	-	-
Тээврийн зардал	-	-	-	-3.02**	-1.78**	-1.76**
Хиллэдэг эсэх дамми хувьсагч		3.08**	1.48**		3.00**	1.66**
Гадаадын нэг жуулчнаас гарах зардал			-0.74**			-0.55
Худалдан авах чадварын паретийн харьцаа			-0.35			0.36
Монголын ариун цэвийн байгууламжийн хангамжийн хүртээмж			-2.04			2.71
Аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индекс			6.77**			6.48**
Монголд оруулсан гадаадын шууд хөрөнгө оруулалт			0.06			0.15**
Тогтмол тоо	19.92**	10.45**	29.64**	20.83**	12.18**	14.62**
R^2	0.334	0.438	0.541	0.368	0.494	0.548
Өгөгдлийн тоо	648	648	289	599	599	274

Тайлбар: Судлаачийн тооцоолол

Статистикийн ач холбогдолын тэмдэглэгээ: ** $p < 0.01$; * $p < 0.05$

Зайн хувьсагчтай таталцлын загвар болон тээврийн зардал хувьсагчтай таталцлын загваруудын хувьд улсын хоорондох газар зүйн зай болон тээврийн зардал, Монгол Улстай хиллэдэг эсэх дамми хувьсагч, аялал жуулчлалын өрсөлдөх чадварын индекс зэрэг үзүүлэлт нийтлэг, адилхан үр дүнгүүд гарч байгаа нь онцлог байна. Улс орны хоорондох зай алслах тусам гадаад жуулчдын тоо буурах, Монгол оронтой хиллэдэг бол гадаад жуулчдын тоо нэмэгдэх, олон улсын аялал жуулчлалын салбарын өрсөлдөх чадварын индекс сайжирч байгаа бол гадаадын жуулчдыг тоо өсөх хандлагатай байгаа нь судалгааны үр дүнгээс ажиглагдаж байна. Үүнээс гадна зарим загварын хувьд Монголын болон аялагч орны нэг хүнд ногдох орлого, гадаадын шууд хөрөнгө оруулалт болон гадаадын нэг жуулчнаас гарах зардал нөлөөлөх магадлалтай байна.

Ү. САНАЛ, ДҮГНЭЛТ

1. Гадаадын жуулчдын Монгол Улсад аялах эрэлтэд нөлөөлөх хүчин зүйлсийн шинжилгээг хийх зорилгоор 2000-2023 оны хугацааны тэргүүлэх жуулчлагч 27 орны панел өгөгдөлтэй Таталцлын загварыг ашиглан регрессийн шинжилгээ хийв. Регрессийн шинжилгээний үр дүнгээр гадаадын жуулчдын Монголд аялах эрэлтэд аялагч орны нэг хүнд ногдох ДНБ, Монгол оронтой хиллэдэг эсэх байдал, гадаадын нэг жуулчнаас гарах зардал зэрэг үзүүлэлтүүд нь эерэг, харин улс хоорондын зай, эсхүл тээврийн зардал сөрөг хамааралтай гарсан байна.

- Монгол Улсаас алслагдсан улс орнуудын жуулчдыг татахын тулд онгоцны тээврийн зардлыг хөнгөлөхөд чиглэсэн маркетингийн арга хэмжээ авах,

- Монгол Улстай хиллэдэг улс орнуудын хувьд хил орчмын худалдаа, аялал жуулчлалыг хөгжүүлэх, ижил түүх, соёлтой гадаад иргэдэд зориулан түүхэн аялал жуулчлалыг зохион байгуулах,

- Гадаадын жуулчдад үзүүлэх үйлчилгээгээ сайжруулж, аялал жуулчлалын салбарт оруулах гадаад, дотоодын хөрөнгө оруулалтыг татах замаар үйлчилгээний чанар, хүртээмжийг нэмэгдүүлж, нэгжийн зардлыг бууруулах зэрэг арга хэмжээг авах шаардлагатай байгаа нь судалгааны үр дүнгээс ажиглагдаж байна.

2. Монгол Улс нь “амралт зугаалгын бус нөөц”, “соёлын нөөц”, “газрын болон боомтын дэд бүтэц”, “агаарын тээвэр”, “жуулчны үйлчилгээний дэд бүтэц”, “төрийн бодлогын нээлттэй байдал” болон “аялал жуулчлалын эрэлтийн тогтвортой байдал” зэрэг үзүүлэлтээр “хангалтгүй” гэсэн үнэлгээ авсан байна. Үнэлгээгээ сайжруулахын тулд дараах арга хэмжээг авах нь зүйтэй байна. Үүнд:

- Спорт аялал, соёл, урлагийн аялал, уламжлал анагаах ухаан, шашин, мөргөл, эртний төрт улсуудын түүхэн хөгжил, экологийн болон археологийн олдвортой холбоотой сургалт, семинар, үзэсгэлэн, танилцуулах аяллыг зохион байгуулах, хосолсон аяллын үйлчилгээг бүтээж, санал болгох;
- Гадаадын жуулчдын Монголд аялах хугацаанд шаардлагатай төрийн үйлчилгээгээр шуурхай хангадаг байх;
- Монголын уламжлал, нүүдэлчин соёл, ахуй, түүнтэй холбоотой урлаг, спорт, гар урлал, хоол үйлдвэрлэлийн чиглэлээрх цогц судалгааг хийх, гадаадын жуулчдын сонирхлыг татах шинэ бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг аяллын хугацаанд санал болгох;
- Аялал жуулчлалын дэд бүтцийг төрөлжүүлэн хөгжүүлэх, ариун цэврийн байгууламж, цахилгаан хангамж, цэвэр усны хангамж, зам, холбоо харилцааны дэд бүтцийг сайжруулах;
- Аялал жуулчлалын шинэ маршрутыг бий болгох, аялал, амралт, зугаалгын шинэ бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг санал болгох, тоо хэмжээ, чанар, хүртээмжийг сайжруулах;
- Аяллын компаниуд соёл, урлаг, шинжлэх ухааны байгууллагуудтай хамтран хил орчмын худалдаа, аялал жуулчлалыг хөгжүүлэхэд анхаарах;
- Хилийн боомт, агаарын тээврийн үйлчилгээний хүртээмжийг нэмэгдүүлэх, онгоцны тасалбарын үнийг бууруулах цогц маркетингийн арга хэмжээг авиа компаниуд аялал жуулчлалын чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулж байгаа аж ахуй нэгжтэй хамтран зохион байгуулах;

- Жуулчин төвтэй аялал жуулчлал”-ын үйлчилгээг бий болгох, өмнөх жуулчидтай эргэх холбоотой байх, шинэ бүтээгдэхүүн үйлчилгээг санал болгох;
- Бүсчилсэн хөгжлийн бодлоготой уялдуулан аялал жуулчлалын төрөлсөн бүсүүдийг хөгжүүлэх зэрэг болно.

3. Гадаадын 40 гаруй орноос жуулчид Монгол Улсад тогтмол аялдаг байна. Монгол Улсын Засгийн газраас “Go Mongolia” арга хэмжээг амжилттай хэрэгжүүлсний үр дүнд БНСУ, Тайвань, Сингапур, Хонгконг, БНХАУ, Япон зэрэг азийн улсууд, Казакстан, Киргиз, Испани, Итали, Недарланд, Белги зэрэг европын улсаас ирсэн жуулчдын тоо нэмэгдсэн байна. Цаашид “Go Mongolia” арга хэмжээ, түүнтэй адил сурталчлах ажлуудыг нүүдэлчин соёлтой уялдуулан хөгжүүлэх шаардлагатай байна.

4. Цаашид аялал жуулчлалын салбарын ажиллагсдын тоог нэмэгдүүлэх, мэргэжлийн ур чадвар, үйлчилгээний стандартад сургаж мэргэшүүлэх, олон улсын сайн туршлагыг судлах, хэрэгжүүлэх зэрэг ажлуудыг хийх нь зүйтэй байна.

5. Монгол Улсын олон улсын аялал жуулчлалын салбарын өрсөлдөх чадварын үзүүлэлтүүдийг тасралтгүй сайжруулахад төр, засгаас анхаарч ажиллах чухал байна. Гадаадын жуулчлын хувьд аялал жуулчлалын салбарын өрсөлдөх чадварын үзүүлэлтүүдийг судалж, аялах орноо сонгох магадлал өндөр байна.

6. Аялал жуулчлалын салбарын хөгжлийн KPI үзүүлэлтүүдийг оновчтой тогтоож, улс, орон нутаг, төр, хувийн хэвшлийн хөрөнгө оруулалт болон гадаадын зээл, тусламжийг аялал жуулчлалын салбарт тэргүүн ээлжинд хуваарилж, түүнийг үр дүнтэй, үр өгөөжтэй байхаар ашиглахад чиглэн ажиллах шаардлагатай байна.

VI. НОМЗҮЙ

- Ismaiel Ali Ismaiel, M., Zhou, D., Shawky Eladawy, R., El-Rasoul, A. A. E. Y. A., Tawfik Yousef Alkhateeb, T., Ali Ahmed Abdullah, T., & Mahmood, H. (2023). Determinants and Potential of Trade Using the Gravity Model Approach: Empirical Evidence of Egyptian Rice Crop. Complexity, 2023. <https://doi.org/10.1155/2023/4791707>
- Nafisah, F., & Naser Daulay, A. (n.d.). Analysis of The Influence of Agro-Tourism on The Socio-Economy of The Community in Islamic Perception A R T I C L E I N F O.
- Nu Minh, P. L. E. (2024). Is vietnam’s tourism demand model compatible with the extended gravity model? Geojournal of Tourism and Geosites , 54, 784–793. <https://doi.org/10.30892/gtg.542spl02-1253>
- Puah, C.-H., Jong, M.-C., Ayob, N., & Ismail, S. (2018). The Impact of Tourism on the Local Economy in Malaysia. International Journal of Business and Management, 13(12), 151. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n12p151>
- Sekreter, M. S., Mert, M., & Cetin, M. K. (2025). The Impact of Tourism on the Resilience of the Turkish Economy: An Asymmetric Approach. Sustainability (Switzerland), 17(2). <https://doi.org/10.3390/su17020591>

Singagerda, F. S., Desfiandi, A., & Marantika, E. R. (2023). The Gravity Model of Indonesian Tourism Trade and Investment. *ETIKONOMI*, 22(1), 143–154.

<https://doi.org/10.15408/etk.v22i1.25222>

Travel & Tourism Development Index 2024 M A Y 2 0 2 4. (2024). World Economic Forum

Wardani, D. T. K., & Handayani, N. S. A. (2020). The Determinants of Foreign Tourism Demand to Indonesia: Gravity Model Approach. 224–229.

<https://doi.org/10.5220/0009867602240229>

Zhao, J., & Omar, S. I. (2024). Analysis on spatial-temporal difference evolution of regional tourism economy in Sichuan Province. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-4470344/v1>

Zhu, B., Wang, C. C., & Hung, C. Y. (2024b). Environmental, Geographical, and Economic Impacts of Inbound Tourism in China: A Mixed-Effects Gravity Model Approach. *Sustainability (Switzerland)*, 16(15). <https://doi.org/10.3390/su16156671>

Аялал жуулчлалыг сэргээх стратеги төлөвлөгөө 2022-2024, 2023 он, Байгаль орчин, аялал жуулчлалын яам.

Аялал жуулчлалын тогтвортой хөгжлийн төлөвлөгөө 2014-2020, 2014 он, Соёл, спорт, аялал жуулчлалын яам, Аялал жуулчлалын тогтвортой хөгжлийн төв.

Аялал жуулчлалын тогтвортой хөгжлийн талаарх бодит мэдээ, мэдээлэл, тоо баримтыг цуглуулж, нөхцөл байдлыг нэгтгэн дүгнэх судалгаа 2021 он. Японы Олон Улсын Хамтын Ажиллагааны Байгууллага (ЖАЙКА).

<https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators#>

<https://www.unwto.org/tourism-statistics>

<https://1212.mn/mn/statistic/statcate/573068/table/573068>