МАНДАХ
ИХ СУРГУУЛЬ

МАНДАХ ЭРДЭМ

ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ СЭТГҮҮЛ

ISSN:2663-256X

2023/10

ISSN: 2663-256X

МАНДАХ ЭРДЭМ

ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ СЭТГҮҮЛ

Дугаар #10, 2023

ISSN: 2663-256X

MANDAKH RESEARCH

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL

2023/10

Сэтгүүлийн талаар санал, хүсэлтээ доорх хаягаар ирүүлнэ үү.

Мандах Их Сургууль,
Баянгол дүүрэг, 16-р хороо,
Амарсанаагийн гудамж 18/1, Улаанбаатар хот, Монгол,
Шуудангийн хаяг: УБ-16040, ш/х88,
7018-5950, 8911-8503
Цахим шуудан: journal@mandakh.edu.mn

Цахим хуудас: http://journal.mandakh.org

http://mandakh.edu.mn

Сэтгүүлийн зөвлөл

Эрхлэгч:	Г. Нанжид, профессор
Ерөнхий редактор:	Ч. Төрбадрах, Ph.D. дэд профессор
Нарийн бичгийн дарга:	А. Наранцэцэг, Ph.D. дэд профессор
Гишүүд:	Б. Цэцгээ, Sc.Ph.D. профессор
	Л. Энх-Амгалан, Ph.D. профессор
	Д. Бадарч, Ph.D. профессор
	С. Ганцэцэг, Ph.D. дэд профессор
	С. Цолмон, Ph.D. дэд профессор
	Г. Цагаач, Ph.D. дэд профессор
	Б. Оюунтунгалаг, Ph.D. дэд профессор
	Masaaki Aoki, Ph.D. профессор
	Jiang Ailin, Ph.D. профессор
	Andrii Kostryzhev, Ph.D. дэд профессор
	Wisuttorn Jitaree, Ph.D. дэд профессор
	Andre Eric Shimunek, Ph.D. дэд профессор

Агуулга

ХӨДӨЛМӨРИЙН ЗАРДАЛД АЖИЛ ХИЙДҮҮЛЭЛТ НӨЛӨӨЛӨХ НЬ (ХҮНСНИЙ СҮЛЖЭЭ ДЭЛГҮҮРИЙН ЖИШЭЭН ДЭЭР) **7**

АЖ АХУЙН НЭГЖИЙН САНХҮҮГИЙН ГҮЙЦЭТГЭЛИЙГ ӨГӨГДӨЛ ДУГТУЙЛАХ АРГЫГ АШИГЛАН ҮНЭЛЭХ НЬ **2**

МОНГОЛ ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЗАН ТӨЛӨВИЙН ОНЦЛОГИЙГ ТОДОРХОЙЛОХ НЬ (ОРГАНИК БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ЖИШЭЭН ДЭЭР) **2**

ИНФЛҮҮНСЭР МАРКЕТИНГИЙН ХУУЛЬ ЭРХ ЗҮЙН ЗОХИЦУУЛАЛТЫН ТУХАЙ (ЕВРОПЫН ХОЛБООНЫ УЛСУУДЫН ЖИШЭЭН ДЭЭР) **1**

ЭМИЙН САНГИЙН ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН ЗАН ТӨЛӨВИЙН СУДАЛГАА **12**

СУДАЛГААНЫ ҮНДЭСЛЭЛ 13

ASSESSING THE RELATIONSHIP BETWEEN THE BANKING SECTOR AND SOME SOCIAL INDICATORS IN MONGOLIA **27**

ШУВУУ ҮРГЭЭХ ТӨХӨӨРӨМЖИЙН КИНЕМАТИК ХЭМЖИГДЭХҮҮНИЙ ОНОЛЫН СУДАЛГАА **39**

ХОНИНЫ НООС ХЯРГАХ МАШИНЫ ТЕХНИК, ТЕХНОЛОГИЙН ЗАРИМ ҮЗҮҮЛЭЛТҮҮДИЙГ ТОГТООХ **50**

ХӨГЖЛИЙН БЭРХШЭЭЛТЭЙ ХҮНД ҮЗҮҮЛЭХ НИЙГМИЙН ХАЛАМЖ, ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ПАРАДИГМУУД, ЧИГ ХАНДЛАГА **60**

ХӨГЖЛИЙН БЭРХШЭЭЛТЭЙ ХҮНИЙ ОРОН БАЙРНЫ ЭРХИЙН ТАЛААРХ МОНИТОРИНГ **71**

Article info: Mandakh Research, 2023, Vol.10, BUS 1001

ХӨДӨЛМӨРИЙН ЗАРДАЛД АЖИЛ ХИЙДҮҮЛЭЛТ НӨЛӨӨЛӨХ НЬ (ХҮНСНИЙ СҮЛЖЭЭ ДЭЛГҮҮРИЙН ЖИШЭЭН ДЭЭР)

Б. Эрдэнэжаргал [1, a], А.Наранцэцэг [2,b], Ш.Цэцэгжаргал [3,c]

[1]Мандах их сургууль, НББ - Магистрант[Ma1]

[2]Мандах их сургууль, Ph.D. дэд профессор

[3]Мандах их сургууль, ахлах багш

[a]erdenejargalbatsaikhan@gmail.com

[b]narantsetseg@mandakh.edu.mn

[c]tsetsegjargal@mandakh.edu.mn

ХУРААНГУЙ

Ажил хийдүүлэлт гэдэг нь ажил дээрээ байгаа боловч бүтээмжгүй байх гэсэн ойлголт юм. Энэ үзэгдэл нь урт хугацаандаа ажил таслахаас ч илүү сөрөг үр дагавартай учраас байгууллагын удирдлагуудын анхаарлыг татаж байгаа. Тиймээс Хүнс ХХК-ийн жишээн дээр ажил хийдүүлэлт нь тухайн байгууллагын хөдөлмөрийн зардалд нөлөөтэй эсэхийг ажиглалтын болон асуулгын аргаар судалсан. Судалгааг хийхдээ ажиглалтын аргаар тодорхойлсон ажил хийдүүлэлтийн хувьсагчууд эргээд хөдөлмөрийн зардлын хэлбэлзэлд нөлөөлнө гэсэн таамаглал дэвшүүлсэн. Дэвшүүлсэн таамаглалаа батлахын тулд нийт худалдааны зөвлөх болон кассын албан тушаалтай 79-н ажилтнаас асуулгын аргаар судалгаа авч, үр дүнг SPSS статистик программын тусламжтай боловсруулан дүгнэлт гаргасан. Судалгааны үр дүнд таамаглалтын үл хамаарах хувьсагчид болох цайны цагийн хэтрэлт, ажлын цагаар чөлөө авах хэрэгцээ, ажлын байран дахь утасны хэрэглээ нь хөдөлмөрийн зардлын хэлбэлзэлд нөлөөлдөг гэдэг нь дэмжигдсэн. Судалгааны үр дүнг үндэслэн ажиглалтаар тодорхойлсон ач холбогдол бүхий хувьсагчдын нэг болох сард ногдох ажил хийдүүлэлтийн хугацаагаар хөдөлмөрийн зардалд нөлөөлөх нийт нөлөөллийг хамгийн бага түвшинд тооцон гаргасан.

Түлхүүр үг: Ажил хийдүүлэлт, Хөдөлмөрийн зардал, Цайны цагийн хэтрэлт, Утасны хэрэглээ, Чөлөө авах хэрэгцээ

ОРШИЛ

Аливаа бизнесийн гол зорилго нь үйл ажиллагааныхаа боломжит хэмжээнд ашгийг хамгийн өндөр байлгах явдал юм. Харин нөгөө талаараа бага зардлаар өндөр бүтээмж хүртэхийг хүсдэг. Тэгвэл орчин үеийн байгууллагын удирдлагуудын анхаарлыг татаж байгаа нэг ойлголт бол **ажил хийдүүлэлт** буюу ажил дээрээ байгаа боловч бүтээмжгүй байх гэсэн ойлголт юм. Энэ нь ажилдаа ирэхгүй байхаас ч илүү хөдөлмөрийн зардлын үр ашгийг бууруулах магадлалтай гэж сүүлийн үед үзэж байна. Энэ ойлголт одоогоор манай улсад гүнзгийрүүлэн судлагдаагүй байгаа учир энэ сэдвийг сонгон авч судлах болсон.

Судалгааны үндэслэл

Ажил хийдүүлэлт нь ажилдаа ирэхгүй байхаас ч илүү хөдөлмөрийн зардлын үр ашгийг бууруулах магадлалтай гэж сүүлийн үед үзэж байна. Энэ ойлголт одоогоор манай улсад гүнзгийрүүлэн судлагдаагүй байгаа учир энэ сэдвийг сонгон авч судлах болсон.

Судалгааны зорилго

Энэ судалгааны ажлын зорилго нь хүнсний сүлжээ дэлгүүрийн хувьд худалдааны зөвлөх гэсэн албан тушаал дээр ажил хийдүүлэлт байгаа эсэхийг тодорхойлох, цаашлаад ажил хийдүүлэлт нь байгууллагын зардалд хэрхэн нөлөөлөх талаар судлахад оршино.

Судалгааны зорилт

1. Ажиглалтын аргаар ажил хийдүүлэлтийг тодорхойлох
2. Тодорхойлсон ажил хийдүүлэлтийн хувьсагчуудад үндэслэн судалгааны загвар боловсруулах
3. Асуулгын судалгаа боловсруулж загварын таамаглалуудаа батлах
4. Судалгааны үр дүнд үндэслэн ажил хийдүүлэлт нь компанийн зардалд хэрхэн нөлөөлж байгааг тооцон гаргах

СУДЛАГДСАН БАЙДЛЫН СУДАЛГАА

Ажил хийдүүлэлт

Ажил хийдүүлэлт гэдэг нь ажилчид өвчин, гэмтэл, бусад нөхцөл байдлын улмаас ажлын байран дээрээ бүрэн ажиллахгүй байх үед үүсдэг бүтээмж бууралтыг хэлдэг. Ажилтан нь бие бялдрын хувьд ажил дээрээ байгаа хэдий ч үүргээ бүрэн гүйцэтгэж чадахгүй нөхцөл байдал үүсдэг. Хэдийгээр ажлаа таслаагүй ч гэсэн урт хугацаанд ажилчдын бүтээмж байнга буурч байгаа учир компанийн хувьд бодит утгаараа зардал илүү их байх болно гэж тооцоолсон. Энэ үед ажилтан чадах бүхнээ хийх боловч бие махбодын болон оюун санааны хувьд үүнийг хийх бэлтгэлгүй байдаг гэж үздэг. (Daniela Lohaus, Presenteeism: A review and research directions, 2018)

Ажилтны ажлын цагаараа гаргаж байгаа ажил хийдүүлэлт нь тухайн ажилтны болон байгууллагын гүйцэтгэлд хэрхэн нөлөөлж байгаа тухай. Үүнд ажлын орчин, байгууллагын зохион байгуулалтын бүтэц, хувь хүний зан чанар, эрүүл мэндийн байдал нь KPI-ийн үнэлгээнүүдээр дамжин ажилтны гүйцэтгэлд нөлөөлдөг. (R. Fernandes, Development and field testing of a multidimensional tool for benchmarking knowledge, 2019)

Бельгийн 21 дэлгүүрийн 415 ажилтнаас авсан асуулгын хүрээнд хийгдсэн. Ажил хийдүүлэлт нь байгууллагын гүйцэтгэлд нөлөөлдөг гэдэг таамаглалыг дэвшүүлсэн.

Ажил хийдүүлэлт нь сэргээгдэх /эрч хүч авах/ хэрэгцээ, ажилтны сэтгэл ханамжийн байдлаар дамжуулан байгууллагын хувьд харилцагчийн сэтгэл ханамж, агшилалтын түвшин/shrink rate/, ажил таслалт, бүтээмжид шууд болон шууд бусаар нөлөөлж байна гэсэн үр дүнг танилцуулсан. (Delobbe & Lauzier, 2015)

Ажил таслах үзэгдэл болон түүний нөлөөллийн талаар олон тооны судалгаа хийгдсээр байгаа бөгөөд түүний ажлын байранд болон байгууллагын зардалд үзүүлэх нөлөөллийг маш олон судалгааны үр дүнд нотлон гаргасаар байна. Нөгөө талаар бидний орхигдуулаад байсан нэг зүйл бол ажил хийдүүлэлт буюу ажил дээрээ байгаа боловч ямар нэгэн шалтгаанаар ажилдаа бүрэн анхаарахгүй, хийх ёстой үүрэгт ажлаа бүрэн дүүрэн хийхгүй, ажлын байрны тодорхойлолтод зааснаас өөр зүйл хийх, ажлын байраа эзгүй орхих гэх мэт үзэгдлийг саяхнаас эхлэн судалж байна. Энэ үзэгдэл нь ажил таслахаас ч илүүтэй тухайн байгууллагад хор хөнөөлтэй байх боломжтой гэсэн таамаглалыг дэвшүүлэн судалж байгаа.

Мөн энэ үзэгдлийг ямар улс орон хэзээнээс судалж эхэлсэн тухай энэ онолын судалгааны ажилд тусгасан байна. Ажил хийдүүлэлттэй холбоотой судалгааны ажлуудын онолыг нэгтгэн судалсан ба ажил хийдүүлэлт болон ажил таслалтыг бий болгодог хувьсагчдын хувь хүн, ажлын байр, байгууллагаас хамааруулан ангилж гаргаж ирсэн. Эдгээр хувьсагчууд нь ажил таслалт, ажил хийдүүлэлтээр дамжуулан байгууллага болоод хувь хүнд ямар үр дагавар авч ирдэг болохыг харуулсан бүдүүвчийг танилцуулсан. (Daniela Lohaus, Presenteeism: A review and research directions, 2018)

Хөдөлмөрийн зардал

Зардал гэдэг нь бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэхэд, үйлчилгээ үзүүлэхэд зарцуулагдаж байгаа хөрөнгө ба хөдөлмөрийн зарцуулалтын мөнгөөр илэрхийлсэн хэмжээ. (С.Өлзийбат, 2014)

Өртөг гэдэг нь тодорхой объектод хамаарах бүх зардлуудын мөнгөн илэрхийлэл. Зардлыг үйл ажиллагааны тодорхой объектод хамаатуулан тодорхой хугацаагаар зааглан хуримтлуулсныг өртөг гэнэ. (С.Өлзийбат, 2014)

Зардлын ангилал: Зардлын бүртгэлийг зөв хөтлөх, зардал өртгийн тухай мэдээллээр удирдлагыг хангах, зардлыг бодитойгоор төлөвлөж, түүгээр дамжуулан гүйцэтгэлд нь хяналт тавих зорилгоор зардлыг ангилдаг.

Хөдөлмөрийн зардал гэдэг нь аливаа нэг үйл ажиллагаа явуулахад хүний оруулсан хувь нэмэр бөгөөд ажиллах хүчний үнэ цэнэ юм. Хөдөлмөрийн зардал нь үндсэн 3 элементээс бүрдэнэ:

1. Үндсэн цалин хөлс буюу шууд хөдөлмөрийн зардал
2. Нэмэлт цалин хөлс буюу бус хөдөлмөрийн зардал
3. Хөдөлмөртэй холбогдох бусад зардал

Үндсэн цалин хөлс гэдэг нь гүйцэтгэсэн ажил, ажилласан цагт нь тооцож олгодог хөлс юм. Энэ цалин хөлсийг ажлын норм болон суурь үнэлгээгээр тооцож олгох бөгөөд үүнийг аж ахуйн нэгж бүр ажлын төрөл, үйл явц, түүний ангилал бүрээр тогтоож мөрдөнө.

Нэмэлт цалин хөлс гэдэг нь илүү цагийн хөлс, амралтын хөлс, амралт баяр ёслолын өдөр ажилласны хөлс, удаан жил ажилласны нэмэгдэл, ажлын үр дүнгээр олгох бүх төрлийн шагнал урамшуулал, ажлаас халагдсаны болон гэнэт чөлөөлөгдсөний тэтгэмж, бусад нэмэгдэл урамшууллаас бүрдэнэ.

Хөдөлмөртэй холбогдох бусад зардалд ажиллагсдын цалингаас тооцож байгууллага хариуцаж төлдөг бүх төрлийн нийгмийн даатгалын шимтгэл болон эрүүл мэндийн даатгалын шимтгэлийн зардал хамаарна. Хөдөлмөр ашиглалттай холбогдон гарч байгаа бусад зардлууд нь үйлдвэрлэлийн нэмэгдэл зардалын бусад шууд бус зардалд хамаарна. (С.Өлзийбат, 2014)

Шууд хөдөлмөрийн зардлын стандарт, түүний хэлбэлзэл:

Шууд хөдөлмөрийн зардлын нийт хэлбэлзлийг олохдоо гүйцэтгэлийн эквивалент бүтээгдэхүүнд ноогдох шууд хөдөлмөрийн стандарт зардлаас гүйцэтгэлийн шууд хөдөлмөрийн зардлыг хасна.

$$\text{ШХЗ хэлбэлзэл} = \text{Гүйцэтгэлд ногдох стандарт ШХЗ} - \text{Гүйцэтгэлээрх ШХЗ}$$

Томъёо 1 – Шууд хөдөлмөрийн зардалын хэлбэлзэл тооцох

СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

Хүнсний сүлжээ дэлгүүрийн хувьд худалдааны зөвлөх гэсэн албан тушаалыг бусад албан тушаалтай харьцуулахад тухайн хугацаанд, нэг статус дээр ижил үүрэг гүйцэтгэх зорилготой 2-4-н ажилтан нэгэн зэрэг ажилладаг гэсэн үндэслэлээр ажиглалтын судалгааны объект болгон сонгосон. Ажил хийдүүлэлтийг тодорхойлох зорилготой камерын систем ашиглан ажиглалтын судалгаа хийсэн. Ажиглалтын судалгааг хийхдээ ажил хийдүүлэлтийг хамгийн бага түвшинд тодорхойлохын тулд байгууллагын хамгийн туршлагатай, тогтвор суурьшилтай удаан ажилласан шилдэг ажилтныг сонгосон.

Ажил хийдүүлэлтийн судалгааг хийхийн тулд ажил хийдүүлэлтэнд байгууллагын үйл ажиллагааны бүтэц зохион байгуулалт нөлөөлдөг гэдгийг (R. Fernandes, Development and field testing of a multidimensional tool for benchmarking knowledge, 2019) судалгааны ажилд харуулсан байсан. Харин уг нөлөөллийг тодорхойлж болох хувьсагчдыг (Daniela Lohaus, Presenteeism: A review and research directions, 2018) онолын судалгааны ажилд нэгтгэн харуулснаас ажиглалтын судалгааны үр дүнд цагийн шаардлага /Time demand/ нь цайны цагийн хэтрэлт гэсэн үзүүлэлтээр, хяналтын систем /Having supervisory/ нь ажлын байран дахь гар утасны хэрэглээгээр, дур мэдэн үйлдэл хийх /Adjustment latitude/ нь зөвшөөрөлгүй ажлын байраа орхих, ажил үүргийн зөрчил /Role comffict/ гэсэн 4-н хувьсагчаар ажил хийдүүлэлт илэрч байгаа нь ажиглагдсан.

Ажиглалтын судалгаагаар тодорхойлогдсон ажил хийдүүлэлт нь ажиглалтын судалгааны үр дүнгийн хэсэгт дурдсанчлан онолын загварт тодорхойлсон. Тиймээс асуулгын судалгаагаа байгууллагын хүчин зүйлээс шалтгаалсан хувьсагчуудыг бусад

судалгааны ажлын асуулгаас өөрийн судалгааны нөхцөл байдалд тохируулан хөрвүүлж дэлгэрүүлэн ашигласан.

Ингээд нийт 37-н асуулттай асуулга боловсруулсан. Үүнээс 34 нь Лайкарт машистабын 5-н онооны үнэлгээтэй хариулттай, үлдсэн 3-н асуулга нь задгай хариулттай асуулга боловсруулсан.

АЖИГЛАЛТЫН СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

Ажиглалтын судалгааны үр дүнд дараах байдлаар гарсан. Ажиглалтын хугацааны 170 цагаас ажил хийдүүлэлт ажиглагдсан 21 цаг 25 минут байгаа бөгөөд энэ нь нийт ажлын цагийн 12,61%-тай тэнцүү байна.

Ажиглалтаар тодорхойлогдсон ажил хийдүүлэлт нь онолын хэсэгт дурдсан Зураг 1-3 бүдүүвчийн дагуу 4-н хувьсагчаар илэрсэн. Хувьсагчдыг ажиглагдсан хугацааны утгаар нь хүснэгтлэн харуулав:

Хүснэгт 1 *Ажиглалтын судалгааны үр дүн*

Д/д	Ажил хийдүүлэлтийн хувьсагч	Хугацаа (цаг)	Дундаж (цаг)
1	Цагийн шаардлага /Time demand/ -Цайны цагийн хэтрэлт	4 цаг 20 минут	14 минут
2	Хяналтын систем /Having supervisory/ - Утасны хэрэглээ	5 цаг 8 минут	17 минут
3	Дур мэдэж үйлдэл хийх / Adjustment latitude/ - Зөвшөөрөлгүй ажлын бараа орхих	8 цаг 17 минут	28 минут
4	Ажил үүргийн зөрчил /Role comflict/	3 цаг 40 минут	12 минут
	Нийт	**21 цаг 25 минут**	**1 цаг 11 минут**

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

СУДАЛГААНЫ ТААМАГЛАЛ

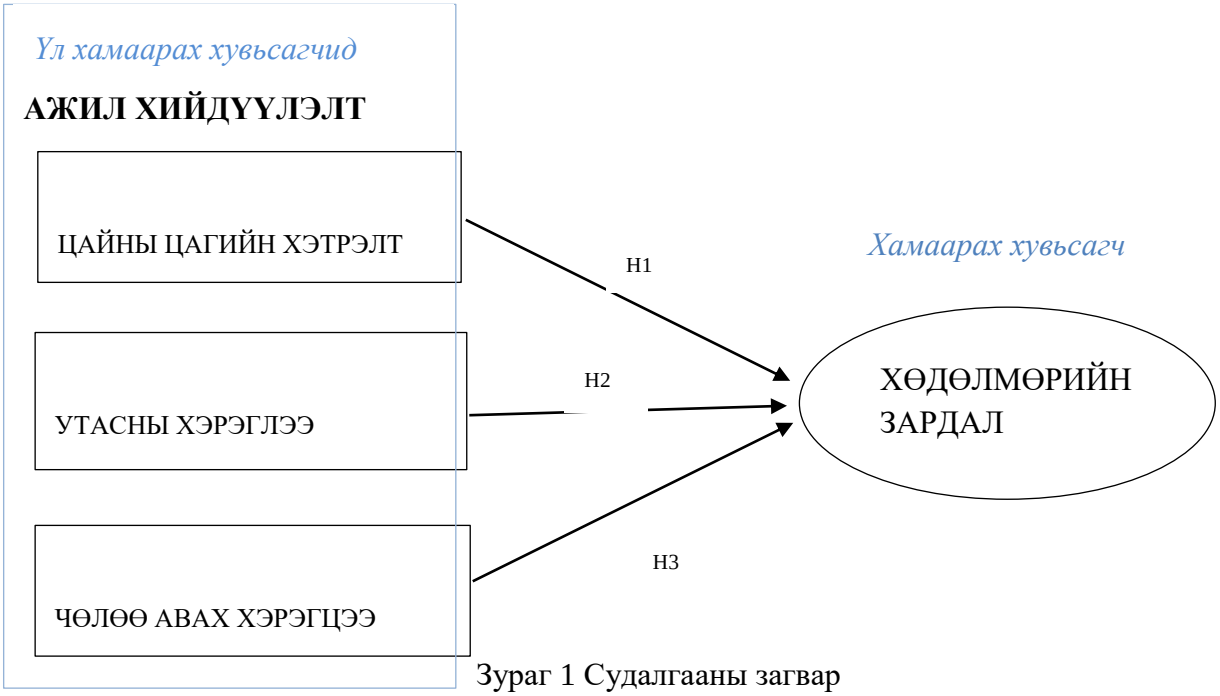
Ажиглалтын судалгааны үр дүнд гарсан ажлын байрны ажил хийдүүлэлтийн хувьсагчдаас хамгийн их хувийн утгатай 3-н хувьсагчийг сонгон байгууллагын гүйцэтгэлээр хэмжсэн хөдөлмөрийн зардлын хэлбэлзэлд хамааралтай эсэх таамаглал дэвшүүлж цааш нь асуулгын судалгаа авч таамаглалыг шалгасан.

Таамаглал 1: Цайны цагийн хэтрэлт нь байгууллагын хөдөлмөрийн зардлын гүйцэтгэлээр тооцсон хэлбэлзэлд эерэг хамааралтай.

Таамаглал 2: Ажлын байран дээрх утасны хэрэглээ нь байгууллагын хөдөлмөрийн зардлын гүйцэтгэлээр тооцсон хэлбэлзэлд эерэг хамааралтай.

Таамаглал 3: Ажлын цагаар чөлөө авах хэрэгцээ нь байгууллагын хөдөлмөрийн зардлын гүйцэтгэлээр тооцсон хэлбэлзэлд эерэг хамааралтай.

СУДАЛГААНЫ ЗАГВАР



Зураг 1 Судалгааны загвар

АСУУЛГЫН СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

Шинжилгээний хэсэгт статистикийн SPSS программ ашиглан орхигдсон утгын шинжилгээ, 0 вариацын утгын шинжилгээ, найдвартай байдлын шинжилгээ, хүчин зүйлийн шинжилгээ зэрэг шинжилгээнүүдийг хийж хэмжигдэхүүн хоорондын мултикорреляци шинж чанарыг шалгасан шинжилгээнүүдийг хийсэн.

Найдвартай байдлын шинжилгээний үр дүн

Найдвартай байдлын шинжилгээний хураангуй хүснэгтээс нийт 79-н ажилтан судалгаанд оролцсоноос хоосон хариулт өгсөн асуулга байхгүй бүх хариулт бүрэн дүүрэн байдал хангагдсан.

Хүснэлт 2 *Найдвартай байдлын шинжилгээ*

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.776	.788	33

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Хувьсагчийн найдвартай байдлыг шалгахын тулд Cronbach’s α коэффициент утгыг авч үзэхэд утга 0.7-оос их байгаа учир уг асуултууд тухайн хүчин зүйлийг тодорхойлох өндөр хамааралтай буюу найдвартай байдлын хэмжүүр хангагдсан гэж үзэж байна. (Ч.Төрбадрах, 2018)

Хүчин зүйлийн шинжилгээний үр дүн

Ажил хийдүүлэлтийг тодорхойлох 3-н хүчин зүйлийн хүрээнд 30-н хэмжигдэхүүнээр асуулгын судалгаа авсан. Хэмжигдэхүүнүүд нь хүчин зүйлсийг тайлбарлаж чадаж байгаа эсэх буюу ач холбогдлыг шалгах зорилгоор фактор хүчин зүйлийн шинжилгээ хийсэн. Шинжилгээний үр дүнд 30-н хэмжигдэхүүнээс 22 хэмжигдэхүүн хүчин зүйлийн хамаарал бага байсан учир хасагдаж, хүчин зүйлийн хамаарал бүхий 8-н хэмжигдэхүүн нь 3-н факторыг үүсгэсэн.

Хүснэлт 3 *КМО болон Бартлеттын тест*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.660
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	215.552
	df	28
	Sig.	.000

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

КМО тестийн хувьд утга 0.6-аас их гарсан учираас фактор бүрийн хувьд боломжийн хувьсагч хамрагдаж байна гэж үзэв. Мөн Бартлеттын тестийн хувьд *p(sig)* хувьсагч *0.000* буюу *(p<0.05)* байгаа учир ач холбогдолтой байна. (Оюунчимэг, 2017)

Хүснэгт 4 *Нийт хэлбэлзэлийн хүснэгт*

	Initial Eigenvalues			Rotation Sums of Squared Loadings		
Factor	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	**2.955**	**36.933**	**36.933**	**2.955**	**36.933**	**36.933**
2	**1.580**	**19.754**	**56.687**	**1.580**	**19.754**	**56.687**
3	**1.356**	**16.952**	**73.640**	**1.356**	**16.952**	**73.640**
4	.659	8.239	81.878			
5	.491	6.132	88.010			
6	.442	5.524	93.534			
7	.334	4.174	97.708			
8	.183	2.292	100.000			

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Нийт хэлбэлзлийн хүснэгтээс 3-н хүчин зүйлд хуваагдсан 16-н хэмжигдэхүүн нь нийт хэлбэлзэл өөрчлөлтийн 73.64%-ийг тайлбарлаж чадах нь харагдаж байна. Тухайлбал нийт хэлбэлзлийн өөрчлөлтийн 1-р хүчин зүйл 36.93%-ийг, 2-р хүчин зүйл 19.75%-ийг, 3-р хүчин зүйл 16.95%-ийг тайлбарлаж байна. (Оюунчимэг, 2017)

Хүчин зүйлийн шинжилгээний үр дүнд нийт 8-н хэмжигдэхүүнээр илэрхийлэгдэх 3-н хүчин зүйл үүсэв. Эдгээр 3-н хүчин зүйл нь нийт хэлбэлзлийг 73.64%-иар төлөөлөх чадвартай ач холбогдол бүхий гэж гарсан.

Хүснэгт 5 *Хүчин зүйлийн хүснэгт*

Хэмжигдэхүүн	Хүчин зүйл		
	Цайны цагийн хэтрэлт	Гар утасны хэрэглээ	Чөлөө авах хэрэгцээ
Q2 Та цагтаа цайндаа орж амждаг уу?	.881		
Q3 Та цайны цагийн хугацааг хангалттай гэж боддог уу?	.833		
Q4 Та цайны цагаараа хооллохоос гадна амарч чаддаг уу?	.628		
Q5 Та цайны цагаараа ажил дээрээ хоол идэж амждаг уу?	.820		
Q15 Та ажлын цагаараа гар утасаа мэргэжлийн мэдлэгээ нэмэгдүүлэхэд хэр их ашигладаг вэ? /Нэг өдөрт ногдох хугацааг бичнэ үү/		.730	
Q16 Та ажлын цагаараа гар утасаа хувь хүний хөгжлийн мэдлэгээ нэмэгдүүлэх хэр их ашигладаг вэ? /Нэг өдөрт ногдох хугацааг бичнэ үү/		.807	
Q24 Таньд ажлын цагаар чөлөө, зөвшөөрөл авах шаардлага гардаг уу?			.732
Q29 Та сард дундажаар хэдэн цагийн чөлөө, зөвшөөрөл авдаг вэ? /Бүтэн өдрийн чөлөөг оруулахгүйгээр тооцно уу/			.749

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Шугаман регрессийн шинжилгээ

Хамаарлыг тодорхойлох, таамаглал батлах зорилгоор ажилласан жил, цайны цагийн хэтрэлт, утасны хэрэглээ, чөлөө авах хэрэгцээ гэсэн үл хамааран хувьсагч тус бүрийн хувьд шугаман регрессийн шинжилгээ хийсэн.

Хүснэгт 6 *Шугаман регрессийн коррелцын коэффицент*

Хүчин зүйл	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Цайны цагийн хэтрэлт	.308[a]	.095	.083	38502.988
Утасны хэрэглээ	.277[a]	.077	.065	38882.406
Чөлөө авах хэрэгцээ	.758[a]	.574	.569	26398.745

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Хүснэгтэнд харуулсан R square утга нь хамаарлыг илэрхийлдэг бөгөөд хөдөлмөрийн зардлын хэлбэлзлийг цайны цагийн хэтрэлт 8.3%, утасны хэрэглээ 6.5%, чөлөө авах хэрэгцээ 56.9%-иар тайлбарлаж чадна гэж гарсан.

Хүснэгт 7 *ANOVA утга*

Хүчин зүйл	F	Sig.
Цайны цагийн хэтрэлт	8.055	.006[b]
Утасны хэрэглээ	6.403	.013[b]
Чөлөө авах хэрэгцээ	103.935	.000[b]

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Регрессийн загварын итгэлтэй эсэхийг шалгадаг ANOVA утга нь цайны цагийн хэтрэлт, утасны хэрэглээ, чөлөө авах хэрэгцээ гэсэн 3-н хувьсагчийн хувьд тэг таамаглалыг няцааж ач холбогдолтой гэж гарсан.

Хүснэгт 8 *Шугаман регрессийн коэффицент*

Хүчин зүйл		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Цайны цагийн хэтрэлт	(Constant)	23038.458	11856.968		1.943	.056
	F1_TT	11223.139	3954.409	.308	2.838	.006
Утасны хэрэглээ	(Constant)	31374.095	10083.594		3.111	.003
	F2_PU	14300.684	5651.450	.277	2.530	.013
Чөлөө авах хэрэгцээ	(Constant)	-24112.979	8250.814		-2.922	.005
	F3_AT	39362.957	3861.066	.758	10.195	.000

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Шугаман регрессийн коэффицентүүдийн утгыг мөн коэффицент бүрд харгалзах стандарт алдааны утга, хувьсагчийн хамаарлыг харуулсан стандартчилагдсан хувьсагч *Beta* утгыг хүснэгтэнд харуулж байна. Харин коэффицентийн ач холбогдолтой эсэхийг шалгасан t тестээс бүх хувьсагч ач холбогдолтой гэж гарч **судалгааны 3-н таамаглал дэмжигдлээ**.

РЕГРЕССИЙН ТЭГШИТГЭЛ

$$\text{Хөдөлмөрийн зардлын хэлбэлзэл} = 23038.458 + 11223.139 * \text{Цайны цагийн хэтрэлт}$$

$$\text{Хөдөлмөрийн зардлын хэлбэлзэл} = 31374.095 + 14300.684 * \text{Утасны хэрэглээ}$$

$$\text{Хөдөлмөрийн зардлын хэлбэлзэл} = -24112.979 + 39362.957 * \text{Чөлөө авах хэрэгцээ}$$

Томъёо 2 Регрессийн тэгшитгэл

Олон хүчин зүйлийн регрессийн шинжилгээ

Нийгэм эдийн засгийн үзүүлэлтүүд хоорондоо хамааралтай олон хүчин зүйлээс тогтдог тэгвэл зөвхөн нэг хүчин зүйлээс тогтсон шугаман регресс гэхээс илүү олон хүчин зүйлийн регрессийн шинжилгээг статистикийн олон шинжилгээнд ашигладаг.

Ингээд шугаман регрессийн шинжилгээгээр ач холбогдолтой гарсан 3-н хувьсагчаар олон хүчин зүйлийн шинжилгээ хийсэн үр дүнг доор харуулав.

Хүснэгт 9 *ОХЗ-ийн регрессийн коррелцын коэффицент*

Хүчин зүйл	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
- Цайны цагийн хэтрэлт -Утасны хэрэглээ -Чөлөө авах хэрэгцээ	.798[a]	.637	.623	24696.253

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Хүснэгтэнд харуулсан R square утга нь хамаарлыг илэрхийлдэг бөгөөд хөдөлмөрийн зардлын хэлбэлзлийг цайны цагийн хэтрэлт, утасны хэрэглээ, чөлөө авах хэрэгцээ гэсэн хувьчсагчид нь 62.3%-иар тайлбарлаж чадна гэж гарсан.

Хүснэгт 10 *ANOVA утга*

Хүчин зүйл	F	Sig.
Цайны цагийн хэтрэлт Утасны хэрэглээ Чөлөө авах хэрэгцээ	43.914	.000[b]

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Олон хүчин зүйлийн регрессийн загварын итгэлтэй эсэхийг шалгадаг ANOVA утга нь цайны цагийн хэтрэлт, утасны хэрэглээ, чөлөө авах хэрэгцээ гэсэн 3-н хувьсагчийн хувьд тэг таамаглалыг няцааж ач холбогдолтой гэж гарсан.

Хүснэгт 11 *ОХЗ-ийн регрессийн коэффицент*

Хүчин зүйл		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-49768.195	10574.843		-4.706	.000
Цайны цагийн хэтрэлт	F1_TT	5432.525	2613.159	.149	2.079	.041
Утасны хэрэглээ	F2_PU	9353.002	3657.070	.181	2.558	.013
Чөлөө авах хэрэгцээ	F3_AU	37083.967	3678.194	.714	10.082	.000

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Олон хүчин зүйлийн регрессийн коэффицентүүдийн утгыг мөн коэффицент бүрт харгалзах стандарт алдааны утга, хувьсагчийн хамаарлыг харуулсан стандартчилагдсан хувьсагч *Beta* утгыг хүснэгтэнд харуулж байна. Харин коэффицентийн ач холбогдолтой эсэхийг шалгасан t тестээс бүх хувьсагч ач холбогдолтой гэж гарч байна.

Олон хувьчагчийн регрессийн тэгшитгэл

$$\text{Хөдөлмөрийн зардлын хэлбэлзэл} = -49768.195 + 5432.525 * TT + 9353.002 * PU + 37083.967 * AU$$

Томъёо 3 ОХЗ-ийн регрессийн тэгшитгэл

Тэгшитггэлд:

TT- Цайны цагийн хэтрэлт

PU- Утасны хэрэглээ

AU- Чөлөө авах хэрэгцээ

Ажил хийдүүлэлтийн хөдөлмөрийн зардал дахь нөлөөлөл

Судалгааны үр дүнд ажиглалтын судалгаанаас гарсан таамаглалаас цайны цагийн хэтрэлт, утасны хэрэглээ, чөлөө авах хэрэгцээ гэсэн хувьсагчид хөдөлмөрийн зардалд нөлөөлдөг гэсэн таамаглал дэмжигдсэн. Тиймээс нэг ажилтанд ногдох ажил хийдүүлэлтийг ажиглалтын судалгааны үр дүнд гарч ирсэн тоон үзүүлэлтээс тооцоолол хийсэн. Ингээд нийт компаний түвшинд буюу Худалдааны зөвлөх албан тушаалтай 58-н ажилтны хувьд компанийн хөдөлмөрийн зардал дахь ажил хийдүүлэлтийн нөлөөллийн хэмжээг тооцон гаргав.

Хөдөлмөрийн зардлын нөлөөллийн тооцоолол

Хүснэгт 12 *Ажил хийдүүлэлтийн зардал*

Д/д	Үзүүлэлт (сараар)	Үр дүн
1	Хүчин зүйл	Цайны цагийн хэтрэлт Утасны хэрэглээ Чөлөө авах хэрэгцээ
2	Хугацааа /Minimum/ - Ажиглалтаар тодорхойлсон	17 цаг 45 минут
3	ХЗ албан тушаалын тоо	58
4	Хөдөлмөрийн зардал ₮	1,500,000.00
5	Нэг цагт ногдох цалин ₮	7,281.55
6	Ажил хийдүүлэлтийн хөдөлмөрийн зардал эзлэх дүн /Нэг ажилтанд ногдох/₮	129,247.57
7	Ажил хийдүүлэлтийн хөдөлмөрийн зардалд эзлэх нийт дүн ₮	7,496,359.22

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Тооцооллын үр дүнд нэг сарын хугацаанд ажил хийдүүлэлтийн нөлөөгөөр байгууллагын хөдөлмөрийн зардлыг хиймлээр өсгөж байгаа дүн нь хамгийн багадаа **7,496,359.22₮** байна.

ДҮГНЭЛТ

Ажил хийдүүлэлт нь ажил таслахаас илүүтэйгээр байгууллагын зардалд далд нөлөө үзүүлдэг гэдгийг ажил хийдүүлэлтийн олон улсад хийгдсэн судалгаанууд нотолсоор байгаа. Иймд сүүлийн үеийн байгууллагын удирдлагуудын санааг чилээж, удирдахыг эрмэлздэг чухал үзүүлэлтүүдийн нэг ажил хийдүүлэлт болоод байна.

С

Ажиглалт болон асуулгын судалгааг дараалан хийсний үр дүнд судалгааны зорилгодоо хүрсэн бөгөөд зорилтуудаа дараах дарааллаар биелүүлсэн.

1. Ажиглалтын аргаар ажил хийдүүлэлтийг тодорхойлох

Ажиглалтын судалгааг 170 цагийн хугацаанд камер хяналтын систем ашиглан хийсэн бөгөөд судалгааны үр дүнд нийт 21-н цагийн цайны цагийн хэтрэлт, утасны хэрэглээ,

ажлын байраа зөвшөөрөлгүй орхих, үүрэгт ажлаас өөр ажил гүйцэтгэх гэсэн 4-н төрлийн ажил хийдүүлэлт тодорхойлогдсон.

2. Тодорхойлсон ажил хийдүүлэлтийн хувьсагчуудад үндэслэн судалгааны загвар боловсруулах

Ажиглалтын судалгаагаар тодорхойлсон ажил хийдүүлэлтийн 4-н хувьсагчаас хувийн жингээр хамгийн өндөр гурван хувьсагчийг сонгон эдгээр хувьсагчид нь хөдөлмөрийн зардалд нөлөөлдөг гэсэн таамаглалыг дэвшүүлэн судалгааны загвараа гаргасан.

3. Асуулгын судалгаа боловсруулан загварын таамаглалуудаа батлах

Нийт 37-н асуулт бүхий асуулгыг боловсруулж 79-н ажилтнаас цаасан хэлбэрээр иж бүрэн судалгаа авсан бөгөөд SPSS статистик программ ашиглан шинжилгээ хийж цайны цагийн хэтрэлт, утасны хэрэглээ, чөлөө авах хэрэгцээ гэсэн хувьсагчид нь бүгд хөдөлмөрийн зардалд эерэг нөлөөтэй гэсэн үр дүн гарсан.

4. Судалгааны үр дүнд үндэслэн ажил хийдүүлэлт нь компанийн зардалд хэрхэн нөлөөлж байгааг тооцон гаргах

Дэмжигдсэн таамаглалын дагуу ажиглалтын судалгаанаас гарсан ажил хийдүүлэлтийн хугацаагаар тооцоолол хийсэн. Тооцооллын үр дүнд худалдааны зөвлөх албан тушаалтай нэг ажилтан сард хамгийн багадаа нийт ажлын цагийн 7.89%-ийг хийдүүлж байна. Компани эдгээр ажилчдын хувьд нэг сард нийт 7,496,359.22₮-ийн зардлыг илүү зарцуулж, зардлын үр ашиггүй байдлыг бий болгож байна гэсэн дүгнэлтэд хүрсэн.

АШИГЛАСАН МАТЕРИАЛ

С.Өлзийбат. (2014). *Зардлын нягтлан бодох бүртгэл.* Улаанбаатар: Мандах бүртгэл дээд сургууль.

Ч.Төрбадрах, Г. С. (2018). *Судалгааны арга зүйд суралцахуй.* Улаанбаатар: Мөнхийн үсэг ХХК.

Оюунчимэг, Д. (2017). *SPSS программ ашиглан тоон шинжилгээ хийх.* Улаанбаатар: Битпресс ХХК.

Cheryl Koopman, K. R. (2002). *Stanford Presenteeism Scale: Health Status and Employee Productivity.* Stanford: Journal of Occupational and Environmental Medicine.

Daniela Lohaus, W. H. (2018). *Presenteeism: A review and research directions.* Darmstadt 64295, Germany: Elsevier.

Daniela Lohaus, W. H. (2018). *Presenteeism: A review and research directions.* Darmstadt 64295, Germany: Elsevier.

Delobbe, N., & Lauzier, M. (2015). *Exploring the relationship between presenteeism and organizational performance: The role of need for recovery, job satisfaction and organizational procedural justice.* Oslo, Norway: 17th Congress of the European Association of Work and Organizational Psychology.

Denise Baker-McClearn, K. G. (2010). *Absence management and presenteeism: the pressures on employees to attend work and the impact of attendance on performance.* Warwick: Human Resource Management Journal.

Edington, A. B. (2007). *Employee Health and Presenteeism: A Systematic Review.* Edington: Springer Science+Business Media.

Emmanuel Aboagye, P. C. (2019). *Exhaustion and Impaired Work Performance in the Workplace Associations With Presenteeism and Absenteeism.* Stockholm: Journal of Occupational and Environmental Medicine.

Gunnar Aronsson, K. G. (2000). *Sick but yet at work. An empirical study of sickness presenteeism.* Stockholm: BMJ journals.

Hemp, P. (2004). *Presenteeism: At Work—But Out of It.* New York: Harvard business review.

Johns, G. (2009). *Presenteeism in the workplace: A review and research agenda.* Quebec, Canada: Wiley InterScience.

Kinman, G. (2018). *Sickness presenteeism at work: prevalence, costs and management.* England: British Medical Bulletin.

Nathalie Delobbe, M. L. (2015). *Exploring the relationship between presenteeism and organizational performance: The role of need for recovery, job satisfaction and organizational procedural justice.* Oslo (Norway): 17th Congress of the European Association of Work and Organizational Psychology.

O’Callaghan, G. (2013). *How Awareness of Presenteeism Positively or Negatively Impacts.* Ireland: National College of Ireland.

R. Fernandes, D. C. (2019). *Development and field testing of a multidimensional tool for benchmarking knowledge.* Toronto, Canada: Intelligent Buildings International.

R. Fernandes, D. C. (2019). *Development and field testing of a multidimensional tool for benchmarking knowledge.* Toronto, Canada: Intelligent Buildings International.

sengupta, S. (2023). *Presenteeism in the Workplace: The 5 Hidden Causes For Productivity Drain.* счяс: чсчс.

Shahzadi, P. (2021). *Impact of Presenteeism on Productivity Loss with Mediating Role of Burnout and Moderating Role of Self-Efficiency.* Pakistan: Educational Sector of Pakistan.

Stephen Deery, J. W. (2014). *A moderated mediation analysis of job demands,.* California: Journal of Occupational and Organizational Psychology.

Article info: Mandakh Research, 2023, Vol.10, BUS 1002

АЖ АХУЙН НЭГЖИЙН САНХҮҮГИЙН ГҮЙЦЭТГЭЛИЙГ ӨГӨГДӨЛ ДУГТУЙЛАХ АРГЫГ АШИГЛАН ҮНЭЛЭХ НЬ

Б.Адилзаяа[1,a], Л.Энх-Амгалан[2, b] , Г.Хандсүрэн[3,c],

[1]Мандах их сургууль, НББ - Магистрант

[2]Мандах их сургууль, Эрдэм шинжилгээ хариуцсан проректор

[3]Мандах их сургууль, БШТ-н багш

[a] b.adilzayaa@gmail.com

[b] enkh@mandakh.edu.mn

[c] khandsuren@mandakh.edu.mn

ХУРААНГУЙ

Компанийн санхүүгийн гүйцэтгэлийн үнэлгээ нь бүхий л төрлийн бизнесийн үйл ажиллагаа, шийдвэр гаргалтанд чухал үүрэг гүйцэтгэдэг. Удирдлага, хөрөнгө оруулагчид компанийн үнэ цэнийг өсгөхийн тулд үр ашигтай ажиллахыг зорьдог. Үүний тулд санхүүгийн үр дүнг үнэлэх, түүнийгээ хэрхэн сайжруулах арга замыг олж тогтоох нь чухал байдаг бол гадаад мэдээлэл хэрэглэгчдийн хувьд компанийн мэдээлэлд үндэслэн шийдвэр гаргахын тулд компаниудын гүйцэтгэлийг хэмжсэн ул үндэслэл бүхий, ойлгомжтой бэлтгэгдсэн тайлан, мэдээ шаардлагатай байдаг. Компанийн гүйцэтгэлийг үнэлгээнд олон арга, хандлагууд ашиглагддагийн нэг нь өгөгдөл дугтуйлах аргачлал юм.

Энэхүү судалгааны ажил нь Монголын Хөрөнгийн Биржид бүртгэлтэй 1, 2-р ангиллын үйлдвэрлэл эрхэлсэн 12 компанийн сүүлийн 10 жилийн санхүүгийн тайланд санхүүгийн харьцааны шинжилгээ хийж, оролт, гаралтын хувьсагчуудыг тодорхойлж шийдвэр гаргах нэгжүүдийн үр ашигт байдал буюу санхүүгийн гүйцэтгэлийг шугаман программчлалыг ашиглан параметрын бус аргаар судалж, санхүүгийн гүйцэтгэлийг өгөгдөл дугтуйлах арга, цонхны шинжилгээг авч үр дүнг Microsoft excel 2019, Пак Ман Хи-гийн боловсруулсан EnPAS программын тусламжтай хэмжихийг зорилоо.

Судалгааны үр дүнд сүүлийн арван жилийн туршид АПУ болон Говь хувьцаат компаниуд бусад компаниудаасаа хамгийн өндөр үр ашигтай байсан. Харин санхүүгийн хамгийн сүүлийн тайлант жил болох 2022 онд судалгаанд авч үзсэн 12 компанийн 10 компани нь үр ашигтай, 2 компани нь үр ашиггүй гэж гарсан.

Түлхүүр үг: Санхүүгийн гүйцэтгэл, Гүйцэтгэлийн үнэлгээ, Өгөгдөл дугтуйлах арга.

ОРШИЛ

Санхүүгийн гүйцэтгэлийг үнэлэх нь тухайн мэдээлэлд үндэслэн шийдвэр гаргах хэрэглэгчдэд тодорхой бус байдлыг бууруулж өгдөг ач холбогдолтой. Санхүүгийн мэдээлэл хэрэглэгчид аливаа шийдвэр гаргахын тулд тухайн компанийн санхүүгийн байдал, үйл ажиллагааны үр дүн болон бусад үзүүлэлтүүдийг бусад компаниудын үзүүлэлттэй харьцуулж үзэх нь чухал байдаг. Санхүүгийн гүйцэтгэлийг хэмжих гол зорилго нь компанийн өнгөрсөн үйл ажиллагааны үр ашиг, үр дүнг холбогдох мэдээллийг цуглуулах, түүнийг боловсруулах, зохион байгуулах, дүн шинжилгээ хийх, тайлбарлах замаар аливаа мэдээлэл хэрэглэгчдийн шийдвэр гаргах үйл ажиллагааг дэмжих явдал юм. Өөрөөр хэлбэл, санхүүгийн гүйцэтгэлийг үнэлсэнээр дотоод мэдээлэл хэрэглэгчдийн хувьд санхүүгийн асуудлуудыг илрүүлэх, компанийн давуу болон сул талыг тодорхойлдог бол гадаад мэдээлэл хэрэглэгчдийн хувьд компанийн мэдээлэлд үндэслэн шийдвэр гаргалтад тусалдаг.

Өгөгдөл дуглуйлах аргачлал (DEA) нь хэрэглэгчийн шийдвэр гаргах нэгжүүдийн (DMU) үр ашгийг тодорхойлох математик аргачлал юм. Оновчтой шийдвэр гаргахын тулд санхүүгийн мэдээлэл хэрэглэгчидэд хэд, хэдэн компанийн мэдээллийг харьцуулах зайлшгүй шаардлага гардаг. Энэ тохиолдолд өгөгдөл дуглуйлах аргачлал дах шийдвэр гаргах нэгжүүд нь хэрэглэгчийн шийдвэр гаргалтан дах харьцуулах шаардлагатай бүлэг компаниуд байж болох юм.

САНХҮҮГИЙН ГҮЙЦЭТГЭЛ, ТҮҮНИЙГ ҮНЭЛЭХ

Эдийн засгийн хүрээнд авч үзвэл тухайн байгууллага илүү нарийн бүтэцтэй байх нь хамгийн бага зардлаар нөөцийг олж авах юм. Ихэнх судлаачид гүйцэтгэлийг үр ашиг болон үр дүнтэй холбон тайлбарласан байдаг. Үр ашиг гэдэгт аливаа байгууллага чухал нөөцийг хэрэглэх буюу хамгийн бага зардалтай байлгах ойлголт юм. Энэ нь тухайн байгууллага орцыг хамгийн бага түвшинд байлгах, гарцыг хамгийн өндөр түвшинд хүргэхийг хэлнэ. Үр ашиг гэдэг нь үйлдвэрлэсэн бараа, үйлчилгээний хэмжээ, чанар, шаардагдах үйлчилгээний түвшинд үйлдвэрлэхэд ашигласан нөөц болон зардлын хоорондын хамаарлыг илэрхийлдэг.

Үр дүн гэдэг нь төлөвлөгөө зорилго, зорилтуудаа хүрсэн эсэх эсвэл хүрэх боломжит түвшинг хэмждэг аливаа ажлын төгсгөлд чиглэсэн ойлголт юм.

Байгууллагын гүйцэтгэл гэдэг нь тухайн компанийн хүрсэн үр дүнгийн хэмжүүр юм. Харьцангуй гүйцэтгэлийн үнэлгээ буюу жишиг үнэлгээ гэдэг нь нэг пүүсийн гүйцэтгэлийг бусад шийдвэр гаргах нэгжүүдтэй системтэй харьцуулах явдал юм (Otto, 2011).

Санхүүгийн гүйцэтгэл нь аж ахуйн нэгжүүд нөөцийг хэрхэн сайн ашиглаж, орлого бий болгож байгааг хэмжих субьектив хэмжүүр юм. Энэ нь хөрөнгө, өр төлбөр, өөрийн хөрөнгө, орлого, зардалд үндэслэн, аж ахуй нэгжийн санхүүгийн ерөнхий байдлыг бүрэн хэмжих бөгөөд компанийн боломжит үр ашгийг тооцоолон дотоод, гадаад мэдээлэл хэрэглэгчдэд нарийн мэдээллийг өгөх боломжийг олгодог.

Гүйцэтгэлийг хэмжих гол зорилго нь компанийн өнгөрсөн үйл ажиллагааны үр ашиг, үр дүнг холбогдох мэдээллийг цуглуулах, түүнийг боловсруулах, зохион байгуулах, дүн шинжилгээ хийх, тайлбарлах замаар аливаа мэдээлэл хэрэглэгчдийн шийдвэр гаргах үйл

ажиллагааг дэмжих явдал юм. Гүйцэтгэлийн хэмжүүр нь байгууллагад санхүүгийн болон санхүүгийн бус үр дүнгээр хэмжигддэг. Гүйцэтгэлийн үр дүнг тухайн жилийг өмнөх жилийн үр дүнтэй харьцуулах замаар хэмжиж болдог.

Санхүүгийн гүйцэтгэлийг хэмжих аргууд

Тэнцвэржүүлсэн онооны систем (Balanced Scorecard) нь Харвардын бизнесийн сургуулийн профессор Роберт С. Каплан, зөвлөх Дэвид П. Нортон нарын гаргасан энэхүү арга нь компанийн гүйцэтгэлийг суралцах ба өсөлт, бизнесийн үйл явц, хэрэглэгчид, санхүүгийн үр дүн гэсэн санхүүгийн болон санхүүгийн бус дөрвөн үндсэн хэмжигдэхүүнээр гүйцэтгэлийг хэмждэг. Тэнцвэржүүлсэн онооны систем нь компаниудад мэдээллийг нэг тайланд нэгтгэх, санхүүгийн гүйцэтгэлээс гадна үйлчилгээ, чанарт мэдээллээр хангах, үр ашгийг дээшлүүлэхэд туслах боломжийг олгодог. Тэнцвэржүүлсэн онооны систем нь байгууллагуудын алсын хараа, эрхэм зорилгод үндэслэн үнэ цэнийг бий болгох үйл ажиллагааг тодорхойлж, гүйцэтгэлийг сайжруулах хүчин зүйлсийг илрүүлэх замаар үнэлдэг тул тухайлсан нэг байгууллага дээр авч хэрэгжүүлэхэд төлхүү ашиглагддаг.

Ду-Понт (Du Pont) шинжилгээ нь анх Америкийн "Du Pont" компанийн менежерүүд хөрөнгө оруулалтын өгөөж, нийт хөрөнгийн эргэц, цэвэр ахиуц ашиг ба хөшүүргийн хоорондын уялдаа холбоог илэрхийлсэн нэгдсэн шинжилгээний аргыг боловсруулан гаргасан. Ду-Понт загварыг ашиглан шинжилгээ хийснээр хувь нийлүүлсэн хөрөнгийн өгөөжийг ашигт ажиллагаа, хөрөнгийн ашиглалтын өгөөж, өр зээлийн түвшингээр задлан шинжлэх ба компаниуд энэ загварыг өөрийн онцлогт тохируулан боловсруулж хэрэглэх боломжтой байдгаараа давуу талтай.

Өгөгдөл дугтуйлах арга (Data envelopment analysis) нь санхүүгийн чиг үүргийн харьцангуй үр ашгийг тогтоох, санхүүгийн чиг үүргийн гүйцэтгэл нь компанийн ерөнхий гүйцэтгэлтэй холбоотой байж болох эсэхийг тодорхойлох боломжит арга гэж тодорхойлсон. Өгөгдөл дугтуйлах арга нь гүйцэтгэлийг үнэлэхэд ашигладаг математикийн програмчлалын хэрэгсэл юм. Одоогийн байдлаар өгөгдөл дугтуйлах аргыг 1978 онд анх нэвтрүүлсэн бөгөөд түүнээс хойш гүйцэтгэлийн үнэлгээний маш сайн арга зүй гэж хүлээн зөвшөөрөгдсөн. Шийдвэр гаргах нэгжийн үр ашгийн хэмжүүрийг гаргахын тулд шугаман програмчлалыг ашигладаг бөгөөд зөвхөн шийдвэр гаргах нэгжүүдээс ижил төстэй оролтыг гарц болгох эдгээрийг тоон үзүүлэлтээр тодорхойлдог. Загварын хувьд үр ашгийн оноо 1-ээр хэмжигдсэн аливаа шийдвэр гаргах нэгжийг үр ашигтай гэж үздэг бөгөөд нэгээс бага оноотой нь үр ашиггүй гэж үздэг.

ӨГӨГДӨЛ ДУГТУЙЛАХ АРГААР КОМПАНИЙН САНХҮҮГИЙН ГҮЙЦЭТГЭЛИЙГ ХЭМЖИХ

Өгөгдөл дугтуйлах арга буюу Data envelopment analysis (DEA) нь анх сургууль, эмнэлэг, шуудан холбоо гэх мэт ашгийн бус байгууллагуудын үр ашгийг хэмжихэд ашиглаж байсан бол сүүлийн жилүүдэд бизнесийн байгууллагуудын үр ашгийг хэмжихэд мөн ашиглах боломжтой гэдгийг олон судлаачид судалсан байдаг.

Өгөгдөл дугтуйлах арга нь ижил төрлийн үйл ажиллагаа явуулдаг компаниудыг эсвэл өөр, өөр салбарт үйл ажиллагаа явуулдаг компаниудыг олон шалгуурт үзүүлтэд тулгуурлан шийдвэр гаргах үед үр ашгийг эмпирик байдлаар хэмждэг шугаман програмчлалын арга зүй юм (Charnes, 1978).

Энэхүү өгөгдөл дугтуйлах аргын загвар нь шийдвэр гаргалтыг үр ашигтай байлгахад чиглэхээс гадна түүврийн хэмжээ бага байсан ч үр дүнтэй ажилладаг. Энэхүү аргыг өөрөөр параметрик бус гэж нэрлэдэг ба энэ аргыг ашиглан шинжилгээ хийхдээ орц гарцын зааг дээр үр ашигт байдлыг тодорхойлдог.

1967 онд анх Фаррелл нь бүтээмжийг үнэлэх илүү сайн арга, загваруудыг боловсруулах хэрэгцээ шаардлагатай гэж үзэн асуудлыг шийдэх оролдлого нь ихэвчлэн нарийн хэмжилт хийдэг ч олон орцын хэмжилтийг үр ашгийн ерөнхий хэмжүүр болгон нэгтгэж чаддаггүй тул хязгаарлагдмал байдаг гэж үзэн Фаррелл асуудлыг илүү оновчтой шийдвэрлэх боломжтой шинжилгээний аргыг боловсруулах шаардлагатай гэж үзсэн. Тус шинжилгээний аргыг боловсруулах явцдаа тэрээр "бүтээмж" гэсэн ойлголтыг "үр ашиг" гэсэн ерөнхий ойлголт болгон өргөжүүлсэн.

1978 онд Фарреллийн санаан дээр тулгуурлан Чарнес, Купер, Родс нар "Шийдвэр гаргах нэгжийн үр ашгийг хэмжих" анхны эмпирик, үйлдвэрлэл-технологийн хил хязгаарыг тооцоолох шугаман програмчлалыг боловсруулан танилцуулсан. CCR загварыг Чарнес, Купер, Родс өөрсдийн нэрээр нэрлэсэн

Төрөл бүрийн үйл ажиллагаанд хэрэглэгдэх боломжтой болгохын тулд бид шийдвэр гаргах нэгж буюу орцыг гаралт болгон хувиргах чадварын хувьд үнэлэх аливаа аж ахуйн нэгжийг тус нэр томъёогоор илэрхийлсэн (Cooper, 2000).

Шийдвэр гаргах нэгж нь пүүс, байгууллага, хэлтэс, үйлдвэр, төсөл эсвэл хувь хүмүүс байж болно. Өгөгдөл дугтуйлах арга нь шийдвэр гаргах нэгжүүдийн харьцангуй үр ашгийг орц, гарцыг харьцуулан жинлэх, хэмжилт хийх параметрийн бус арга юм.

Тус загварын онцлог нь шийдвэр гаргах нэгжийн орц, гарцын харьцаанаас нэгжийн үр ашгийг хэмжих. Энэ нь нийт үр ашгийн бодит үнэлгээг өгч, үр ашиггүй байдлын эх үүсвэрийг тодорхойлж, хэмжээг нь тооцоолоход оршино. Энэ нь бүх шийдвэр гаргах нэгжүүд ижил хэмжээний орцыг ашигладаг гэсэн үг биш бөгөөд тэдний үр ашгийн үнэлгээний нэг хэсэг нь шийдвэр гаргах нэгж бүрийн ашигласан орцын хэмжээ болон тэдний үйлдвэрлэсэн гарцаас үр ашиг нь хамаарна.

1984 онд Чарнес, Купер, Родс нар нь өмнөх загварыг өргөтгөн BCC загвараа боловсруулсан. Тус загварын онцлог нь хувьсах өгөөжийг хангах замаар техникийн болон масштабын үр ашиггүй байдлыг ашиглалтын өгөгдсөн хэмжээнд цэвэр техникийн үр ашгийг тооцох ба өсөн нэмэгдэж буй бууралт (Cooper, 2000) эсвэл тогтмол өгөөж байгаа эсэхийг тодорхойлоход оршино. Үр ашгийн үр дүнг Паретогийн оновчтой байдлын эдийн засгийн үзэл баримтлалтай холбож, шугаман програмчлалын аргаар үр ашигт байдлыг шинжилдэг болсноороо тус загвар нь онцлог юм.

Санхүүгийн тайлангийн харьцааны үзүүлэлтүүд нь аж ахуйн нэгжийн гүйцэтгэлийг үнэлэх, харьцуулахад хамгийн тохиромжтой байдаг (Fenyves, 2015). Өгөгдөл дугтуйлах

аргын хэрэглэгчид өгөгдөл дуртуйлах аргын гарц, орцын үзүүлэлтийг үнэмлэхүй тоо гэхээсээ илүү харьцааг ашигладаг (Hollingsworth, 2003).

Өгөгдөл дуртуйлах аргыг ашиглан санхүүгийн гүйцэтгэлийг хэмжихэд шийдвэр гаргах нэгжүүдийн санхүүгийн мэдээллийг оролт болгон ашиглах замаар санхүүгийн шинжилгээ хийх орчин үеийн боломжийг олгодог ба гарцийн үзүүлэлтээр санхүүгийн тайлангаас олж авсан тусдаа үзүүлэлтээр хэмжих боломжгүй шийдвэр гаргах нэгжийн санхүүгийн ерөнхий гүйцэтгэлийг цогц үзүүлэлтээр үнэлэх боломжтой юм.

Санхүүгийн тайлангийн үзүүлэлтүүдэд суурилан өгөгдөл дуртуйлах аргыг компанийн үр ашгийг хэмжихэд ашигласан анхны судалгааны ажил нь Юу Ганг, Боаз Голани нарын АНУ-ын шилдэг арван электроникийн компанийн үр ашгийг Японы шилдэг арван электроникийн компанийн үр ашигтай харьцуулсан судалгаа байдаг. Тус судалгааны ажлаар өгөгдөл дуртуйлах арга нь бизнесийн салбарт үйл ажиллагаа эрхэлж байгаа компаниудын үр ашгийг хэмжих чадвартай гэдгийг харуулсан. (YU, 1995).

Өгөгдөл дуртуйлах арга болон санхүүгийн харьцааг ашиглан Америкийн Батлан хамгаалахын холбооны асуудал эрхэлсэн ашгийн бус арилжааны нэгжүүдийн 1383-1992 санхүүгийн харьцааны шинжилгээг ашиглан гүйцэтгэлийг харьцуулсан (Bowlin, 1999).

АНУ-ын 185 том компанийн үр ашгийг олохын тулд өгөгдөл дуртуйлах аргыг ашигласан бөгөөд нэг, гурав, тав, арван жилийн хувьцаат капиталын өгөөж, хувьцааны өгөөж, хувьцааны үнэ ашгийн харьцааг гарцын хувьсагчаар сонгон судалсан (Powers, 2000).

Өгөгдөл дуртуйлах арга болон санхүүгийн харьцааг ашиглан Грекийн банкны үйл ажиллагаа, үр ашгийг Халкос ба Саламаурис нар үнэлжээ. (Halkos, 2004). Эдгээр судалгааны ажлууд нь өгөгдөл дуртуйлах аргаар компанийн гүйцэтгэлийн үр ашгийг үнэлэхэд санхүүгийн харьцааны үзүүлэлт ашиглагдаж болохыг харуулсан байдаг.

Тегераны хөрөнгийн биржид хамгийн үр дүнтэй хүлээн зөвшөөрөгдсөн компаниудыг тодорхойлж, хөрөнгө оруулагчдад үзүүлэхийн тулд өгөгдөл дуртуйлах аргыг ашигласан. Нэг жил, гурван жил, таван жилийн тайлан мэдээллийг ашиглан гаралтын хувьсагчаар хөрөнгийн өгөөж, нэгж хувьцаанд ногдох ашиг, оролтын хувьсагчаар бета коэффициент, сигма коэффициентийг авч үзэж, 90 аж ахуйн нэгжийн үр ашгийг судалж үзээд нийт компанийн 29 нь үр ашигтай, 61 нь үр ашиггүй гэж дүгнэжээ (Ballam, 2015).

Гүйцэтгэлийг үнэлэх олон аргуудаас өгөгдөл дуртуйлах аргыг сонгон авах болсон шалтгаан нь гүйцэтгэлийн олон хэмжигдэхүүнийг үр ашгийн нэг хэмжүүрт нэгтгэх боломжийг тус арга нь олгодогоороо давуу талтай. Хэдий тийм боловч өгөгдөл дуртуйлах аргаар дүн шинжилгээ хийх явцад хоёр хүндрэлтэй асуудалтай тулгарч болно (Vakil Alroaia, 2023).

1. Орц ба гарцын хувьсагчдыг сонгох (санхүүгийн үзүүлэлтүүд).
2. Санхүүгийн тайлангийн мэдээллийн найдвартай байдал.

Дээрх 2 хүндрэлтэй асуудлыг статистикийн аргуудын тусламжтайгаар, аудитлагдсан найдвартай санхүүгийн тайлан мэдээ ашиглах замаар шийдэж болдог (Ablanedo-Rosas, 2010).

Шинжилгээний явцад өгөгдөл дугтуйлах арга нь санхүүгийн үр ашгийн хил хязгаарыг бий болгож, дүн шинжилгээ хийж байгаа нэгжүүдтэй харьцуулах замаар бүх шийдвэр гаргах нэгжүүдийн санхүүгийн үр ашгийн оноог өгдөг. Энэ төрлийн шинжилгээний давуу тал нь санхүүгийн гүйцэтгэлийн талуудыг дараалсан бус, харин нэгэн зэрэг судалдаг.



Зураг 1. Судалгааны загвар

СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

Судалгааны хүрээнд Монголын Хөрөнгийн Биржид бүртгэлтэй 1, 2-р ангиллын 12 аж ахуйн нэгжийн судалгаанд шаардлагатай өгөгдөл цуглуулж, өгөгдөл боловсруулж, шинжилгээ хийх MS Excel, EnPas программуудаар боловсруулалт хийж, санхүүгийн гүйцэтгэлийн үнэлж, үр ашигт ажиллагааг тодорхойлов.

Монголын хөрөнгийн биржид бүртгэлтэй үйлдвэрлэл эрхэлдэг 12 аж ахуйн нэгжүүдийн 2013-2022 оны санхүүгийн харьцааны үзүүлэлтийг ашиглан өгөгдөл дугтуйлах арга болон цонхны загварыг ашиглан шинжилгээг хийсэн. Аудитын тухай хуульд зааснаар хувьцаа эзэмшигчдийн хурлаас өмнө хувьцаат компанийн санхүүгийн тайланд аудит хийгдсэн байх ёстой. Энэ нь судалгаанд авч үзсэн компанийн санхүүгийн тайлангийн мэдээлэл нь найдвартай, үнэн зөв гэдгийг илэрхийлнэ.

Тоон өгөгдөл нь 10 жил буюу хугацаан цуваан өгөгдөл байсан тул өгөгдөл дугтуйлах аргын цонхны шинжилгээгээр хийх шаардлага гарсан. Цонхны хэмжээг томьёолон бодоход (10+1)/2=5.5 буюу нарийвчлан тооцоолоход дөхөм болгож цонхны хэмжээг 5-р тооцсон.

Орц, гарцын хувьсагчийн сонгох.

Өгөгдөл дугтуйлах аргыг ашиглан судалгаа хийсэн судлаачид нь үр ашигт нөлөөлж буй хувьсагчийг сонгохдоо судалгааны ажлуудаас хувьсагчдаа сонгосон эсвэл статистик шинжилгээ хийн ач холбогдлын түвшинг харгалзан хувьсагчуудыг сонгосон байсан. Миний

хувьд тус аргаар хийгдсэн судалгааны ажлуудыг судлан судлаачдын санал болгосон хувьсагчдаас сонгон олон хүчин зүйлийн регрессийн stepwise аргаар хамгийн ач холбогдолтой хувьсагчуудыг сонгон авч шинжилгээнд оруулсан.

Үйлдвэрлэл эрхэлсэн компанийн хувьд бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэл болон түүнийг борлуулж бүтээгдэхүүн болгож буй чадвар нь ашигт ажиллагаанд гол нөлөөтэй. Тиймээс бараа материалын эргэцийг орцын үзүүлэлтээр авч, үүнтэй хамааралтай гарцын үзүүлэлтээр борлуулалтын өгөөж, үйл ажиллагааны ахиуц ашиг, хөрөнгийн өгөөжийг сонгосон.

Мөн аливаа компанийн хувьд зээл авах, санхүүжилтийн эх үүсвэр хайх гэх мэт санхүүгийн чухал шийдвэр гаргахад мөнгөн урсгалын үзүүлэлт ач холбогдолтой. Үүнээс үндэслэн мөнгөн бий болгох чадварыг үнэлэхийн тулд авлагын эргэцийг орцын үзүүлэлтээр сонгон, мөнгөн урсгалын харьцааг гарцын үзүүлэлтээр авсан.

Үйлдвэрлэлийн өдөр тутмын үйл ажиллагаа нь богино хугацаат хөрөнгө буюу эргэлтийн хөрөнгө болон богино хугацааны санхүүжилтийн эх үүсвэр болох богино хугацаат өр төлбөрөөр хэрэгждэг. Тиймээс төлбөр түргэн гүйцэтгэх чадвар, эргэлтийн харьцааг гарцын үзүүлэлт болгон авлаа.

Үйлдвэрлэл эрхэлсэн хувьцаат компаниудын хувьд өрсөлдөөнт зах зээлд үр ашигтай ажиллахын тулд үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэх, бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн төрөлжилтийг нэмэгдүүлэх шаардлага тулгарахад санхүүжилтийн эх үүсвэрийн сонголт чухал асуудал болдог. Тиймээс капиталын бүтцийг судлахын тулд бие даалтын кэоффициентийг оролтын үзүүлэлтээр сонгон, эздийн өмчийн өгөөжийг гаралтын үзүүлэлтээр сонгов. Мөн компанийн үр ашгийг хэмжихийн тулд хөрөнгийн өгөөж, борлуулалтын өгөөж, хүү болон татвар төлөхийн өмнөх ашиг үзүүлэлтүүдийг гарцын үзүүлэлтээр сонгосон.

СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

Өгөгдөл болгон ашигласан санхүүгийн тайланг Монголын Хөрөнгийн биржийн цахим хуудаснаас авсан. Судалгааны обьектоор Монголын Хөрөнгийн биржид бүртгэлтэй 1, 2-р ангиллын үйлдвэрлэлийн 16 аж ахуйн нэгжийн санхүүгийн тайланд харьцааны шинжилгээ хийсэн. Энэхүү судалгаанд 10 жилийн хугацаатай (120 шинжилгээ) нийт 12 аж ахуй нэгжийн санхүүгийн тайланд шинжилгээ хийсэн.

Хүснэгт 1 *Компаниудын санхүүгийн тайлангийн харьцааны шинжилгээний үр дүн*

Хувьсагчууд	Хамгийн бага утга	Хамгийн их утга	Дундаж	Стандарт хазайлт
Бие даалтын коэффицент	3.14%	95.57%	58.36%	26.57%
Бараа материалын эргэц	0.04	25.19	4.09	3.96
Авлагын эргэц	0.00	603.23	41.42	94.48
Өрийн харьцаа	4.43%	96.86%	41.63%	26.57%
Борлуулалтын өгөөж	-0.52	0.58	0.04	0.13
Үйл ажиллагааны ахуйц ашиг	-47.3%	1736.5%	20.28%	158.61%
Хөрөнгийн өгөөж	-8.93%	28.71%	3.71%	5.82%
Эздийн өмчийн өгөөж	-0.98	1.05	0.06	0.19
Түргэн хөрвөх хөрөнгийн харьцаа	0.02	7.17	1.14	1.20
Эргэлтийн харьцаа	0.24	13.77	2.58	2.20
Борлуулалтын мөнгөн урсгал	-0.64	0.76	0.05	0.18
Хүү болон татвар төлөхийн өмнөх ашиг	-8907345100.0	197697717600.0	9765837895.38	28508815049.747
Мөнгөн урсгалын харьцаа	-2.36	4.04	0.23	0.77

Компаниудын санхүүгийн тайлангийн харьцааны шинжилгээний үр дүнгээс статистикийн ерөнхий үзүүлэлтийг тооцож үзсэн. Судалгаанд хамрагдсан 12 компаниудын нэгжийн хувьд бие даалтын коэффицент 3.14-95.57% хооронд хэлбэлзэж, дундажаар 58.36 %-тай байна. Бараа материалын эргэцийг тооцож үзэхэд 0.04-25.19 хооронд хэлбэлзэж, дундажаар 4.09-тай байна. Авлагын эргэц 0-603.23 буюу авлагагүй ажилласан аж ахуй нэгж 1 байсан. Өрийн харьцаа 4.4%-96.8% дундажаар 41.6% байна. Борлуулалтын өгөөж -0.52-0.58 буюу дундаж утга нь 0.04-тэй байна. Үйл ажиллагааны ахуйц ашиг хамгийн бага утга нь -47.3%, хамгийн их утга нь 1736.5% байна. Хөрөнгийн өгөөж -8.93%-28.71% хооронд хэлбэлзэлтэй. Эздийн өмчийн өгөөжийн хувьд хамгийн бага утга нь -0.98 хамгийн их утга нь 1.05-тай байна. Түргэн хөрвөх хөрөнгийн харьцаа 0.02-7.17 дундажаар 1.14 байна. Эргэлтийн харьцаа хамгийн бага утга нь 0.24, хамгийн их утга нь 13.77 ба дундаж утга нь 2.58 байна. Борлуулалтын мөнгөн урсгал -0.64-өөс 0.76 хооронд хэлбэлзэж дундажаар 0.05-тай байна. Хүү болон татвар төлөхийн өмнөх ашиг хамгийн бага утга нь -8,907,345,100, хамгийн их утга нь 197,697,717,600 байна. Мөнгөн урсгалын харьцаа -2.36-аас 4.04-ийн хооронд хэлбэлзэлтэй дундажаар 0.23 утгатай байна. Өгөгдөл дугтуйлах аргачлалд ашигласан орц, гарцын статистик шинжилгээний үр дүнгээс харахад стандарт хазайлт өндөр байгааг харж болох бөгөөд энэ нь харьцангуй том, жижиг компаниудыг өгөгдөл болгон сонгосон болохыг харуулж байна.

Хүснэгт 2 *2022 оны санхүүгийн тайлангийн өгөгдөл дугтуйлах аргын шинжилгээ*

	Үр ашиг			
Шийдвэр гаргах нэгж	Техникийн үр ашиг	Цэвэр техникийн үр ашиг	Хуваарийн үр ашиг	Масштаб
Шийдвэр гаргах нэгж 1	0.97	0.97	1	Тогтмол өгөөжтэй
Шийдвэр гаргах нэгж 2	0.45	0.45	1	Тогтмол өгөөжтэй

Шийдвэр гаргах нэгж 3	1	1	1	Тогтмол өгөөжтэй
Шийдвэр гаргах нэгж 4	1	1	1	Тогтмол өгөөжтэй
Шийдвэр гаргах нэгж 5	1	1	1	Тогтмол өгөөжтэй
Шийдвэр гаргах нэгж 6	0.43	0.43	1	Тогтмол өгөөжтэй
Шийдвэр гаргах нэгж 7	0.99	1	0.99	Өгөөж нэмэгдүүлэх
Шийдвэр гаргах нэгж 8	0.37	0.37	1	Өгөөж нэмэгдүүлэх
Шийдвэр гаргах нэгж 9	1	1	1	Тогтмол өгөөжтэй
Шийдвэр гаргах нэгж 10	0.23	0.23	1	Тогтмол өгөөжтэй
Шийдвэр гаргах нэгж 11	0.67	0.67	1	Тогтмол өгөөжтэй
Шийдвэр гаргах нэгж 12	0.55	0.55	1	Тогтмол өгөөжтэй

Үр ашиг, бүтээмжийн шинжилгээг өгөгдөл дугтуйлах аргын гаралтад чиглэсэн BCC загвараар шинжилсэн. Шинжилгээний үр дүнгээс харахад үнэлгээнд хамрагдсан 12 аж ахуй нэгж нь 2022 онд 10 аж ахуй нэгж буюу 83.3% тогтмол өгөөжтэй, 2 аж ахуй нэгж буюу 16.6% нь өгөөж нэмэгдүүлэх утгатай байсан ба өгөөж буурсан байгууллага байхгүй.

Хүснэгт 3 *Өгөгдөл дугтуйлах аргын цонхны шинжилгээний үр дүн*

Шийдвэр гаргах нэгж	2013-2017	2014-2018	2015-2019	2016-2020	2017-2021	2018-2022	Дундаж
Шийдвэр гаргах нэгж 1	0.50	0.57	0.74	0.85	0.85	0.94	0.79
Шийдвэр гаргах нэгж 2	0.75	0.68	0.68	0.62	0.53	0.53	0.61
Шийдвэр гаргах нэгж 3	0.52	0.44	0.28	0.24	0.23	0.39	0.32
Шийдвэр гаргах нэгж 4	0.98	0.98	0.98	0.87	0.87	0.87	0.91
Шийдвэр гаргах нэгж 5	0.71	0.66	0.61	0.60	0.53	0.61	0.60
Шийдвэр гаргах нэгж 6	0.69	0.76	0.84	0.78	0.74	0.63	0.75
Шийдвэр гаргах нэгж 7	0.49	0.51	0.56	0.64	0.76	0.87	0.67
Шийдвэр гаргах нэгж 8	1	0.92	0.84	0.69	0.63	0.50	0.72
Шийдвэр гаргах нэгж 9	0.77	0.82	0.75	0.77	0.71	0.71	0.75
Шийдвэр гаргах нэгж 10	0.23	0.25	0.30	0.46	0.49	0.49	0.40
Шийдвэр гаргах нэгж 11	0.48	0.39	0.37	0.35	0.43	0.51	0.41
Шийдвэр гаргах нэгж 12	0.36	0.34	0.44	0.53	0.63	0.68	0.52

Шинжилгээний үр дүнд мөр тус бүрийн дундаж утгыг “Цонхоор дамжих дундаж” гэж нэрлэдэг бөгөөд үр дүнг дээрх хүснэгтээр харуулав. Үр ашгийн үзүүлэлтээс харахад шийдвэр гаргах нэгж 1, шийдвэр гаргах нэгж 7, шийдвэр гаргах нэгж 10, шийдвэр гаргах нэгж 12 байнгын өсөлттэй ажилласан байна. Харин шийдвэр гаргах нэгж 2, шийдвэр гаргах нэгж 8, шийдвэр гаргах нэгж 9-ийн хувьд 2013-2022 оны тайлант жилүүдэд буурсан үзүүлэлтийг харуулсан байна.

Өгөгдөл дугтуйлах аргын цонхны шинжилгээгээр үр ашиг хамгийн өндөр аж ахуй нэгжээр шийдвэр гаргах нэгж 4 түүний дараа шийдвэр гаргах нэгж 1 удаа дараа орсон байгаа нь шинжилгээний үр дүнгээс харагдаж байгаа боловч шийдвэр гаргах нэгж 4-ийн хувьд бүтээмж аажим буурсан үзүүлэлт ажиглагдаж байна.

ДҮГНЭЛТ

Онол, практикийн судалгааны ажлуудаас харахад санхүүгийн гүйцэтгэлийг үнэлэхдээ санхүүгийн харьцааны шинжилгээ, тэнцвэржүүлсэн онооны систем, хүчин зүйлийн хамаарлын шинжилгээ зэрэг шинжилгээнүүдийг түгээмэл ашигладаг болох нь харагдсан. Онолын судалгааны хүрээнд санхүүгийн гүйцэтгэлийг үнэлэх аргууд нь өөр өөрсдийн гэсэн онцлог шинж чанар, давуу болон сул талуудтай байдаг. Санхүүгийн үр дүнг үнэлэх, түүнийгээ хэрхэн сайжруулах арга замыг олж тогтоох хэрэгцээ шаардлага дотоод болон гадаад мэдээлэл хэрэглэгчдэд байсаар байгаа юм. Компанийн гүйцэтгэлийг үнэлгээнд олон арга, хандлагууд ашиглагддаг түүний нэг болох өгөгдөл дугтуйлах аргачлалыг ашигласан. Судалгааны үр дүнгээс харахад өгөгдөл дугтуйлах аргыг ашиглан 2022 оны үр ашгийн тооцож үзэхэд 10 аж ахуй нэгж тогтмол өгөөжтэй, 2 аж ахуй нэгж нь өгөөж нэмэгдүүлэх, өгөөж буурсан үзүүлэлттэй аж ахуй нэгж байхгүй байсан. Өгөгдөл дугтуйлах цонхны шинжилгээний үр дүнгээс 4 аж ахуй нэгж байнгын өсөлттэй, 3 аж ахуй нэгж буурсан үзүүлэлттэй байсан. Үр ашгийн оноогоороо өндөр, дундаж үр ашгийн оноогоороо 1 рүү дөхсөн 2 аж ахуй нэгж байсан. Цонхны шинжилгээний дундаж оноогоороо хамгийн өндөр байгаа аж ахуй нэгжийн хувьд судалгаанд хамрагдсан аж ахуй нэгжүүдээс үр ашгийн оноогоороо удаа дараа дээгүүр байр эзэлж байгаач үр ашиг нь аажим буурсан үзүүлэлт ажиглагдаж байна.

12 хувьцаат компанийн 10 жилийн санхүүгийн тайлангийн гүйцэтгэлийн хэмжилтийг үндэслэн жил бүрийн дундаж үр ашиг хэлбэлзэлтэй байсан. Энэ нь бидэнд мэдээллийн найдвартай байдлыг харуулж байна. Энэхүү судалгаа нь 10 жилийн санхүүгийн тайланг ашигласан бөгөөд зөвхөн хувьцаат компаниудын тайланг ашигласан. Тиймээс, цаашдын судлаач энэ судалгааг олон жилээр хийх мөн хувьцаат компаниудаас гадна өөр бусад олон нийтийн бус компаниуд дээр хийж болно.

АШИГЛАСАН МАТЕРИАЛ

(2015 оны June 19). legalinfo.mn: http://legalinfo.mn/law/details/11192?lawid=11192-ээс Гаргасан

Ablanedo-Rosas, J. H. (2010). A study of the relative efficiency of Chinese ports: a financial ratio-based data envelopment analysis approach. *The Journal of Knowledge Engineering*, 349-360.

Ballam, F. M. (2015). Financial performance evaluation of present petrochemical companies in stock exchange by data envelopment analysis. *Int. J. Productivity and Quality Management, Vol. 16, No. 1,* .

Bowlin, W. (1999). An analysis of the financial performance of defense business segments using data envelopment analysis. *Journal of Accounting and Public Policy, Vol. 18, Nos. 4–5*, 287–310.

Charnes, C. R. (1978). *Data Envelopment Analysis.*

Cooper, W. (2000). *Data Envelopment Analysis: A Comprehensive Text with Models, Applications, References, and DEA-Solver Software.* Netherlands: Kluwer Academic.

Fenyves, V. T. (2015). Financial Performance Evaluation of agricultural enterprises with DEA Method . *elsevier, ,* 423-431.

Halkos, G. a. (2004). 'Efficiency measurement of the Greek commercial banks with the use of financial ratios: a data envelopment analysis approach', . *Management Accounting Research, Vol. 15, No. 2,* 201–224.

Hollingsworth, &. P. (2003). Use of Ratios in data envelopment analysis. *Applied economics letters*, 733-735.

Otto, L. &. (2011). Benchmarking with DEA, SFA, and R. *Springer Science Business Media*.

Powers, J. a. (2000). Using data envelopment analysis to select efficient large market cap securities . *Journal of Business and Management Vol. 7, No. 2*, 31–42.

Vakil Alroaia, Y. (2023). Evaluating the Performance of Companies Listed in Tehran Stock Exchange based on Financial Ratios Using DEA (The Case of Chemical & Medical Company). *International Journal of Finance, Accounting and Economics Studies*, 1-14.

YU, B. G. (1995). A Goal Programming-Discriminant Function Approach to the Estimation of an Empirical Production Function Based on DEA Results . *Journal of productivity analysis.*

Article info: Mandakh Research, 2023, Vol.10, BUS 1003

МОНГОЛ ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЗАН ТӨЛӨВИЙН ОНЦЛОГИЙГ ТОДОРХОЙЛОХ НЬ (ОРГАНИК БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ ЖИШЭЭН ДЭЭР)

Баярсайхан Сайнжаргал[1a], Баасанжав Отгонжаргал[2b]

[1]Мандах их сургууль, Эдийн засаг бизнесийн тэнхимийн эрхлэгч, доктор

2Мандах их сургууль, Ахисан түвшний сургуулийн магистрант оюутан

[a]sainjargal@mandakh.edu.mn

[b]otgoo.b@gmail.com

ХУРААНГУЙ

Энэхүү судалгаандаа Монгол хэрэглэгчийн зан төлөв, тэр дундаа органик бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн худалдан авах шийдвэр гаргалтын онцлогийг тодорхойлохоор зорьсон шалтгаан нь органик бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн тоо нэмэгдэж, зах зээлийн хувьд тодорхой хэмжээний судалгааны ажлууд болон маркетинг төлөвлөлт хийх хэрэгцээ гарч байна. Тиймээс органик гаралтай бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн хандлагыг тодорхойлж, худалдан авах шийдвэр гаргалтанд нөлөөлөгч хүчин зүйлүүдийн хооронд давтамжийг тодорхойлохдоо судалгаандаа санамсаргүй түүврийн аргаар 391 иргэдийг хамруулсан ба судалгааны загварын дагуу хувьсагч тус бүрээр таамаглал дэвшүүлэн харилцан хамаарлын регрессийн шинжилгээний дагуу коэффициент бүрийн ач холбогдлыг тооцоолсон. Судалгааны төгсгөлд органик бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн зан төлөвийн онцлог, хэрэглэгчийн мэдлэг, үнэ цэн, бүтээгдэхүүний чанар, байгаль орчны үнэ цэн, эрүүл мэнд нь хандлагад хэрхэн нөлөөлж байгааг, хэрэглэгчийн худалдан авах сонирхолд хандлага хэрхэн нөлөөлж буйг статистик шинжилгээний үр дүнд нэгтгэн харуулсан.

Түлхүүр үг: Хэрэглэгчийн зан төлөв, Органик арчилгааны бүтээгдэхүүн, хэрэглэгчийн хандлага, эрүүл мэндийн мэдлэг, байгаль орчны талаархи мэдлэг

ОРШИЛ

Дэлхий 8 тэрбум хүн амтай болсон (Дэлхийн хүн амын тоо, 2022 он) хурдацтай өсөлтийн өнөө цагт бараа бүтээгдэхүүний зохисгүй хэрэглээнээс үүдэн хүний эрүүл мэндэд хамгийн их хор хөнөөлтэй гэж тооцогддог агаарын бохирдлын PM 2,5 тоосонцор (Дэлхийн агаарын чанарын тайлан, 2022) нэмэгдэж мөн дэлхий дээрх нийт газар нутгийн 75% нь хөрсний бохирдол үүсэж (Okafor, 2023), эдгээр бохирдолын хэм хэмжээ хараа хяналтаас гарч, байгаль орчны тогтвортой байдал алдагдан ойн түймэр, цаг уурын өөрчлөлт, байгалийн нөөцийн хомсдол, хөрсний доройтол зэрэг асуудлууд даамжирч байгаа нь бидний хувьд амьдрах орчин болон амьдралын хэв маяг өөрчлөгдөж байна. Эдгээр асуудлаас хамааран дэлхийн чиг хандлага тойрог эдийн засаг гэх ойлголт руу хувьсаж буй тул үйлдвэрлэгчид, хэрэглэгчид тогтвортой хөгжил, ногоон хэрэглээ, байгальд ээлтэй органик бүтээгдэхүүн хэрэглэхийг эрмэлздэг болсон. Эдийн засгийн энэхүү ойлголт (World Economics, n.d.) нь дахин боловсруулж ашиглаж болохуйц бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэх, улмаар хэмнэлттэй үр дүнтэй байх нөхцөлийг бүрдүүлэх эдийн засгийн загвар бөгөөд энэхүү загварыг хэрэгжүүлснээр байгаль орчинд дулаан ялгаруулалт багасах, материалын хэрэглээ багасах, газар ашиглалт сайжирч хөрс эрүүл байх зэрэг давуу талыг үүсгэх аж. Тийм ч учраас хүн бүр органик, байгалийн гаралтай бүтээгдэхүүнийг ахуй болон өдөр тутмын амьдралын хэв маяг болгохыг эрмэлздэг болсон энэ үед хэрэглэгчдэд эрүүл, байгалийн гаралтай орц найрлагатай, эрүүл мэндэд тустай бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгчид жил ирэх тусам улам өргөжиж байгаа нь сайшаалтай хэрэг юм. Үүнээс үүдэн үйлдвэрлэгч компаниудын хувьд органик бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн зан төлөвийн судалгаа хийх, тэдний хэрэгцээ шаардлагыг тодорхойлох хүсэл их болсоор байгаа юм.

Судалгааны үндэслэл

Сүүлиийн жилүүдэд органик бүтээгдэхүүн хэрэглэх хандлага нэмэгдсэн ч химийн найрлагатай бүтээгдэхүүний хэрэглээ буураагүй зах зээлийн 80%-ийг эзлэсээр байна. Химийн найрлагатай бүтээгдэхүүний хэрэглээ нь хүний эрүүл мэндэд хор уршиг учруулж байгааг хэрэглэгчид мэддэг тул органик бүтээгдэхүүнийг хэрэглэх хандлага аажмаар нэмэгдэж байгаа билээ. Иймд энэхүү судалгаагаар органик бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн зан төлөвийг хэмжих, түүнд нөлөөлж буй хүчин зүйлс болон тэдгээрийн талаарх Монгол хэрэглэгчдийн ойлголт, хандлагын түвшинг харуулахыг зорьсон. Практик ач холбогдол нь Монголд органик бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэгч, компани 2022 оны байдлаар 30 гаруй эрх бүхий гэрчилгээтэй үйлдвэрлэл эрхлэгчид байдаг ба тэдгээр компаниудад зах зээлээ илүү тэлэхэд ашиглагдаж болохуйц маркетингийн зөвлөмж боловсруулах юм.

Судалгааны зорилго, зорилт

Монгол хэрэглэгчийн органик бүтээгдэхүүн худалдан авч буй зан төлөвийг судлан үр дүнд нь маркетингийн оновчтой бодлого тодорхойлох.

Энэхүү зорилгод хүрэхийн тулд дараах **зорилтуудыг** дэвшүүллээ. Үүнд :

1. Хэрэглэгчийн зан төлөвийн талаарх онолыг харьцуулан судалж, судалгааны загварыг боловсруулах

2. Боловсруулсан загварын дагуу Монгол хэрэглэгчдийн органик бүтээгдэхүүний хэрэглээ, зан төлөвийн онцлогийг санамсаргүй түүврийн асуулга аргаар тодорхойлох

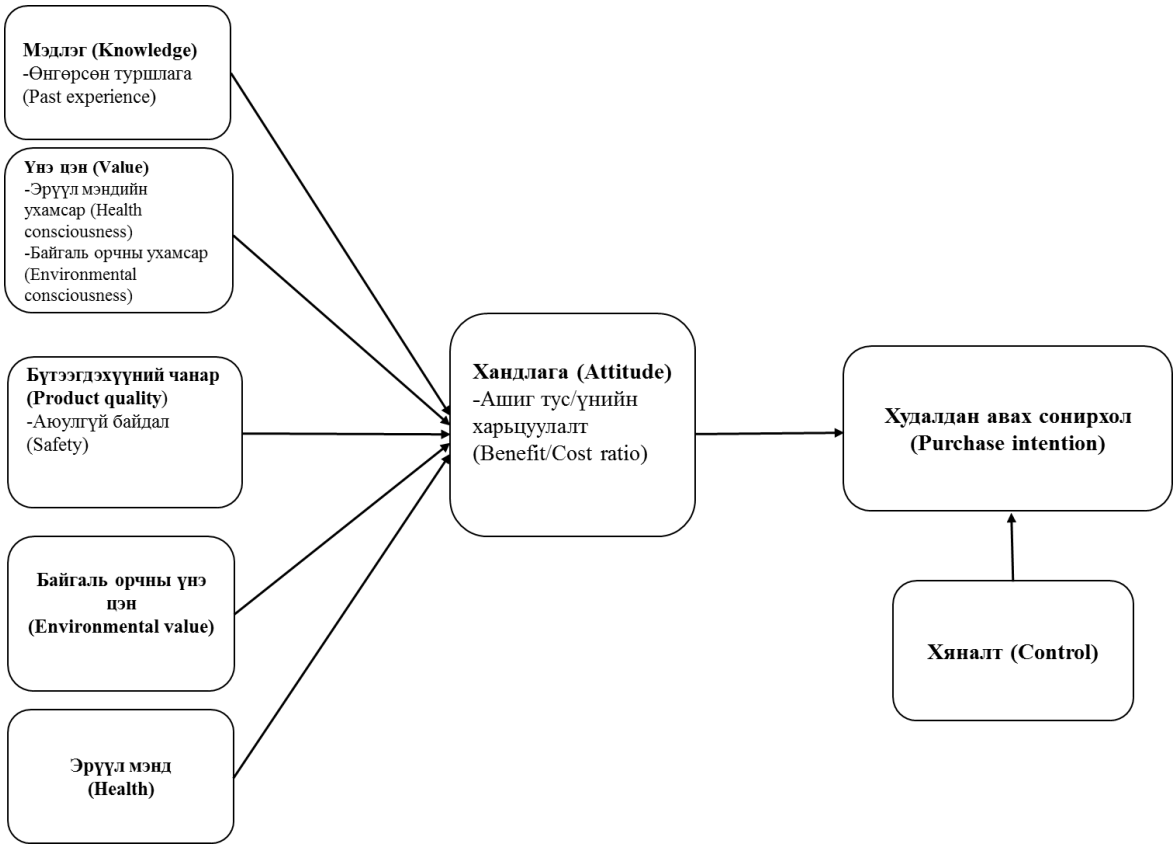
Судлагдсан байдал

Хэрэглэгчийн зан төлөв (Consumer behavior) гэдэг нь хэрэглэгч бүтээгдэхүүнийг худалдаж авах ба хэрэглэх явцдаа хийж байгаа үйлдэл гэж тодорхойлж болох бөгөөд өөрөөр тодорхойлбол хөдөлмөр, нийгэм, хамт олон болон өөртэйгээ харьцах харьцаанд илрэн гарч буй бие хүний ёс суртахуун, үйл ажиллагаа, хүсэл эрмэлзэл зэрэг шинж чанаруудыг тодорхойлох сэтгэл зүйн өвөрмөц онцлогуудын нийлбэр цогц юм (T.K, May, 2014). Зан төлөвийн онолын үндэс суурь нь төлөвлөгдсөн зан төлөвийн онол (The Theary of Planned Behavior-TPB) юм. Төлөвлөгдсөн зан төлөвийн онол нь учир шалтгаант үйлдлийн онолын өргөжүүлсэн хэлбэр бөгөөд энэ онолоор (Ajzen, The Theory of Planned Behavior, 1991) хэрэглэгчдийн зан төлөвд чиглэсэн хэрэглэгчдийн хандлага буюу итгэл үнэмшлээр тодорхой эцсийн зан төлөв тодорхойлогддог.

Төлөвлөгдсөн зан төлөвийн онолоор хандлага, субьектив норм, зан төлөвийн хяналт гэсэн 3 хүчин зүйл тухайн хүний сэдэлд нөлөөлдөг байна. Мөн төлөвлөгдсөн зан төлөвийн онол нь хувь хүмүүсийн ухамсарт хяналт нь бүрэн бус (хүн нэг л мэдхэд шийдвэр гаргачихсан байдаг) байдаг гэж тайлбарладаг (Ajzen, The Theory of Planned Behavior, 1985). Хэрэглэгчийн зан төлөвт нөлөөлдөг хүчин зүйлс нь тухайн салбар бүрт улам өргөжин судлагдсаар байгаа ба бүтцийн онцлогоос хамаараад хэрэглэгчийн худалдан авах шийдвэр гаргалт өөр байдаг. Энэ судалгаагаар органик бүтээгдэхүүний зан төлөв ямар байдаг талаар олон улсын судлаачдыг харьцуулан судлахад дараах байдалтай байна.

Органик болон байгалийн гаралтай арчилгааны бүтээгдэхүүний борлуулалтын хурдацтай өсөлт нь судлаачдын сонирхлыг татсан ч органик арчилгааны салбарын мэргэжилтнүүдийн дунд хийгдсэн ихэнх судалгаа нь хэрэглэгчийн зан төлөвийг бус маркетингийн стратегийг авч үзсэн байна (T.K, May, 2014). Судалгааны сэдвийн хүрээнд ногоон хэрэглэгчийн зан төлөвийн урьдчилсан таамаглал нь урьд өмнө хэрэглэж байсан төлөвлөгдсөн зан төлөвийн онолоор нотлогдсон (Bamberg, 2003) бөгөөд органик арьс/үс арчилгааны бүтээгдэхүүн худалдан авалтын чиг хандлагаар тайлбарлагддаг. Органик бүтээгдэхүүн хэрэглээний зан төлөв нь тэдний байгаль орчны талаарх мэдлэгээс хамаарахаас илүүтэйгээр тэдний хүйсийн ялгаанаас илүү шалтгаалж байна гэж дүгнэсэн байдаг. Эмэгтэйчүүд гэр бүлийнхээ эрүүл мэндэд эрчүүдээс илүү санаа тавьдаг, хүрээлэн буй орчин илүү эко байвал гэр бүлийн эрүүл мэндэд тустай гэсэн хандлагаар органик бүтээгдэхүүнийг түлхүү хэрэглэх зан төлөвтэй байдаг (Nagela Bianca do Prado, 2020) байна. Органик бүтээгдэхүүний маркетингийн хувьд эмэгтэйчүүд рүү чиглүүлбэл илүү үр дүнг үзүүлэх магадлал өндөр байна гэдгийг судлаач Нажела Бианка судалгаагаар баталсан байна (Nagela Bianca do Prado, 2020). Тодорхой сегментээс гадна байгаль орчинд ээлтэй, хор хөнөөл багатай үйлдвэрлэл эрхлэх үйл явц нь чухал гэж үздэг болсон ба ногоон маркетингийн онолыг үйл ажиллагаандаа нэвтрүүлэн ажилладаг гэж тодорхойлсон. Ногоон маркетингийн онолын хувьд байгууллагуудын эдийн засаг, нийгэм, байгаль орчны хариуцлагын шинэ хэмжүүрийг онцолж өгсөн (Nora Amberg, 2019). Иймээс зан төлөвийн хандлага, түүнд нөлөөлж байгаа хүчин зүйлсийг бодолцон үзэж орчин үед органик бүтээгдэхүүн хэрэглээний хувьд маркетинг стратегидаа ашиглах шаардлага гарч байгаа юм.

Ногоон хэрэглээ буюу органик гаралтай бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдэд тохирох онол судалгааг хэрэгжүүлж ажиллах нь энэ зах зээл дээр үйлдвэрлэл, худалдаа эрхэлж байгаа жижиг дунд бизнес эрхлэгчдэд ашигтай байх болов уу хэмээн дүгнэж байна. Дээрхи зан төлөвийн онолын судалгааны үр дүнд судалгааны ажлын гол хамрах хүрээнд тохируулан загвараа хийсэн ба дараах зургаар харуулав.



Зураг 1.1 Органик бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн худалдан авах сонирхолд нөлөөлөх хүчин зүйлсийг тооцох судалгааны загвар

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол: Чамал Гамлате (Chamal Gamalathge, 2022)*-ын загварт үндэслэн боловсруулав.*

Органик бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн хандлага нь олон хүчин зүйлстэй хамааралтай ба худалдан авах сонирхолд мэдлэг, үнэ цэн, бүтээгдэхүүний чанар, байгаль орчны үнэ цэн, эрүүл мэнд зэрэг төлөв байдлын хүчин зүйлс, мөн хүйс, нас, орлого, гэр бүлийн байдал, мэргэжил, боловсрол гэсэн эдгээр хүн ам зүйн буюу хяналтын хэмжигдэхүүнүүд нөлөөлнө гэж үзсэн. Органик бүтээгдэхүүний хэрэглэгчийн хэмжигдэхүүн нь мэдлэг, үнэ цэн, бүтээгдэхүүний чанар, байгаль орчны үнэ цэн, эрүүл мэндийн гэсэн хувьсагчдаар хэмжигдэх юм. Иймд энэхүү онолын загварт үндэслэн дараах таамаглалыг дэвшүүлж байна.

H1: Органик бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн мэдлэг нь хандлагад эерэг нөлөөтэй

H2: Органик бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн үнэ цэн хандлагатай эерэг нөлөөтэй

H3: Органик бүтээгдэхүүний бүтээгдэхүүний чанар хандлагад эерэг хамаарал үзүүлнэ

H4: Органик бүтээгдэхүүний байгаль орчны үнэ цэн хандлагад эерэг хамаарал үзүүлнэ

H5: Органик бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн эрүүл мэндийн талаарх зан төлөв хандлагад ЭЕРЭГ хамааралтай

H6: Органик бүтээгдэхүүн хэрэглэгчийн худалдан авах сонирхолд хандлага эерэг нөлөөтэй

H7: Органик бүтээгдэхүүн худалдан авах сонирхолд хяналтын хүчин зүйл эерэг нөлөөтэй

СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

Судалгааны зорилгын дагуу боловсруулсан загварыг илэрхийлэх хувьсагчдыг тодорхойлох асуулгыг өмнөх эрдэмтдийн туршлагаас үндэслэн боловсруулж, судалгааны асуулт хариултууд оновчтой зөв эсэхийг шалгах үүднээс урьдчилсан тестээр гүүгл форм дээр асуулга оруулан 31 хүнээс туршилтын судалгаа авч, урьдчилан тест хийж үзсэн. Урьдчилсан тестийн дараагаар асуулгын чанарыг сайжруулан түүвэр олонлог болох 391 хүнийг судалгаандаа хамруулж, статистик дүн шинжилгээг хийхдээ SPSS 23 программ хангамжийг ашигласан. Судалгааны түүвэрт дүн шинжилгээ хийхэд тодорхойлогч статистик, нэг хэмжээст тархалын цуваа буюу давтамж олох, харьцаат хэмжигдэхүүний найдвартай байдал, судалгааны хувьсагчид түүврийн хүчин зүйлс тус бүрийг шинжлэхэд фактор шинжилгээ, шугаман регрессийн шинжилгээ, хоёр талт буюу олон хүчин зүйлийн шинжилгээ (кросс таб)-г, кластер шинжилгээг ашигласан. Судалгааг онлайн хэлбэрээр авсан учраас Улаанбаатар хотын дүүргүүд, хөдөө орон нутгийн бүсээс гэсэн сонголттойгоор оруулсан.

СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

Судалгааны асуулгын үзүүлэлт, хэмжигдэхүүн, эх сурвалжийг өмнөх судлаачдын судалгааны ажлуудын үр дүнг үндэслэн хувьсагч бүрийн асуулгыг харьцуулан судалсны үндсэн дээр дараах эх сурвалжуудыг ашигласан болно.

Хүснэгт 1.1 *Судалгааны асуулгын үзүүлэлт, хэмжигдэхүүн, эх сурвалж*

Хувьсагч(Variable)	Үзүүлэлт (Indicator)	Эх сурвалж	Хэмжүүр
Мэдлэг (Knowledge)	✓ Бүтээгдэхүүний мэдлэг ✓ Өнгөрсөн туршлага	(Chamal Gamalathge, 2022), (Kim & Chung, 28/1 2011), (Bamberg, 2003)	5 Point Likert Scale
Үнэ цэн (Value)	✓ Эрүүл мэндийн ухамсар ✓ Байгаль орчны ухамсар	(Nagela Bianca do Prado, 2020), (T.K J. , May, 2014)	5 Point Likert Scale
Байгаль орчны үнэ цэн (Environmental value)	✓ Органик орц найрлага ✓ Хүрээлэн буй орчны бохирдол ✓ Байгальд ээлтэй сав баглаа/хог хаягдалгүй	(Bamberg, 2003), (Chamal Gamalathge, 2022), (Nora Amberg, 2019)	5 Point Likert Scale
Бүтээгдэхүүний чанар (Product quality)	✓ Брэндийн нэр хүнд ✓ Аюулгүй байдал ✓ Чанар	(Sushant Kumar, 2021), (Jyoti Rana, 2017),	5 Point Likert Scale
Эрүүл мэнд (Health)	✓ Эрүүл мэндийн оролцоо ✓ Эрүүл мэндийн сэрэмжтэй байдал	(Jyoti Rana, 2017), (Chamal Gamalathge, 2022)	5 Point Likert Scale
Хандлага (Attitude)	✓ Эерэг хандлага ✓ Ашиг тус/үнийн харьцуулалт ✓ Байгаль орчинд ээлтэй	(Chamal Gamalathge, 2022) (Kim & Chung, 28/1 2011),	5 Point Likert Scale
Худалдан авах зорилго (Purchase intention)	✓ Чанар ✓ Бусдад санал болгох ✓ Олдоц ✓ Өндөр үнээр байсан ч худалдан авах хүсэл эрмэлзэл	(Jyoti Rana, 2017), (Kim & Chung, 28/1 2011)	5 Point Likert Scale
Хяналт (Control)	✓ Нас, хүйс ✓ Нийгмийн хүчин зүйлс	(Mary Rani Thomas, 2021)	

Эх олонлогийн хувьд түүврийн оновчтой тоо хэмжээг сонгох тал дээр түүвэр судалгааг хамгийн багадаа 384 хүнээс авна гэж үзсэн ба нийт 391 хүн бөглөж, түүнээс чанарын шаардлага хангахуйц 384 өгөгдөл дээр шинжилгээ хийж дүгнэлт гаргав.

Судалгааны загварын дагуу органик бүтээгдэхүүн хэрэглэчдийн зан төлөвт нөлөөлөх долоон хүчин зүйлийн 35 хэмжигдэхүүн нь хүчин зүйлсийг тайлбарлаж чадаж байгаа эсэх буюу ач холбогдлыг шалгах зорилгоор фактор хүчин зүйлчийн шинжилгээ хийсэн. Нийт долоон хүчин зүйл дээр 47 хэмжигдэхүүн асуулга байсан ба түүнээс найдвартай байдлын шинжилгээгээр үнэ цэнийн 2 хэмжигдэхүүн, бүтээгдэхүүний чанарын 6 хэмжигдэхүүн, хандлагийн 4 хэмжигдэхүүн нь хүчин зүйлийн хамаарал бага байсан тул хасч, 7 хүчин зүйлийн 35 хэмжигдэхүүний асуулга тус бүр дээр шинжилгээ хийсэн.

Хүснэгт 1.2 *Найдвартай байдлын шинжилгээ*

№	Хүчин зүйл		Factor	KMO	Cronbach	Mean	Min	Max	Variance
1	Мэдлэг		0.795-0.904	0.787	0.885	3.421	3.205	3.605	0.033
2	Үнэ цэн	Эрүүл мэндийн ухамсар	0.780-0.868	0.878	0.889	3.577	3.314	3.724	0.033
		Байгаль орчны ухамсар	0.804-0.815		0.818	3.408	3.367	3.448	0.003
3	Байгаль орчны үнэ цэн		0.705-0.874	0.83	0.877	3.836	3.407	4.101	0.067
4	Бүтээгдэхүүний чанар	Аюулгүй байдал	0.905-0.925	0.751	0.903	3.685	3.564	3.747	0.011
5	Эрүүл мэнд		0.909-0.938	0.915	0.958	3.959	3.868	4.021	0.004
6	Хандлага		0.825-0.937	0.789	0.911	4.021	3.84	4.218	0.036
7	Худалдан авах сонирхол		0.751-0.893	0.907	0.938	3.662	3.322	3.915	0.046

Тус шинжилгээний үр дүнд дээрхи хүчин зүйлүүд нь найдвартай байдлын хувьд мөн бусад үзүүлэлтүүдээр хангалттай шаардлага хангахуйц байгааг илтгэж байна.

Зохицолын регрессийн шинжилгээ

Үндсэн загварын дагуу зохицлын регрессийн шинжилгээ хийхээс өмнө үл хамаарах болон хамааран хувьсагч хоорондын ач холбогдлын шинжилгээг хийж үзэхэд дараах байдалтай байна.

Хүснэгт 1.3 *Хамааран хувьсагчдын ач холбогдолын шинжилгээ*

ANOVA[a]					
д/д	Бие даасан хувьсагчид болон зуучлагч хувьсагч	R	F	Sig	Beta
1	Мэдлэг-Хандлага	0.226	91.863	.000b	0.475
2	Үнэ цэн-Хандлага	0.340	167.007	.000b	0.583
3	Бүтээгдэхүүний чанар-Хандлага	0.398	216.745	.000b	0.631
4	Байгаль орчны үнэ цэн-Хандлага	0.439	253.806	.000b	0.663
5	Эрүүл мэнд-Хандлага	0.508	339.034	.000b	0.712

a. Dependent Variable: FAC1_Хандлага

*Хамаарах хувьсагч Хандлага (Зуучлагч хувьсагч)

Үл хамаарах хувьсагч болон хамаарах хувьсагч хоорондын ач холбогдлын шинжилгээг хийж үзэхэд үйлчилгээний чанар F=91.863-339.034 хооронд байгаа ба p(sig)= .000[b] байгаа тул регрессийн тэгшитгэл ач холбогдолтой байна. Зохицолын регрессийн шинжилгээг хүснэгт 2.6-д харуулав.

Хүснэгт 1.4 *Зохицолын регрессийн шинжилгээний нэгтгэл*

д/д	**Зохицолын регрессийн шинжилгээний үр дүн**	**Beta**	**Ratio**	**Sig**	**R**
1	Мэдлэг-Худалдан авах сонирхол	B1=0.547	B1>B2	.000[b]	0.300
	Мэдлэг-Хандлага-Худалдан авах сонирхол	B2=0.298		.000[c]	0.494
2	Үнэ цэн-Худалдан авах сонирхол	B1=0.684	B1>B2	.000[b]	0.468
	Үнэ цэн-Хандлага-Худалдан авах сонирхол	B2=0.456		.000[c]	0.563
3	Бүтээгдэхүүний чанар-Худалдан авах сонирхол	B1=0.650	B1>B2	.000[b]	0.422
	Бүтээгдэхүүний чанар-Хандлага-Худалдан авах сонирхол	B2=0.397		.000[c]	0.515
4	Байгаль орчны үнэ цэн-Худалдан авах сонирхол	B1=0.631	B1>B2	.000[b]	0.398
	Байгаль орчны үнэ цэн-Хандлага-Худалдан авах сонирхол	B2=0.361		.000[c]	0.484
5	Эрүүл мэнд-Худалдан авах сонирхол	B1=0.697	B1>B2	.000[b]	0.485
	Эрүүл мэнд-Хандлага-Худалдан авах сонирхол	B2=0.479		.000[c]	0.528

a. Dependent Variable: FAC1_Худалдан авах сонирхол

Зохицолын регрессийн шинжилгээний хувьд R_2 >0.5 байгаа учраас тэгшитгэл хамааралтай байна. Мэдлэг, үнэ цэн, бүтээгдэхүүний чанар, байгаль орчны үнэ цэн, эрүүл мэндийн байдал, хандлага болон худалдан авах сонирхолын хоорондын зохицлын регрессийн шинжилгээний үр дүнгээр p(sig)<0.05-аас бага гарсан тул ач холбогдолтой. Мөн тэгшитгэлүүд B1>B2 байгаа тул зуучлалын нөлөөтэй гэж үзнэ. Тиймээс таамаглал H1, H2, H3, H4, H5 нь зохицолын регрессийн шинжилгээний үр дүнгээр батлагдаж байна. Судалгааны загварын дагуу зуучлагч хувьсагч нь хараат хувьсагчтай эерэг хамааралтай эсэхийг шинжилснийг доорх хүснэгтээр харуулж байна.

Хүснэгт 1.5 *Хандлага худалдан авах сонирхолд эерэг хамааралтай эсэх хүчин зүйлийн шинжилгээ*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	R Square
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.010	.042		-.231	.818	
	FAC1_Хандлага	653	.042	.653	15.473	.000[b]	.426

a. Dependent Variable: FAC1_Худалдан авах сонирхол

Хандлага нь хэрэглэгчийн худалдан авах сонирхолтой эерэг нөлөөтэй ба ач холбогдолтой гэж үзэж байна. Иймхүү дэвшүүлсэн таамаглал H6 батлагдлаа.

Хувьсагчид хоорондоо хамааралтай эсвэл хамааралгүйг шинжлэх хоёр талт crosstab шинжилгээгээр таамаглал H7 батлагдаж байна.

Мөн олон хүчин зүйлсийн нөлөөллийг олох буюу хоёр талт “crosstab” буюу харьцуулсан шинжилгээ хийсэн. Хоёр талт шинжилгээний үр дүн ач холбогдолтой эсэхийг илэрхийлэх шинжилгээг дараах хүснэгтүүдэд харуулж байна.

Хүснэгт 1.6 *Хүйс болон худалдан авах сонирхолын харьцуулсан шинжилгээ*

			Худалдан авах сонирхол		Total
			Өндөр	Бага	
14.Таны хүйс	Эрэгтэй	Count	25	24	49
		% of Total	7.6%	7.3%	14.9%
	Эмэгтэй	Count	197	83	280
		% of Total	59.9%	25.2%	85.1%
Total		Count	222	107	329
		% of Total	67.5%	32.5%	100.0%

Кросстаб шинжилгээний үр дүнгээс харахад судалгаанд оролцогчдын 67.5% нь органик бүтээгдэхүүн худалдан авах сонирхолтой ба үүнээс 59.9% эмэгтэй, 7.6% нь эрэгтэй байгаагаас үзэхэд органик бүтээгдэхүүн худалдан авах сонирхолтой хэрэглэгчдийн дийлэнх хувийг эмэгтэйчүүд эзэлж байгаа нь харагдаж байна.

Хүснэгт 1.7 *Хүйс болон худалдан авах сонирхолын хи-квадрат тест*

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	7.105[a]	1	.008		
Continuity Correction[b]	6.251	1	.012		
Likelihood Ratio	6.751	1	.009		
Fisher's Exact Test				.012	.007
Linear-by-Linear Association	7.084	1	.008		
N of Valid Cases	329				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15.94.

b. Computed only for a 2x2 table

Хи квадрат тестийн үр дүнд P<0.05-аас бага байгаа учир Органик гаралтай бүтээгдэхүүн худалдан авах сонирхолд хүйсийн ялгаа нөлөөтэй гэсэн үр дүн гарсан байна.

Хүснэгт 1.8 *Ам бүл болон худалдан авах сонирхолын харьцуулсан шинжилгээ*

			Худалдан авах сонирхол		Total
			Өндөр	Бага	
16.Таны ам бүлийн тоо?		Count	0	1	1
		% of Total	0.0%	.3%	.3%
	Ганц бие	Count	21	13	34
		% of Total	6.4%	4.0%	10.3%
	1-2	Count	20	19	39
		% of Total	6.1%	5.8%	11.9%
	3-4	Count	111	50	161
		% of Total	33.7%	15.2%	48.9%
	5-6	Count	70	23	93
		% of Total	21.3%	7.0%	28.3%
	7-с дээш	Count	0	1	1
		% of Total	0.0%	.3%	.3%
Total		Count	222	107	329
		% of Total	67.5%	32.5%	100.0%

Ам бүл болон худалдан авах сонирхолын кросстаб шинжилгээний үр дүнгээс харахад ам бүлийн тоо 3-4 гишүүнтэй бүлэг нь органик гаралтай бүтээгдэхүүн худалдан авах сонирхол хамгийн өндөр буюу 33.7% эзэлж байна. Ам бүлийн тоо 7-с дээш болон ганц бие хүмүүс органик гаралтай бүтээгдэхүүн худалдан авах сонирхолгүй байдаг нь судалгааны үр дүнгээс харагдаж байна.

Хүснэгт 1.9 *Ам бүл-Худалдан авах сонирхолын хи-квадрат тест*

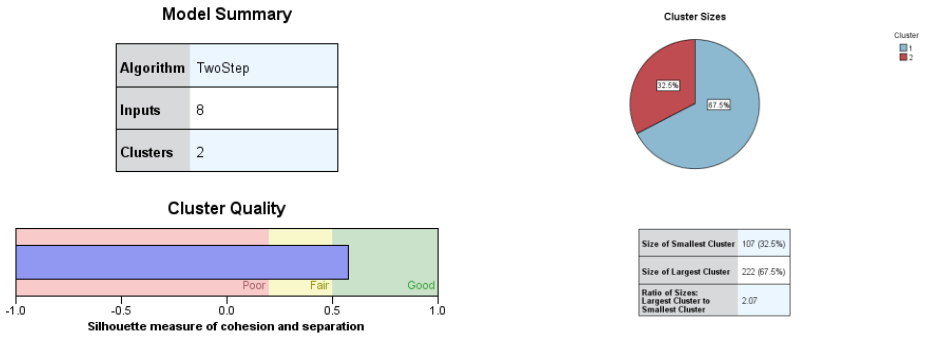
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.047[a]	5	.034
Likelihood Ratio	12.223	5	.032
N of Valid Cases	329		

a. 4 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .33.

Хи квадрат тестийн үр дүнд P<0.05-аас бага учир Органик гаралтай бүтээгдэхүүн худалдан авах сонирхолд ам бүлийн тоо ялгаатай байна гэдэг нь дээрх хүснэгтээс харагдаж байна. Дээрх хүснэгт 1.6-1.9 үзүүлсэн үр дүнгээс харахад хүйс болон ам бүлийн тоо ялгаатай гарсан. Тийм учраас хараат хувьсагч буюу худалдан авах сонирхолд хяналтын зүйл нь эерэг нөлөөтэй учир таамаглал Н7 батлагдаж байна.

Кластер шинжилгээ (Cluster Analysis)

Нийт судалгаанд хамрагдагсдыг онцлог шинж чанараар нь ангилахын тулд Two-Step кластер аргыг ашиглан Кластер шинжилгээг хийсэн. Энэхүү шинжилгээ нь судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн асуулт бүрт хариулсан хариултуудын ижил төстэй байдал дээр тулгуурлан үүсэх боломжтой сегментүүдийг тодорхойлдог арга ба судалгааны үр дүн дараах байдалтай гарсан.



Зураг 1.2 Кластер шинжилгээний үр дүн

Үр дүнг тайлбарлавал 8 шкал хэмжигдэхүүнээр 2 кластерт хуваагдсан. Кластерийн чанарын (Cluster Quality) хувьд сайн ангилж чадсан ба бүлэг болгоход 2 бүлэг болсноос 67.5% буюу 222 хүн, 32.5% 107 хүн орсон байгаа нь харагдаж байна. Иймээс маш их эерэг хандлагатай хэрэглэгчид хамгийн их хувийг их хувийг эзлэж байгаа нь тус шинжилгээгээр тодорхой харагдаж байна.

Органик гаралтай бүтээгдэхүүн хэрэглэгчдийн хандлагад нөлөөлж буй хүчин зүйлс, худалдан авах сонирхол нь юунаас хамаарч байгаа зэргийг судалгааны шинжилгээгээр тооцоолон гаргасан.

Судалгааны загварын дагуу хувьсагч тус бүрээр таамаглал дэвшүүлэн харилцан хамаарлын хувьсагчийг олон таамаглалын дагуу коэффициентийг олсон. Үр дүнг дараах хүснэгтээр харуулав.

Хүснэгт 1.10 *Таамаглалын үр дүн*

Таамаглал (Hypotheses)	Харилцан хамаарал (Relationships)	t	B	Тогтмол хувьсагч Хандлага-Худалдан авах зорилго H7	Коэффициентийн зам (Path coefficient)	Үр дүн (Result)
H1	Мэдлэг-Хандлага	9.54	0.475		0.310***	Дэмжигдсэн (Supported)
H2	Үнэ цэн-Хандлага	12.923	0.583		0.380***	Дэмжигдсэн (Supported)
H3	Бүтээгдэхүүний чанар-Хандлага	13.564	0.605		0.395***	Дэмжигдсэн (Supported)
H4	Байгаль орчны үнэ цэн-Хандлага	15.931	0.663		0.432***	Дэмжигдсэн (Supported)
H5	Эрүүл мэнд-Хандлага	18.413	0.712	0.653***	0.464***	Дэмжигдсэн (Supported)

Хүснэгтэд харуулснаар зохицолын регресийн шинжилгээ хийж харилцан хамаарлын хувьсагчийг тогтмол хувьсагчид үржүүлснээр нийлбэр гарах ба таамаглалын үр дүн дэмжигдэх эсэхийг олсон. Үр дүнд нь таамаглалууд дэмжигдсэн. Судалгаанаас хархад судалгаанд хамрагдагсдын 67.5% нь органик гаралтай бүтээгдэхүүн худалдан авах сонирхолтой, дийлэнх хувийг нь эмэгтэй хүмүүс эзлэж байсан, мөн гэр бүлтэй, 3-4 болон 5-

6 ам бүлтэй гэр бүлийн хувьд органик гаралтай бүтээгдэхүүнийг худалдан авах сонирхолтой байдаг байна. Үүнээс үзэхэд хүүхэдтэй гэр бүл илүү эрүүл мэнддээ анхаардаг, эрүүл мэндэд сөрөг нөлөөгүй, эрүүл эко, байгальд ээлтэй бүтээгдэхүүнийг сонгон хэрэглэдэг байна.

СУДАЛГААНЫ ДҮГНЭЛТ, САНАЛ

Судалгааны үр дүнд органик гаралтай бүтээгдэхүүнийг ихэвчлэн 2-4 хүүхэдтэй гэр бүл сонгож хэрэглэдэг ба тэдгээр бүлгийн хүмүүс эрүүл мэндээ илүү анхаарч, аль болох эко сонголтыг хийх гэж эрмэлздэг болох нь ажиглагдлаа. Тийм учраас ам бүлийн гишүүдийн тоо олон өрхөд сонголтод эерэгээр нөлөөлөх маркетинг төлөвлөгөө боловсруулах нь органик бүтээгдэхүүний зах зээл дээр үйл ажиллагаагаа тэлж, ашигтай ажиллах магадлал өндөр байна.

Мөн энэ зах зээлийн хувьд органик гаралтай бүтээгдэхүүний хэрэглээний хувьд хэсэг бүлэг хүмүүсийн хүрээлэл байгаа нь ажиглагдсан учраас зорилтот зах зээлээ тэлэхийн тулд зар сурталчилгааны сувгаа өргөсгөх, зөвхөн өөрийн хүрээлэлдээ биш илүү массыг хамарсан сувгуудыг ашиглах нь зүйтэй.

Судалгааны явцад ажиглагдсан зүйл дээр тулгуурлан мөн дараах зөвлөмжийг хүргэж байна.

- Органик бүтээгдэхүүн хэрэглэх нь эрүүл мэндэд сөрөг нөлөөгүй гэсэн бодит туршлага дээр үндэслэж нийгмийн сүлжээгээр зөв мэдээллийг хүргэх
- Байгальд ээлтэй бүтээгдэхүүн таны амьдралд ямар эерэг өөрчлөлт авчрах талаар контент мэдээллийг өгсөнөөр хэрэглэгчийн худалдан авах сонирхолыг нэмэгдүүлэх
- Органик гаралтай бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн мэдлэг, ойлголтыг сайжруулах

Энэхүү судалгааны ажил нь зөвхөн органик гаралтай бүтээгдэхүүн тэр дундаа ахуйн бүтээгдэхүүний талаарх хэрэглэгчдийн зан төлөвт тулгуурлаж судалгаагаа хийсэн тул шууд органик бүтээгдэхүүний зах зээлд хэрэглэх боломжтой зөвлөмжүүдийг өгөөгүй болно. Мөн дээрх зөвлөмж нь хэрэглэгчдийн ерөнхий зан төлөвийн үзүүлэлт дээр үндэслэн судлаачийн зүгээс гаргаж буй санаа бөгөөд маркетингийн стратегид бүрэн тусгахын тулд судалгааны үр дүнг илүү нарийвчлан харахаас гадна бизнесийн бусад мэдээллийг харгалзан үзэх шаардлагатай.

АШИГЛАСАН МАТЕРИАЛ

Athanassopoulos. (2001). Behavioural responses to customer satisfaction: An empirical study. *European Journal of Marketing*.

Bagozzi, R. (1986). *Principles of marketing managemen.* Chicago: Science Research Associates.

Baker, J. D. (1994). The influence of store environment on quality inferences and store image. *Journal of the Academy of Marketing Science 24*, no. 4: 328-39.

Beatty, S. a. (1998). Impulse buying: Modeling its precursor. Journal of precursor. *Journal of Retailing*, 74, no. 2: 169–91.

Bitner, M. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56, no. 2: 57–71.

Bloemer, J. R. (1999). inking perceived service quality and service loyalty: a multi-dimensional perspective. *European Journal of Marketing*.

Boulding, W. K. (1993). A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioural intentions. *Journal of Marketing Research*.

Bovell, G. P. (2013). Marketing pharmaceutical and cosmetic products to the mature market. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 357-373.

Brown, T. C. (1993). Research note: improving the measurement of service quality. *Journal of Retailing*.

Cronin, J. a. (1992). Measuring service quality: a re-examination and extension. *Journal of Marketing*.

Donovan, R. a. (1982). Store atmosphere: An environmental psychology approach. *Journal of Retailing*, 58, no. 1: 34–57.

Eroglu, S. K. (2001). Atmospheric qualities of online retailing: A conceptual model and implications. *Journal of Business Research*, 54: 177–84.

Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: the Swedish experience. *Journal of Marketing*.

Fornell, C. a. (1987). Defensive marketing strategy by customer complaint management: a theoretical analysis. *Journal of Marketing Research*.

Goldberg, L. (1990). An alternative “description of personality”: The Big-Five factor structure. *Journal of personality and social psychology*, 59(6), 1216-1229 https:// doi: 10.1037/0022-3514.59.6.1216. An alternative “description of personality”:: https:// doi: 10.1037/0022-3514.59.6.1216-ээс Гаргасан

Hur, W.-M. K. (2010). Food- and situation-specific lifestyle segmentation of kitchen appliance market. *British food journal*, 112(3), 294-305 https://doi.org/10.1108/00070701011029165.

Mattila, A. a. (2008). The role of store environmental stimulation and social factors on impulse purchasing. *Journal of Services Marketing*, 22, no. 7: 562–67.

Mehrabian, A. a. (1974). *An approach to environmental psychology*. Cambridge: M.I.T. Press.

Olsen, S. O. (2002). Comparative evaluation and the relationship between quality, satisfaction, and repurchase loyalty. *Journal of the Academy of Marketing Science*.

Ostrom, T. (1969). The relationship between the affective, behavioral, and cognitive components of attitude. *Journal of experimental social psychology*, 5(1), 12-30. https://doi: 10.1016/0022-1031(69)90003-1.

Parasuraman, A. B. (1991). Understanding customer expectations of service. *Sloan Management Review*.

Vazifehdoost, H. A. (2012). The role of psychological traits in market Mavenism using big five model. *International journal of management and business research*, 2(3), 243–252.

Wells, W. &. (1971). Activities, interests, and opinions. *Journal of advertising research*, 11(4), 27-35.

Zeithaml, V. B. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*.

ХАВСРАЛТ 1. Судалгаанд оролцогчдын ерөнхий мэдээлэл

Хүн ам зүйн мэдээлэл	n	%	Хүн ам зүйн мэдээлэл	n	%
Хүйс			Гэрлэлтийн байдал		
Эрэгтэй	55	14.3	Ганц бие	0	10.4
Эмэгтэй	327	84.9	1-2	48	12.5
			3-4	186	48.3
			5-6	104	27.0
			7-дээш	2	.5
Нас			Ажил эрхлэлтийн байдал		
17 ба түүнээс доош нас	7	1.8	Төрийн байгууллага	87	22.6
18-25	8	17.7	Хувиараа бизнес эрхлэгч	74	19.2
26-35	32	34.3	Бизнесийн байгууллагын ажилтан	130	33.8
36-45	10	28.6	Оюутан	39	10.1
46-55	43	11.2	Тэтгэвэрт	19	4.9
56 ба түүнээс дээш нас	22	5.7	Ажилгүй	22	5.7
			ЕБС-ийн сурагч	11	2.9
Бүс нутаг			Өрхийн орлого		
Баянзүрх	80	20.8	1 сая төгрөг хүртэл	35	9.1
Баянгол	77	20.0	1.1-2 сая төгрөг	122	31.7
Сонгино хайрхан	45	11.7	2.1-4 сая төгрөг	149	38.7
Сүхбаатар	53	13.8	4.1-6 сая төгрөг	46	11.9
Хан-Уул	76	19.7	6.1-8 сая төгрөг	17	4.4
Чингэлтэй	24	6.2	8.1-10 сая төгрөг	3	.8
Хөдөө орон нутаг	26	6.8	10.1-ээс дээш сая төгрөг	5	1.3

Article info: Mandakh Research, 2023, Vol.10, BUS 1004

ИНФЛҮҮНСЭР МАРКЕТИНГИЙН ХУУЛЬ ЭРХ ЗҮЙН ЗОХИЦУУЛАЛТЫН ТУХАЙ

(ЕВРОПЫН ХОЛБООНЫ УЛСУУДЫН ЖИШЭЭН ДЭЭР)

Б.Золзаяа[1a]

[1]Мандах Их сургууль, ЭЗБТ-ийн багш

[a]zolzaya@mandakh.edu.mn

ХУРААНГУЙ

Дэлхий дахин дахь техник технологийн хөгжилд суурилсан нийгэм, эдийн засгийн хурдацтай өөрчлөлт нь олон улсад хууль эрх зүйн шинэ тутам зохицуулалтыг зайлшгүй шаардах болсны нэг нь инфлүүнсэр маркетингийг зохицуулах хууль, эрх зүйн зохицуулалтын асуудал юм. Учир нь өнөө цагт инфлүүнсэр хэмээх онлайн орчинд хэдэн арав, зуун мянга, саяар тоологдох дадагчтай хүмүүс бий болж, тэд нэг улс үндэстний дотор, цаашлаад олон улсын хэмжээнд хүн ард, хэрэглэгчдийн амьдралд ихээхэн нөлөөтэй байх болсон билээ. Гэвч гол асуудал нь тэдний өөрсдийн дагагчид, олон нийтэд улс төр, үзэл суртал, эдийн засгийн ашиг сонирхлын төлөөх болон бусад зорилгоор түгээж, нөлөөлж буй мэдээллээс үүдэж нийгмийн амьдралд олон асуудал үүсэх болсон нь дэлхийн олон орон, ялангуяа хөгжингүй орнуудаас эхлэн тухайн нөлөөлөгчийн хариуцлагын ёс зүйн хэм хэмжээг хуулиар зохицуулж өгөх болсон юм. Тухайлбал, АНУ-д "Холбооны Худалдааны Комисс"-оос инфлүүнсэрүүдийн үйл ажиллагаанд хяналт тавьдаг байна. Харин манай улсад инфлүүнсэр маркетинг зохицуулсан хууль эрх зүйн тусгай зохицуулалт хараахан бий болоогүй байгаа нь ирээдүйд нэгэнт шаардагдах энэ асуудалд гадаадын улс орнуудын туршлагыг судлах нь энэ төрлийн эрх зүйн харилцаанд чухал ач холбогдолтой юм. Иймд бид энэ удаа дижитал орчны эрх зүйн зохицуулалтаар дэлхийд түүчээлж, сайн туршлагад тооцогддог Европын Холбооны гишүүн улс орнуудын инфлүүнсэр маркетингийн хууль эрх зүйн зохицуулалтын талаар судалж, танилцуулахыг зорив. Үүний тулд инфлүүнсэр маркетингтай холбоотой хууль эрх зүйн баримт бичгүүд болох хоёрдогч эх үүсвэрийн өгөгдөлд тулгуурлан чанарын судалгааг контент анализын аргаар хийсэн болно.

Түлхүүр үг: дижитал маркетинг, инфлүүнсэр, Европын Холбоо, эрх зүйн зохицуулалт

ОРШИЛ

Инфлүүнсэр гэдгийг онлайн орчинд Instagram, Facebook, YouTube, Twitter зэрэг олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийг ашиглан тодорхой салбаруудад танигдсан хувь хүн гэсэн ойлголт түгээмэл байдаг. Гэвч энэ нь илүү өргөн цар хүрээнд авч үзэх ойлголт. Учир нь практикт инфлүүнсэр нь хувь хүн, байгууллага, амьтан байхаас гадна хиймэл оюун ухаан болон бусад технологийн дэвшлийг ашиглан виртуаль инфлүүнсэр, аватар, дижитал дүр зэрэг эд зүйлийн буюу бодит хүн бус инфлүүнсэрүүдийг үүсгэх болсон юм. Иймд өнөөдөр эрдэмтэд инфлүүнсэрийн талаар нэгдсэн нэг тодорхойлолтод хараахан хүрээгүй байна[1].

Инфлүүнсэр маркетинг (influencer marketing) гэдэг нь тэдгээр инфлүүсэрийг ашигласан технологийн дэвшлийн үндсэн дээр бий болсон дижитал орчин дахь зар сурталчилгааны нэгэн хэлбэр юм. Сүүлийн үед бизнес эрхлэгчид инфлүүнсэр маркетингийг зорилтот хэрэглэгчдэд мэдээллийг түгээх, худалдан авалтад хөтлөх хамгийн оновчтой аргуудын нэг хэмээн үзэх болсон нь түүнийг зар сурталчилгааны зах зээлд хүчтэй тэлэхэд хүргэсэн юм. Үүнийг дэлхийн зар сурталчилгааны инфлүүнсэр маркетингийн зах зээл 2016 онд 1.7 тэрбум доллар байсан бол 6 жилийн дараа буюу 2022 онд 28 тэрбум ам.долларт хүрсэн[2] өсөлттэй байгаагаас харж болно. Гэвч инфлүүнсэр маркетингийг илүү ёс зүйтэй, хариуцлагатай байлгах хэрэгцээ шаардлага улам бүр тулгамдаж байгаа нь энэ асуудлыг хууль эрх зүйн хүрээнд зохицуулах зайлшгүй шаардлагыг буй болгож байна. Учир нь:

- Энэ төрлийн зар сурталчилгааны хүрээнд бусдад тухайн бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг худалдан авалт хийх сэдэл төрүүлэх, худалдан авахад ятгах, худалдан авалтын дараах үр дүнг сайн байх болно хэмээн итгүүлэх үйл явц өрнөдөг. Инфлүүнсэрүүдийн нөлөөг нийгмийн эмзэг бүлгүүд шууд тусган авах нь түгээмэл байдаг тул контентууд нь хориотой эсвэл насны хязгаарлалттай байх ёстой агуулгатай эсэхийг хянах шаардлагатай. Судалгаагаар өсвөр үеийнхний 70 хувь нь уламжлалт одуудаас илүү YouTube-ийн инфлүүнсэрүүдтэй илүү байнгын харилцаа холбоотой[3] байдаг гэж мэдээлсэн байдаг.
- Уламжлалт зар сурталчилгааны эсвэл хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах тухай хууль, тогтоомжууд энэ төрлийн зах зээлд холбогдох шинэ ойлголтуудыг хамарч чадахгүй байгаа тул инфлүүнсэр маркетингийн хэм хэмжээг зааж өгөх зэргээр шинэчлэх зайлшгүй нөхцөл бүрэлдэж байна.

Зарим улс орнууд энэхүү нийгмийн өөрчлөлтөд мэдрэг хандаж тусгайлсан хууль, дүрэм журам, зөвлөмж, гарын авлага зэргийг бий болгосон бол зарим улсууд нь зөвхөн уламжлалт зар сурталчилгааг зохицуулсан хуультай үүгээрээ далд зар сурталчилгааг хориглосон нөхцөл байдалтай байдаг. Манай улсын хувьд зар сурталчилгааны тухай хууль нь 6 бүлэг

---

[1] Sylvia Chan-Olmsted, Hyehyun Julia Kim Influencer marketing dynamics: The roles of social engagement, trust, and influence, хуудас 99-122

[2] https://www.statista.com/study/132109/advertising-report-influencer-advertising/

[3] O'Neil-Hart, C., & Blumenstein, H. (2016, July). Why YouTube stars are more influential than traditional celebrities. Think with Google. https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-strategies/video/youtube-stars-influence/

29 зүйлтэйгээр хэрэгждэг ч тус хуулийн хамрах хүрээ нь дижитал орчин дахь зар сурталчилгааг зохицуулах шинэчлэл хараахан хийгдээгүй бөгөөд далд сурталчилгааг хориглоно[4] гэснээс өөр заалтгүй байна. Харин Европын Холбооны улсууд нь дижитал орчны эрх зүйн зохицуулалтаараа сайн туршлагад тооцогддог байна. Иймээс энэ удаад тус бүс нутгийн улсуудын хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалахаар гаргасан инфлүүнсэр маркетингийн хууль, эрхзүйн зохицуулалтууд, баримт бичгүүдийг агуулгыг танилцуулах замаар инфлүүнсэр маркетингийн хууль эрхзүйн зохицуулалтын нөхцөл байдлыг тодорхойлохоор оролдлоо. Үүний тулд:

- Европын Холбооны улсуудын инфлүүнсэр маркетингийг практикт ямар хууль эрхзүйн бичиг баримтанд үндэслэн ямар байгууллага хариуцан зохицуулж байгаа талаар тоймлон харуулах;
- Инфлүүнсэр маркетингийн талаар тусгайлан боловсруулсан дүрмүүдэд агуулгын шинжилгээ хийж товч танилцууллаа.

Европын Холбооны улсуудын инфлүүнсэр маркетингийн эрх зүйн зохицуулалтын талаар өмнө нь хийгдсэн судалгааны ажлууд ихэвчлэн зарим улс орон эсвэл бүс нутгуудын эрх зүйн нөхцөл байдлыг харьцуулсан, танилцуулсан хэлбэрээр бичигдсэн байсан ба бүхэлд нь авч үзсэн эрдэм шинжилгээний өгүүлэл хараахан олдоогүй юм. Харин Европын Парламент[5] нь инфлүүнсэр маркетингд хэрэглэгчийг хамгаалах талаарх судалгааны тайлан, Европын Зар Сурталчилгааны Стандартын Холбоо[6] нь инфлүүнсэр маркетингийн сайн туршлагын талаарх зөвлөмжийг 2 удаа хэвлүүлсэн байна. Иймээс энэ удаад ЕХ-ны бүх улс орнуудын засгийн газрын цахим хуудсууд дахь инфлүүнсэр маркетингийн эрх зүйн зохицуулалтын талаарх албан ёсны мэдээллийг ашиглаж индуктив контент анализ аргыг хэрэглэж хууль эрхзүйн зохицуулалтын нөхцөл байдлыг ангилал үүсгэж тоймлон харуулсан чанарын судалгааг хийлээ. Индуктив контент анализ арга нь урьдаас төсөөлөөгүй ангилал, онолгүйгээр тус тусдаа байгаа өгөгдлийг цуглуулж, дүн шинжилгээ хийж нэгтгэн ерөнхий дүгнэлт гаргах арга юм[7]. Хайгуул шинжилгээний тус арга нь шинээр гарч ирж буй хэв маяг, үзэгдэл, үзэл баримтлалыг тодорхойлоход илүүтэй тохирдог тул сонгосон.

ЕВРОПЫН ХОЛБООНЫ УЛСУУДЫН ИНФЛҮҮНСЭР МАРКЕТИНГИЙН ТАЛААРХ ХУУЛЬ ЭРХ ЗҮЙН ЗОХИЦУУЛАЛТУУДЫН ТОЙМ

Европын Холбооны улсуудад “Дижитал үйлчилгээний тухай” хууль[8]-иар дижитал орчин дахь үйлчилгээ тэр дундаа инфлүүнсэр маркетингийн харилцааг зохицуулдаг. Гэвч дийлэнх улсууд өөрийн орны хуулиудад инфлүүнсэр маркетингийн талаар зүйл, заалтуудыг

[4] https://legalinfo.mn/mn/detail/259 (Зар сурталчилгааны тухай МУ-ын хууль)

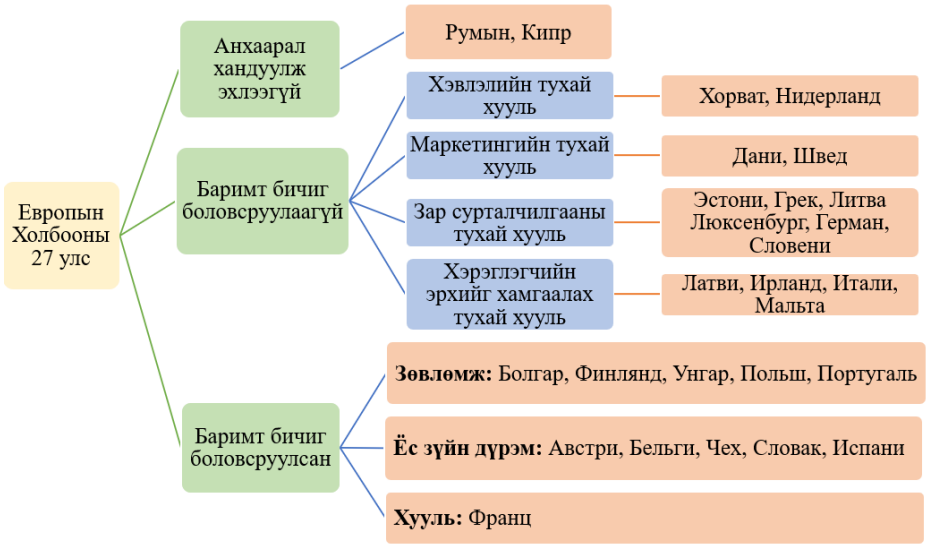
[5] Европын Парламент, (2022). The impact of influencers on advertising and consumer protection in the Single Market. https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_STU(2022)703350

[6] EASA, (2023). Best Practice Recommendation on Influencer Marketing Guidance. https://www.easa-alliance.org/publications/best-practice-recommendation-on-influencer-marketing-guidance_v2023/

[7] Neuendorf, K.A. (2001). The Content Analysis Guidebook.

[8] https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj (ЕХ-ны “Дижитал үйлчилгээний хууль”)

нэмж оруулах, цаашлаад зөвхөн инфлүүнсэр маркетингийн харилцааг зохицуулах хуулийг баталсан байна. Европын Холбоо одоогийн байдлаар 27 гишүүн улстай бөгөөд эдгээр улс орнуудын инфлүүнсэр маркетингийн харилцааг зохицуулж буй эсэхээр нь авч үзвэл хараахан анхаарал хандуулж эхлээгүй 2 улс, инфлүүнсэр маркетингийн талаар тусгайлсан баримт бичиг боловсруулаагүй ч холбогдох хуулиудад нэмэлт өөрчлөлт хийх замаар энэ төрлийн харилцааг зохицуулж байгаа 14 улс, инфлүүнсэр маркетингийн талаар тусгайлсан баримт бичиг боловсруулсан 11 улс хэмээн ангилж болохоор байна. Үүнийг дараах зурагт харууллаа.



Зураг 2. ЕХ-ны улсуудын инфлүүнсэр маркетингийн хууль эрхзүйн орны нөхцөл байдал

Эх сурвалж: (Судлаачийн тооцоолол)

Дийлэнх улс орнууд тусгайлан инфлүүнсэр маркетингийн харилцааг зохицуулахдаа хэвлэл мэдээллийн, маркетингийн, зар сурталчилгааны болон хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах хуулиудаар нэмэлт өөрчлөлт хийх замаар зохицуулж иржээ. Гэсэн хэдий ч сүүлийн үед зарим улс орнууд холбогдох хуулийн заалтуудыг хэрхэн мөрдөж ажиллах талаар зөвхөн инфлүүнсэрүүдэд зориулсан зөвлөмж, гарын авлага, ёс зүйн дүрэм гэх мэт баримт бичгүүдийг гаргах болжээ. Жишээлбэл, Унгар улс “Шударга бус харилцааны тухай” хуулиараа инфлүүнсэр маркетингийг зохицуулах боловч хуулинд заасны дагуу инфлүүнсэрүүд юуг хийж болох юуг хийж болохгүй талаар зөвлөмжийг[9] 2017 онд гаргасан байна. Польш улс “Өрсөлдөөн ба хэрэглэгчийг хамгаалах тухай” хуулиар инфлүүнсэр маркетингийн харилцааг зохцуулдаг хэдий ч 2022 онд нэмэлтээр практик жишээнүүдийг тусгасан инфлүүнсэрүүдийн дагаж мөрдөх зөвлөмжийг[10] бий болгосон. Харин Австри, Бельги, Чех, Словак, Испани улсууд нь инфлүүнсэрүүдийн дагаж мөрдөх “Ёс зүйн дүрэм”-

[9] https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/en/actualities/aktualis_hirek_gvh_megfeleles_velemenyvezer_2017_11_30_a&inline=true (Бүгд Найрамдах Унгар Улсын Өрсөлдөөнийг Зохицуулах Газар)

[10] https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18898 (Бүгд Найрамдах Польш Улсын Өрсөлдөөн, Хэрэглэгчийн төлөө газар)

ийг боловсруулсан байна. Тэдгээр ёс зүйн дүрмүүд нь ерөнхийдөө зар сурталчилгааны эсвэл хэрэглэгчийг хамгаалах хуулиудийн зүйл заалт дээр үндэслэсэн байв. Харин Франц Улс “Дижитал сурталчилгааны харилцаа” гэсэн дүрмийг[11] 2018 онд баталж хамгийн сүүлд 2022 оны 1 сарын 1-нээс шинэчлэн баримталж байгаад 2023 оны 6 сарын 9-өөс “Арилжааны нөлөөллийг зохицуулах, нийгмийн сүлжээн дэх нөлөөлөгчдийн хэт их үйл ажиллагаатай тэмцэх тухай” хуулийг[12] баталсан. Эндээс харахад улс орнууд инфлүүнсэр маркетингийн харилцааг зохицуулах үйл явц нь тодорхой түвшинтэйгээр өрнөж байна гэж хэлж болохоор байна. эхний шатанд зар сурталчилгааны эсвэл хэрэглэгчийн эрхийн тухай хуульд нэмэлт өөрчлөлт хуулийн зүйл заалтаар зохицуулж байгаад дараагийн шатанд тэдгээр хуулийн зүйл заалтуудыг инфлүүнсэрүүд болон зар сурталчилгааны агентлаг, захиалагч брэндүүдэд зориулсан зөвлөмж, ёс зүйн дүрэм хэлбэрээр таниулж хүргэж байна. Харин эцсийн шатанд инфлүүнсэр маркетингийн харилцааг тусгайлан салбарын тухай хуулийг баталж зохицуулж зохицуулж буй нь харагдаж байна.

ИНФЛҮҮНСЭР МАРКЕТИНГИЙГ ХАРИУЦАЖ АЖИЛЛАДАГ АЛБАН БАЙГУУЛЛАГУУД

Инфлүүнсэр маркетингийн харилцааг уламжлалт зар сурталчилгааны эсвэл хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалсан хуулиудын нэмэлт өөрчлөлтөөр зохицуулж байгаатай холбоотойгоор инфлүүнсэр маркетингийн харилцааг зохицуулж хариуцах байгууллагууд нь ялгаатай байна. Үүнийг дараах зургаас харж болно.



Зураг 3. ЕХ-ны улсуудын инфлүүнсэр маркетингийг хариуцах байгууллагууд

Эх сурвалж: (Судлаачийн тооцоолол)

Ерөнхийдөө Европын Холбооны орнуудад өрсөлдөөн, хэрэглэгчийг хамгаалах эсвэл зар сурталчилгаа хариуцсан гэсэн хоёр чиг үүргийн байгууллагууд инфлүүнсэр

[11] https://www.arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/recommandation-communication-publicitaire-numerique/#toc_1_2 (Франц Улс, Зар Сурталчилгааны мэргэжлийн зохицуулах байгууллага)

[12] https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000047663185

маркетингийн талаарх хууль эрхзүйн хяналтыг тавьдаг байна. Харин Чех[13], Словак[14] улсууд нь “Ёс зүйн дүрэм” онлайн платформ ажиллуулж ёс зүйн дүрмийн талаар мэдээлэл өгөх, инфлүүнсэрүүд, зар сурталчилгааны агентлагууд, захиалагч брэндүүдийг ёс зүйн кодонд гарын үсэг зуруулж бүртгэх, платформоор дамжуулан тэднийг нийгмийн хариуцлагатай гэдгийг иргэдэд таниулах мөн иргэдээс хууль зөрчсөн инфлүүнсэр маркетингийн зар сурталчилгааны талаар гомдол хүлээн авах ажлуудыг зохион байгуулж байна. Инфлүүнсэрүүдийн хувьд тус платформд бүртгэлтэй байснаар хууль, дүрмийг дагаж нийгмийн хариуцлагатай байхаас гадна инфлүүнсэрүүдийн мэдээлэл тус платформд байршснаар гадаад болон дотоодын захиалга нэмэгдэх боломж бүрдсэн. Иймээс Чех, Словак улсуудын харъяа төрийн байгууллага нь инфлүүнсэр маркетингийг зохицуулах платформ буюу цахим дэд бүтцийг үүсгэсэн нь дижитал орчинд өрнөдөг инфлүүнсэр маркетингийн харилцааг зөв зохистой удирдахад томоохон ахиц дэвшил авчирч чадсан хэмээн харж байна.

ИНФЛҮҮНСЭР МАРКЕТИНГИЙН ЁС ЗҮЙН ДҮРМҮҮД БОЛОН ХУУЛИЙН ТУХАЙ ТОВЧ

Энэ хэсэгт Австри, Бельги, Чех, Испани улсуудын инфлүүнсэр маркетингийн ёс зүйн дүрэм болон Франц улсын шинээр баталсан хуулийн талаар товчхон танилцууллаа. Австрийн ёс зүйн дүрэм 3 зүйл, Чехийн ёс зүйн дүрэм 7 зүйлтэй, Бельгийн ёс зүйн дүрэм 10 зүйлтэй, Испаний ёс зүйн дүрэм 5 бүлэг 17 зүйлтэй, Франц улсын хууль нь 2 бүлэг 18 зүйлтэй байв.

Австри[15]

Инфлүүнсэр маркетингийн ёс зүй, ёс суртахууны удирдамжийн хувьд Австрийн Зар сурталчилгааны зөвлөл”-өөс эрхлэн гаргасан “Зар сурталчилгааны салбарын ёс зүйн дүрэм”-ий баримтлах бөгөөд тус дүрмийн 1.8-д инфлүүнсэр маркетингийн тухай зааж өгсөн байдаг. Тус дүрэмд зар сурталчилгааны компаниуд зар сурталчилгааны захиалга өгөх эсвэл төлбөр төлөх үед нийгмийн мэдээллийн сувгууд дахь харилцаа холбоонд шууд нөлөөлдөг тул инфлүүнсэрүүдээс гадна зар сурталчилгааны компаниуд үйлчлүүлэгчдийн өмнө хариуцлага хүлээхийг зааж өгсөн бөгөөд инфлүүнсэрүүд ялангуяа 18 нас хүртэлх залуу хэрэглэгчдэд хариуцлагатай, үлгэр дуурайлтай байхыг чухалчилсан байдаг. Ингэхдээ 1.8.1-д хүүхэд залуучуудад шууд чиглэсэн сурталчилгааны хувьд сурталчилж буй бүтээгдэхүүнийг худалдан авахыг ил болон далд уриалга гаргаж болохгүй хэмээн заасан байдаг. Сурталчилгаа хийхдээ эрүүл мэндэд хортой зан үйл, эрүүл мэнд, бие махбодид хор учруулахуй бие махбодийн хортой хэлбэр, хэмжээг(биеийн жин) сурталчилахгүй байх ёстой. Мөн сэтгэлзүйн болон нийгмийн хүчирхийлэл гаргасан үйлдэл гаргахгүй байх

[13] https://ferovyinfluencer.cz/ (Бүгд Найрамдах Чех Улс, Интернет Хөгжлийн Холбоо)

[14] https://kodexinfluencermarketingu.sk/ (Бүгд Найрамдах Словак Улс, Интерактив зар сурталчилгааны хороо)

[15] https://werberat.at/layout/ETHIK_KODEX_1_2021_END.pdf

бөгөөд үүнд хувь хүн, бүлгүүдийг үл тоомсорлох, доромжлох, заналхийлэх, айдас төрүүлэх, цаашлаад “тоглох (pranking)” гэх мэт үйлдлүүд багтана.

Бельги[16]

2018 онд анх Бельги улсын Харилцаа холбооны газраас инфлүүнсэрийн талаарх зөвлөмж боловсруулж байсан бол 2021 онд ёс зүйн дүрэм шинээр гаргасан байна. Тус ёс зүйн дүрэмд инфлүүнсэр маркетингийн бизнесийн харилцаа үүссэн хэмээн үзэх 8 нөхцлийг нарийвчлан зааж инфлүүнсэр нь захиалагчтай тогтоосон харилцаагаа ил тод байлгаж шударгаар “төлбөртэй” гэсэн шошго тавихыг шаарддаг. Учир нь тухайн контентоос болж үүсэх хариуцлагыг инфлүүнсэр үүрдэг байна. Мөн ёс зүйн дүрэмд хүүхдэд чиглэсэн зар сурталчилгаа, согтууруулах ундаа агуулсан ундаа, хоол хүнс, машин, гоо сайхны бүтээгдэхүүн, азын тоглоом гэх мэт бүтээгдэхүүнийг сурталчлах тал дээр онцгой анхаарахыг сануулсан байдаг.

Чех[17]

Зар сурталчилгааны тухай хуулийг дагаж мөрдөх ба инфлүүнсэрүүд ямар нэгэн брэнд эсвэл компаниас бүтээгдэхүүнээ өгч контентэнд оролцуулсан бол өөрсдөө худалдаж авсан дүр эсгэх ёсгүй хэмээн зар сурталчилгаагаа шошголох ёстой. Мөн инфлүүнсэрүүд бүтээгдэхүүн, үйлчилгээтэй холбоотой туршлагаа худал хэлэх эсвэл нуух ёсгүйгээс гадна инфлүүнсэр, брэнд, агентлагууд нь зар сурталчилгааг зохицуулах байгууллагын анхааруулгыг дагаж, таагүй нөхцөл байдал үүссэн тохиолдолд засаж залруулах үүрэгтэй байдаг. Инфлүүнсэр, брэнд, агентлагууд нь хэрэв тухайн инфлүүнсэрийн үзэгчдийн 25-аас дээш хувь нь насанд хүрээгүй хүмүүсээс бүрддэг бол архи, тамхи, мөрийтэй тоглоом зэрэг сурталчлах хориотой эсвэл зохицуулалттай бүтээгдэхүүнийг сурталчлах боломжгүй юм.

Испани[18]

Тус улсын хувьд компани буюу инфлүүнсэрүүдэд захиалга өгч үйлчилгээ авч буй талын үүргийг чухалчилж авч үзсэн бөгөөд тэд энэ ёс зүйн дүрмийг мөрдөхийн тулд дотоод хяналтыг хэрэгжүүлэх ёстой хэмээжээ. Мөн контентийн агуулгад хяналт тавиад эргэлзэх зүйл гарсан тохиолдолд зар сурталчилгааг хариуцсан байгууллагын техникийн албанд контентийн агуулгыг илгээж урьдчилан хянуулж журмын дагуу ажиллах боломжийг бүрдүүлсэн ажээ. Инфлүүнсэр маркетингийн ёс зүйн дүрмийн хэрэгжилтэд хяналт тавихдаа иргэдийн хяналт, захиалагч компанийн дотоод хяналт, төрийн байгууллагын хяналтын хороо гэсэн гурван оролцогч талуудыг хамруулахаар заасан байна.

Франц[19]

Францын “Зар Сурталчилгааны Мэргэжлийн Өөрийгөө Зохицуулах байгууллага” нь анх (ARPP) 2010 онд бүх төрлийн дижитал сурталчилгааны харилцаанд нийтлэг дүрмийг

---

[16] https://www.jep.be/wp-content/uploads/2022/04/influencers_FR.pdf

[17] https://ferovyinfluencer.cz/kodex

[18] https://www.autocontrol.es/wp-content/uploads/2020/10/codigo-de-conducta-publicidad-influencers.pdf

[19] https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/article_jo/JORFARTI000047663204

зааж өгсөн “Дижитал зар сурталчилгааны харилцааны зөвлөмж”-ийг гаргаж улмаар 2017 онд дахин шинэчилсэн байдаг. Харин 2023 онд инфлүүнсэр маркетингийн “Арилжааны нөлөөллийг зохицуулах, нийгмийн сүлжээн дэх инфлүүнсэрүүдийн хэт их үйл ажиллагаатай тэмцэх” тухай хоёр бүлэг 18 зүйл бүхий хуулийг баталсан. Тус хууль нь уламжлалт хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр согтууруулах ундаа, санхүүгийн бүтээгдэхүүн, спортын бооцоо тавих, гоо сайхны эм, мэс засал, эрүүл мэндийн процедурыг сурталчлах, никотиныг сурталчлах, эмчилгээнээс татгалзахыг уриалах (эмчилгээг зогсоох эсвэл орлуулахыг зөвлөх)[20] гэх мэтийг сурталчлахыг хориглосон байдагтай адилхан хориглох заалтуудтай.

“Арилжааны нөлөөллийг зохицуулах, нийгмийн сүлжээн дэх нөлөөлөгчдийн хэт их үйл ажиллагаатай тэмцэх” хуулийн эхэнд тус хууль нь нэгдүгээрт инфлүүнсэрүүдийг дэмжих, хоёрдугаарт хэрэглэгчдийг хамгаалах гэсэн хоёр үндсэн чиг үүрэгтэй хэмээн бичсэн байдаг. Инфлүүнсэрүүдийг дэмжих хэсэгт насанд хүрээгүй инфлүүнсэрүүдийн хөдөлмөр хамгааллын заалтууд багтаж тэдний инфлүүнсэрийн үйл ажиллагаанаас олох орлогыг насанд хүрэх хүртэл нь төр хамгаалалтандаа авах бөгөөд насанд хүрээгүй инфлүүнсэрүүдийн орлогын 90%-иас багагүй хэсгийг эцэг эх, асран хамгаалагчид холбогдох газрын нийгмийн байцаагч нарт мэдэгдэх шаардлагатайг зааж өгсөн. Мөн энэ хэсэгт брэндүүд, агентлаг, инфлүүнсэрүүдийн хооронд гэрээ байгуулахдаа заавал бичгэн хэлбэртэй байх үүрэг оруулж өгсөн нь цөөн тооны дагагч нартай жижиг инфлүүнсэрүүдийг[21] хохирч үлдэхээс хамгаалахад чиглэгдсэн байна. Тус хуулинд инфлүүнсэр маркетинг хийхэд зориулсан “Сайн туршлагын хөтөч” хэмээх 20 хуудастай зөвлөмжийг инфлүүнсэрүүд, агентлаг, брэндүүдэд тараах материал хэлбэрээр, онлайнаар түгээх идэвхжүүлэлтийн ажлыг, хариуцлагатай нөлөөллийн бага хурлыг жил бүр зохион байгуулахаар зааж өгсөн байна.

Энэхүү хуулийн хоёр дахь чиг үүрэг нь хэрэглэгчдийг, ялангуяа нийгмийн эмзэг бүлгийнхнийг хамгаалахаас бүрддэг ба тус чиг үүргийн хүрээнд “Арилжааны нөлөөллийн хороо”-г яаралтай байгуулахаар тусгасан. Тус хороог Өрсөлдөөн, хэрэглэгчийн асуудал, залиланг хянах ерөнхий газарт (DGCCRF) 15 төлөөлөгчтэйгээр байгуулж нийгмийн сүлжээг хянах, Signal Conso[22] дээр хүлээн авсан мэдээллүүдийг шалгаж, хариу өгөх, мэдээлэл үндэслэлтэй бол зохих шийтгэл оногдуулах үүргийг олгосон. Тодруулбал, энэ хороо нь бусад эрх бүхий байгууллагуудтай хамтран хориг арга хэмжээ авах, инфлүүнсэрийн нийгмийн сүлжээний дансыг хаах, шаардлагатай бол зөрчил гаргасан

[20] Францын Засгийн газар “Еховагийн гэрчүүд” болон бусад шинэ шашны гаж урсгалуудын аливаа өвчин, ослоос болж амь эрсдэх хэмжээнд ирсэн ч эмнэлгийн үйлчилгээнээс татгалзах, цус сэлбэхгүй байх, цэргийн алба хаахгүй байх, улс төрийн сонгуульд санал өгөхгүй байх зэргийг уриалдаг хууль эрхзүйн зөрчилтэй сургаал номлолыг иргэдэд сэрэмжлүүлэх идэвхжүүлэлтийн ажлыг 1995 оноос хойш тасралтгүй хийж ирсэн.

[21] Инфлүүнсэрүүдийг нано инфлүүнсэр 1000-аас цөөн дагалдагчтай, микро инфлүүнсэр 1000-100.000 дагалдагчтай, макро инфлүүнсэр 100.000-1.000.000 дагалдагчтай, мега инфлүүнсэр 1.000.000-аас дээш дагалдагчтай хэмээн дагагчдын тоогоор нь ангилдаг.

[22] Signal Conso нь Хэрэглэгчийн асуудал, өрсөлдөөн, залилангаас урьдчилан сэргийлэх ерөнхий газрын (DGCCRF) олон нийттэй харилцахаар нэвтрүүлсэн гар утасны аппликейшнд суурилсан үнэ төлбөргүй үйлчилгээ бөгөөд хэрэглэгчдийн зүгээс компаниудад тулгарч буй асуудлын талаар төрд мэдээлэх боломжийг олгодог.

тохиолдолд асуудлыг шүүх рүү шилжүүлэх эрхтэй. Инфлүүнсэрүүдийн хувьд хэрэглэгчдийг хамгаалах тухай асуудал дээр засварласан видео, дүрсийг ил тодоор “Засварласан” хэмээн шошголох, нүүр царай, дүрсийг дүрслэх зорилготой хиймэл оюун ухааны аливаа процессоор бүтээгдсэн зургуудад "Виртуал зураг" гэсэн шошго заавал тавих үүргүүдийг хүлээхээр оруулж өгсөн байв.

Дүгнэж хэлбэл тус хуулинд инфлүүнсэр маркетингийн салбар дахь даатгал, татвар, гадаадын инфлүүнсэрүүдийн хариуцлага гээд олон шинэ асуудлуудын талаарх зохицуулалтуудыг дэлхийд анх удаа оруулж багагүй ахиц дэвшлийг бий болгосон юм. Жишээлбэл, гадаад улсад байдаг инфлүүнсэрүүд хэрвээ франц хэрэглэгч нарт чиглэсэн үйл ажиллагаа явуулах бол нөлөөллийн ажлын гэрээгээ Францын хууль тогтоомжид нийцүүлэн баталгаажуулах, төрийн эрх бүхий захиргааны байгууллагын хүсэлтэд хариу өгөх үүрэгтэй хууль ёсны төлөөлөгчтэй болох шаардлагуудыг гарган тавьснаар гадаад улс дахь инфлүүнсэр нь хууль бус үйлдэл хийсэн тохиолдолд францийн талаас хариуцлага хүлээх боломжтой нөхцөл бүрэлдэж байгаа юм.

ДҮГНЭЛТ

Инфлүүнсэр маркетингийн ороолцогч талууд болох инфлүүнсэр, хэрэглэгч, зар сурталчилгаа захиалагч, агентлаг гэх мэт оролцогч талуудын эрх, үүргийг тодорхойлж бизнесийн харилцааг хэрхэн зохицуулахыг хуулинд тусгаж хэргэжүүлэх нь тус салбарыг ёс зүйтэй хөгжих нөхцлөөр хангаж тэднийг үүрэг хариуцлагаа ухамсарлаж бусдыг хохироохгүйгээр үйл ажиллагаагаа хэвийн явуулахад нь чиглүүлэг болохуйц чухал ач холбогдолтой юм. Энэхүү өгүүллээр Европын Холбооны улсуудын инфлүүнсэр маркетингийн хууль эрхзүйн зохицуулалтууд болон хариуцах байгууллагуудын талаарх мэдээллийг тоймлох, тусгайлан боловсруулсан зарим баримт бичгүүдийн агуулгыг товч танилцууллаа. Европын Холбооны улсуудын инфлүүнсэр маркетингийн талаар гаргасан дийлэнх ёс зүйн дүрэм, хуулийн үндэслэгээ нь хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах хууль тогтоомжид тулгуурлан өргөжсөн шинжтэй байна. Инфлүүнсэр маркетингийг зохицуулах хууль, дүрмийн агуулгад ихэвчлэн дараах асуудлуудыг хөндсөн байв:

- далд зар сурталчилгааг хориглож төлбөртэй контент гэдгээ ил тод, шударгаар зарлах, шошголох, засварлагдсан зураг, бичлэг эсвэл хиймэл оюун ухаанаар бүтээсэн зураг, бичлэг, дүр зэргийг шошголох
- согтууруулах ундаа, санхүүгийн бүтээгдэхүүн, спортын бооцоо тавих, гоо сайхны мэс засал, эмнэлгийн үйлчилгээ авахаас татгалзах, бусдыг ялгаварлан гадуурхах, эрүүл мэндийг муутгах зан үйлийг сурталчлах гэх мэт контентийн ёс зүйн зөрчилтэй агуулгуудыг тодорхойлох, сурталчлахыг хориглосон эсвэл тодорхой зохицуулалттайгаар сурталчлах бүтээгдэхүүн, салбар, үйлдэл, үйл ажиллагааг тодорхойлж инфлүүнсэр болон захиалагч талын зөв зан үйл, үйл ажиллагаа явуулах нөхцлийг нарийн зааж өгөх
- инфлүүнсэрүүд нь өөрийн дагалдагчдын статистикийг ажиглаж хүүхэд залуучуудад чиглэсэн эсвэл тэд үзэж болох контент хийх бол агуулгад анхаарах, хэрвээ насанд хүрээгүй хүмүүс үзэх ёсгүй хүчирхийллийн гэх мэт шинжтэй

агуулгатай бол агуулгын талаар анхааруулга тавих, насны хязгаарыг заах тал дээр хариуцлагатай хандах

- инфлүүнсэрүүд нь зөрчилтэй контент бүтээх, илүү их захиалга авах эсвэл илүү алдар нэртэй болохын төлөө хийж болох бусад гэмт хэргийн шинжтэй үйлдлүүдийг (жишээлбэл дагалдагчдын тоог хуурамчаар нэмж залилах) нарийн зааж хариуцах эрх үүрэг бүхий байгууллагатай болох
- Инфлүүнсэр маркетингийн ёс зүйн хариуцлагын тухай асуудлыг инфлүүнсэрүүд, зар сурталчилгааны агентлаг, компаниудын хамтын оролцоог хангасан санаачлага хэлбэрээр танилцуулж үүнийгээ вебээр дамжуулан бүртгэл, үүрэг хариуцлага, хамтын ажиллагаатай холбох

Улс орнуудын зүгээс инфлүүнсэрүүдийг бүртгэж ёс зүйн дүрэмтэй танилцуулж гарын үсэг зуруулан үүрэг хариуцлагад сургах, ёс зүйн дүрмээр сургалт явуулж гэрчилгээ олгох, тэдний үйл ажиллагаа хууль, дүрмийг зөрчиж байгааг хяналтын хороо болон иргэдээр хянуулах үйл ажиллагаанууд ыг түгээмэл явуулж байна. Харин манай улсын хувьд инфлүүнсэр маркетингийн үзэгдэл хэдэн жилийн өмнөөс эрчимтэй хөгжиж байгаа ч энэ чиглэлээр төрийн эрх баригчдын шийдвэр гаргалт практикт хоцрогдсон хэвээр байна. Иймээс манай улс инфлүүнсэр маркетингийн үйл ажиллагааг тусгайлсан хууль баталж зохицуулах, инфлүүнсэрүүд хууль, дүрмийг дагаж мөрдөхөд дэмжлэг үзүүлэх, инфлүүнсэр маркетингийн харилцааг хянах болон хэрэглэгчийн эрхийг хангахад туслах дижитал хэрэгслийг хөгжүүлэх, хуулийн хэрэгжилтийн үр нөлөөг хэрэглэгчийн туршлага, зан үйлийн судалгааг тодорхой давтамжтай хийж баталгаажуулдаг болох хэрэгтэй юм.

АШИГЛАСАН НОМ ЗҮЙ

José M. Álvarez-Monzoncillo, (2022). The Dynamics of Influencer Marketing A Multidisciplinary Approach. London. 99-122x

Европын Парламент, (2022). The impact of influencers on advertising and consumer protection in the Single Market.

EASA, (2023). Best Practice Recommendation on Influencer Marketing Guidance.

Neuendorf, K.A. (2001). The Content Analysis Guidebook.

Article info: Mandakh Research, 2023, Vol.10, BUS 1005

ЭМИЙН САНГИЙН ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН ЗАН ТӨЛӨВИЙН СУДАЛГАА

М.Жанузах[1a], У.Золзаяа[2b], Б.Сайнжаргал[3c]

[1]Мандах ИС, Эдийн засаг, бизнесийн тэнхим, Багш

[2]Мандах ИС, Эдийн засаг, бизнесийн тэнхим, Багш

[3]Мандах ИС, Эдийн засаг, бизнесийн тэнхим, Ахлах Багш

[a]januzakh@mandakh.edu.mn

[b]zolzaya.u@mandakh.edu.mn

[c]sainjargal@mandakh.edu.mn

ХУРААНГУЙ

Энэхүү судалгааны гол зорилго нь эмийн сангаар үйлчлүүлж буй хэрэглэгчдийн худалдан авах шийдвэр гаргалтад нөлөөлөх хүчин зүйлсийг тодруулахдаа Өдөөгч-Организм-Хариу үйлдэл "SOR" загварт үндэслэсэн. Зан төлөвийг илэрхийлэх хувьсах хэмжигдэхүүнийг сонгохдоо эмийн бүтээгдэхүүний зах зээлийн онцлогоос хамаарч, үйлчилгээний чанарыг хэмжих SERVPERF загвар болон ам дамжсан яриаг үл хамаарах хувьсах хэмжигдэхүүнээр сонгож, сэтгэл ханамжийг зохицуулах хувьсагч гэж үзэн хамааран хувьсах хэмжигдэхүүн болох худалдан авах сонирхолд ямар хамааралтайг тодруулсан. Ингэхдээ санамсаргүй түүврийн аргаар асуулга судалгааг авсан бөгөөд SPSS 21 программ дээр үр дүнг тодорхойлсон болно.

Түлхүүр үг: (Keywords) хэрэглэгчийн зан төлөв, эмийн сан, хүчин зүйлийн шинжилгээ, зохицлын регрессийн шинжилгээ, загвар

УДИРТГАЛ

Монгол Улс төдийгүй дэлхий даяар хүн төрөлхтний амьдралд тулгарч буй бэрхшээлүүдийн нэг бол агаарын бохирдол, халдварт өвчлөлийн эрсдэл алхам тутамд нь тулгарч байна. Энэхүү байдлаас болж өвчлөлийн хэмжээ нэмэгдэж тэр хэмжээ эмийн зохисгүй хэрэглээ газар авсаар байна. 2022 оны байдлаар нийт 3130 эм хангамжийн байгууллага үйл ажиллагаа явуулснаас эм, эмнэлгийн хэрэгсэл, протез, биологийн идэвхит бүтээгдэхүүний үйлдвэр 40, ханган нийлүүлэх байгууллага 495, эмийн сан 2595 байна[23]. 2018 онд эмийн сангийн тоо 2128 байсан бол таван жилийн хугацаанд 2595 болж нэмэгдсэн. Эмийн зохисгүй хэрэглээнээс болж антибиотикт тэсвэртэй вирус ихээр тархаж байгаа талаар ДЭМБ сануулга өгсөөр байна. Гэвч манай улсын хувьд хууль эрх зүйн орчинд эмчийн жоргүй бол эм олгох үндэслэл байхгүй ба сүүлийн үед энэхүү журмын хэрэгжилт сайн явагдаж байна. Иймд эмийн сангийн хувьд зах зээл дээр үйл ажиллагаа явуулахад хэрэглэгчид худалдан авалт хийхдээ эмчийн зөвлөгөөнөөс гадна ямар хүчин зүйл нь зан төлөвт нөлөөлж байгааг тодруулахаар энэхүү судалгааг хийх сэдэл төрсөн юм.

Хэрэглэгчийн худалдан авалтад нөлөөлөх хандлага нь сэтгэл хөдлөлийн нөлөөтэй салшгүй холбоотой байдаг. Мөн нийгмийн хүчин зүйлээс гадна байгаль орчны, хүрээлэн буй орчны байдал, худалдан авах зүйлийн хэлбэр, бүтэц гадаад төрх байдлын онцлог зэрэг өдөөлт нь хэрэглэгчийн худалдан авах зан төлөвт нөлөөлж байдаг (Baker, 1994). Тухайн худалдан авах зүйлийн бүтээгдэхүүний биет бүтэц, орчны нөлөөллөөс гадна хувь хүний онцлог шинж чанарууд худалдан авалтанд нөлөөлж байдаг. Худалдан авах хүсэл өндөр байх тусам хүсээгүй зүйлээ худалдан авах магадлал өндөр байдаг (Beatty, 1998). Тиймээс энэхүү судалгаагаар эмийн сангаар үйлчлүүлж буй хэрэглэгчдийн худалдан авах зан төлөвт нийгмийн болон орчны хүчин зүйлийн нөлөө байгаа эсэхийг судлахаар зорьсон.

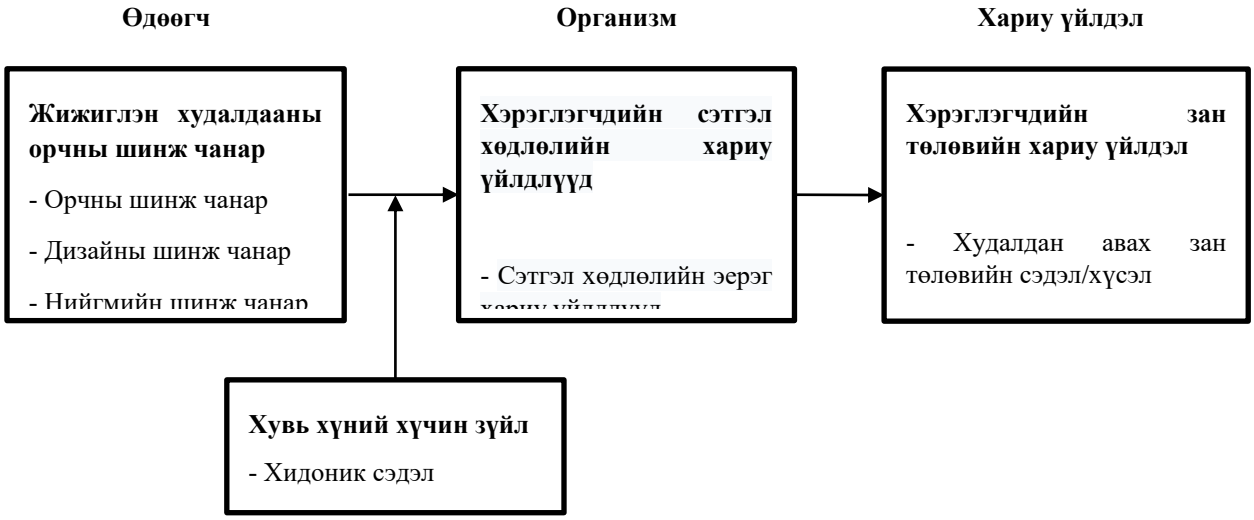
Судалгааны үндэслэл

Энэхүү судалгааны онолын хүрээг үндэслэн боловсруулахдаа Өдөөгч – Организм – Хариу үйлдэл (Stimulus Organism Response - SOR) (MehrabianA.,, 1974) буюу худалдан авах хүсэл загварыг сонгосон. Учир нь ихэнхи судалгааны ажилд тэр дундаа эм зүйн салбарт энэхүү загварыг ашигласан байдал түгээмэл ажиглагдсан. “SOR” загварын хувьд өдөөлт гэдэг нь тухайн худалдан авагч хүний дотоод төлөв байдалд нөлөөлдөг хүчин зүйлүүд болон тодорхойлогддог хувь хүний худалдан авах хүслийг өдөөдөг нөлөөлөгч гэж ойлгож болно (Eroglu, 2001). Мөн хэрэглэгчийн зан төлөвийг дүрсэлсэн үед “SOR” загварын хувьд өдөөгч нь тухайн хүний гаднах бөгөөд маркетингийн холимог хувьсагч болон бусад байгаль орчны орцуудыг хамтад нь бүрдүүлдэг систем (Bagozzi, 1986) юм.

Энэхүү судалгаанд өдөөгч нь эмийн сангийн орчны шинж чанарууд / гадаад болон дотоод орчин, дизайн, нийгмийн хүчил зүйлүүд/ зэрэг болно. Тэдгээр нь хэрэглэгчийн сэтгэл хөдлөлийн үйлдэлд нөлөөлдөг. Организм гэдэг нь тухайн хүний худалдан авах хүсэлд гаднах өдөөлт ба эцсийн үйлдэл, хариу үйлдэл хоорондын хөндлөнгийг үйл явц бүхий бүтцийг илэрхийлнэ. Энэхүү завсарын үйл явц болон бүтэц нь мэдрэхүй, физиологи,

[23] Эм зүйн салбарын үзүүлэлт 2022 оны тайлан

сэтгэхүйн үйл ажиллагаанаас бүрддэг (Bagozzi, 1986). Анхны SOR загвар нь худалдан авах хүсэл, сэдэл (PAD) дээр төвлөрдөг байсан. PAD загвар нь сэтгэл хөдлөлийг дүрсэлсэн танин мэдэхүйн төлөв байдлыг илэрхийлдэг өдөөлт ба хувь хүний зан төлөвийн хариу үйлдэл хоорондын харилцааг холбодог (Mehrabian, 1974). Энэ судалгаанд эерэг сэтгэл хөдлөлийн хариу үйлдэл нь худалдан авах хандлагад хэрэглэгчийн эерэг мэдрэмжийг илэрхийлж харуулсан байдаг (Bagozzi, 1986). “SOR” загварын хариу үйлдэл нь илэрхийлэгддэг эцсийн үр дүн, хэрэглэгдийн эцсийн худалдан авах шийдвэрийг гаргах эсэхийг шийддэг зан төлөвийн нөхцөл байдал юм (Donovan, 1982). Судалгааны гол хэсэг болох хандлага нь эерэг үйлдлүүдийг илэрхийлдэг тодорхой нэг хэсэг рүү чиглэсэн. Тухайлбал, худалдан авалт хийх, худалдан авалт хийлгүй сонирхож судлах зэргийг хэрэглэгчийн эерэг хариу үйлдэл гэж авч үздэг (Bitner, 1992) онцлогтой. Үүнийг дараах зурагт (Vazifehdoost, 2012). үзүүлэв.



Зураг 4. SOR загвар дээр тулгуурлан эмпирик байдлаар цаашид туршилт хийх санал болгож буй дүрслэл

Онолын хүрээнд хэрэглэгчдийн ойлголт нь тухайн худалдан авах орчны онцлог, эмийн хэрэглээний онцлог зэрэг нь эерэг сэтгэл хөдлөлийн хариу үйлдэл үзүүлэх буюу энэ нь нөгөөтэйгүүр худалдан авах зан төлөвт нөлөөлөх хандлагатай байдаг. Судалгаанд дурдаж буй загварыг шинжлэх ухааны үүднээс мэдээлэл цуглуулж, баримтаар нотолж туршиж үзэх боломжтой учир энэхүү судалгааны үндсэн загвар болгон авсан юм.

Судалгааны зорилго

Эм зүйн салбарын хэрэглэгчдийн худалдан авах зан төлөвийн онцлогийг тодорхойлох.

Судалгааны зорилт

- Хэрэглэгчийн худалдан авах зан төлөвт нөлөөлөх хүчин зүйлийг оновчтой тодорхойлох загварыг боловсруулах.
- Судалгааны загварын дагуу эх олонлогийг төлөөлөх түүвэр олонлогоос асуулгын судалгааг авч үр дүнг тодорхойлох.

Судлагдсан байдал

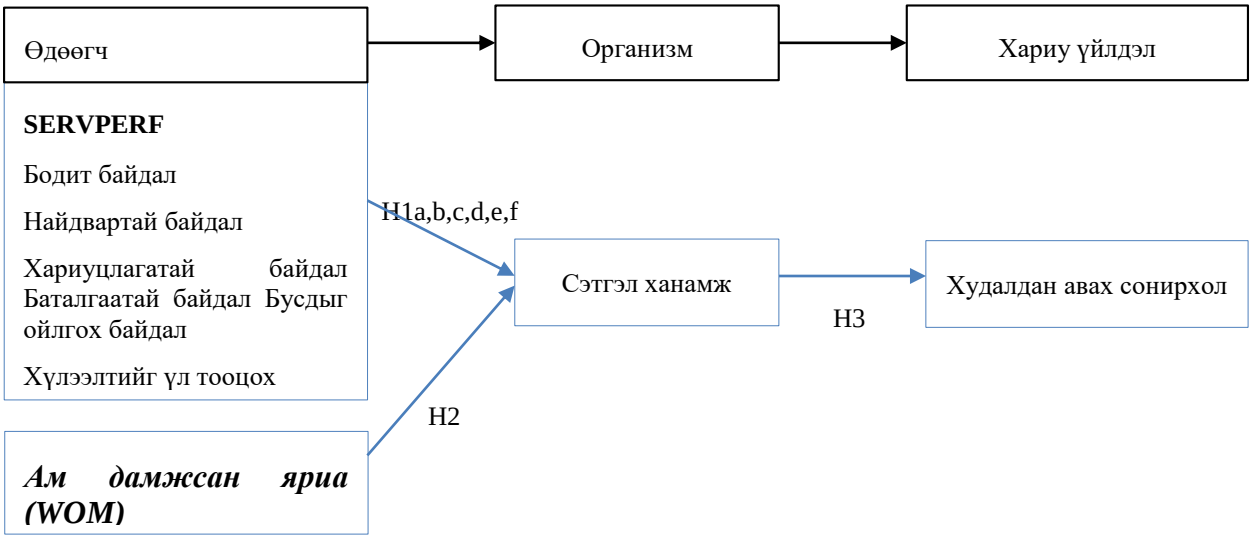
Эм зүйн салбарын судалгаануудад хэрэглэгчийн зан төлөвийн онцлогийг судлахдаа өдөөгч, хариу үйлдэлд суурилсан онолыг түгээмэл хэрэглэж байсан бол энэ удаагийн судалгаанд өдөөгч-организм-хариу үйлдэл загварыг ашиглан хувьсах хэмжигдэхүүнийг оновчтой тодорхойлохыг зорьсон. Өмнөх судалгаануудын хувьд хувьсагчийн ялгааг судлахад чиглэгдэж байсан бол энэ удаагийн судалгаанд худалдан авах сэдлийг гаднах хүчин зүйлсийг тухайн нөхцөл байдалд өргөн судлаагүй гэж (Mattila, 2008) дүгнэсэн судлаачдийн ажилд үндэслэн шийдвэр гаргах үйл явцад нөлөөлөх хэмжигдэхүүнээр үйлчилгээний онцлогийг судлахаар болсон.

Үйлчилгээний байгууллагын онцлог нь биет бус, хувьсах, үл хадгалагдах шинж чанартай байхаас гадна үйлдвэрлэл, хэрэглээ, түгээлт нь нэгэн зэрэг явагддаг тул үйлчилгээний чанарыг үнэлэж, нарийн тодорхойлоход төвөгтэй байдаг. (Athanassopoulos, 2001)Харин үйлчилгээний чанар нь үйлчилгээний хүлээлтийг гүйцэтгэлийн бодит төсөөлөлтэй харьцуулан гарах зөрүү гэж үзсэн байдаг. (Zeithaml, 1996) Үүнийг тодорхойлох загвар нь SERVQUAL юм. Үндсэн санаа нь үйлчилгээний чанар нь үйлчлүүлэгчийн хүлээлт, ойлголтын зөрүүний функц юм. Тиймээс үйлчилгээний чанар нь олон талт ойлголттой бөгөөд чанарыг таван хэмжүүрээр тодорхойлдог байна. Эдгээрт, найдвартай байдал (амласан үйлчилгээг найдвартай, үнэн зөв хүргэх чадвар); хариу үйлдэл үзүүлэх байдал (үйлчлүүлэгчид туслах, шуурхай үйлчилгээ үзүүлэх хүсэл); баталгаат байдал (итгэл, үнэмшлийг төрүүлэх чадвар); ойлгох байдал (үйлчлүүлэгчид тулгамдаж буй асуудлыг ойлгох); болон биет зүйлс (үйлчилгээг биет байдлаар төлөөлөх элементүүд) зэрэг байна. Гэхдээ дээрх загвар нь онолын хувьд салбарын онцлогоос хамаарч зарим шүүмжлэлтэй тулгардаг. Тухайлбал, хүлээлт ба гүйцэтгэлийн хоорондох ялгааны хүчин төгөлдөр байдал нь найдвартай эсэхэд эргэлзэж хэд хэдэн судлаачид зөрүүг тодорхойлохгүй дангаараа үйлчилгээний чанарыг илүү сайн илэрхийлдэг гэж санал болгосон. (Brown, 1993) Иймд зарим судлаачид (Olsen, 2002) үйлчилгээний чанарын үзүүлэлт болон ойлголтыг (SERVPERF) хэмжих (хүлээлтийг үл тооцох) загварыг санал болгосон. Энэхүү загвар нь хэрэглэгчдийн хамгийн чухал хүсэл болох үйлчилгээг хүлээлтгүй авах сонирхолыг хэмждэг үзүүлэлтээрээ онцлог. Байгууллагын хувьд зах зээлд довтлох стратегиас илүү одоогийн байр сууриа хамгаалах маркетингийн стратеги нь илүү давуу талтай гэсэн үндэслэл бүхий аргумент байдаг. Тухайлбал, байгууллага шинэ хэрэглэгчдийг татахаас илүүтэй одоо байгаа хэрэглэгчдийг хадгалахын тулд нөөцөө зарцуулах нь үр дүнтэй болохын онцолсон байдаг. (Fornell C. a., 1987) Түүнчлэн үйлчлүүлэгчид тогтмол үйлчилгээ авдаг компаниа магтах, бусад компаниас илүүд үзэх, бусад хүмүүст компанийн талаар эерэг зүйл хэлэх зэрэг нь худалдан авалтын хэмжээг нэмэгдүүлдэг бөгөөд энэ хэрэглэгчдийн эерэг зан үйлээр илэрч байдаг. (Parasuraman, 1991) Үүнийг судлаач Парасураман, Берри, Зейтхамл нар (1991) үйлчилгээний чанар болон зан үйлийн илүү тодорхой зорилгын хоорондын хамаарлыг хэд хэдэн судалгаагаар судалсан. Үйлчлүүлэгчдийн үйлчилгээний чанарын талаарх ойлголт, компанийг санал болгох хүсэл эрмэлзэл хоёрын хооронд эерэг бөгөөд чухал хамаарал байдгыг олж тогтоожээ. Мөн үйлчилгээний чанар, дахин худалдан авах хүсэл, санал болгох хүсэл хоёрын хооронд эерэг хамаарлыг олжээ. (Boulding, 1993) Гэтэл нөгөө талаас, үйлчилгээний гүйцэтгэлийг муу гэж үзэж буй үйлчлүүлэгчид компаниа орхих эсвэл

үйлчилгээ, худалдан авалтаа бууруулахад бэлэн байгаагаа илэрхийлж буй зан үйлийг харуулах магадлалтай байдаг. Эдгээр зан үйлд гомдоллох зэрэг багтдаг бөгөөд үүнийг олон судлаачид сэтгэл ханамжгүй байдлаас үүдэлтэй сөрөг хариу урвалуудын нэгдэл гэж үздэг.

Нөгөө талаас, компанидаа үнэнч хэвээр байгаа үйлчлүүлэгчид амнаас ам дамжсан зан үйлийн эерэг хариу үйлдэл үзүүлэх магадлалтай гэж үздэг. Ялангуяа худалдан авах зан үйлд нөлөөлөх хэд хэдэн хэлбэр байдгаас ам дамжин ярих байдал чухал нөлөөтэй болохыг тогтоосон. (Bloemer, 1999) Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж гэдэг нь тодорхой цаг хугацаанд, тодорхой орчинд, бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг худалдан авахтай холбоотой гарах сэтгэл хөдлөлтийн үр дүнтэй хариу үйлдэл (Bovell, 2013) юм. Энэ онолын талаар олон тодорхойлолт байдгийн хамгийн өргөн хүрээнд хүлээн зөвшөөрөгдсөн ойлголт нь сэтгэл ханамж нь тодорхой ажил гүйлгээний сонголтын дараах үнэлгээний дүгнэлт юм. Тодруулбал, сэтгэл ханамжийг хэрэглэгчийн ерөнхий мэдрэмж гэж шууд харж болно гэж үздэг. (Fornell C. , 1992) Түүнчлэн үйлчилгээний ерөнхий чанар, сэтгэл ханамжийн хооронд хүчтэй бөгөөд эерэг хамааралтай болохыг тодорхойлсон. (Cronin, 1992) Кронин, Тейлор нар нэг зүйлээс бүрдэх худалдан авах зорилгын үйлчилгээний чанар нь хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжид нөлөөлдөг болохыг тогтоожээ. Тиймээс энэхүү онолуудын уулзварт үндэслэн “SOR” загварт тулгуурлан дараах загварыг санал болгож байна.

Судалгааны таамаглал



Таамаглал 1- H1a, b, c, d, f нь үйлчилгээ нь сэтгэл ханамжид эерэг нөлөөтэй.

Таамаглал 2 - H2 нь сэтгэл ханамжид эерэг нөлөөтэй.

Таамаглал 3- H3 нь хамаарах хувьсагч худалдан авах сонирхолд үл хамаарах хувьсагчид болох үйлчилгээ, ам дамжсан яриа нь зуучлагч хувьсагч болох сэтгэл ханамжтай зохицлын нөлөө эерэг гэж үзэж байна.

СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

Эмийн сангаар үйлчлүүлэгчдийн зан төлөвийн онцлогыг судлаж тодорхойлохын тулд нийт 650 гаруй хэрэглэгчдээс санамсаргүй байдлаар судалгааг авсан. Судалгаанд хамрагдсан түүврээс алдаатай хэсгийг хасаж 614 найдвартай асуулгын судалгааг нэгтгэж

дүгнэсэн болно. Улмаар судалгааны асуулгын найдвартай байдлын үзүүлэлт Cronbach's Alpha нь .0877, судалгааны түүвэр нь эх олонлогоо төлөөлөх байдлын үзүүлэлт KMO and Bartlett's Test .917 бөгөөд ач холбогдолтой гарсан нь энэхүү судалгааны асуулга ойлгомжтой, түүвэр нь эх олонлогоо төлөөлж болохуйц үр дүнтэй байна. Судалгааны үндсэн загвар нь 6 хүчин зүйлс (бодит байдал, найдвартай байдал, хариуцлагатай байдал, баталгаатай байдал, бусдыг ойлгох байдал, хүлээлтийг үл тооцох) бүхий 28 үндсэн асуулгаас бүрдсэн. Үр дүнг SPSS21 програм дээр абсолют утгыг .70 дээш сонгон фактор шинжилгээ хийхэд 3 фактор бүхий 12 асуулга үлдсэн болно. Улмаар энэхүү үр дүнд тулгуурлан зуучлалын регрессийн шинжилгээг хийхдээ шууд *(үл хамаарах хувьсагч нь хамааран хувьсагчид руу үзүүлэх нөлөө)* болон шууд бус *(үл хамаарах хувьсагч зуучлагч хувьсагчаар дамжин хамааран хувьсагчид үзүүлэх нөлөө)* нөлөөг тооцох ба дараах алхамуудын дагуу шинжилгээг хийсэн. Үүнд:

1. Үл хамаарах хувьсагч →зуучлагч хувьсагч хоорондын ач холбогдлыг шинжилсэн.
2. Үл хамаарах хувьсагч → хамаарах хувьсагч хоорондын ач холбогдыг шинжилсэн.
3. Үл хамаарах хувьсагч, зуучлагч хувьсагч → хамааран хувьсагчийн хоорондын ач холбогдлыг шинжилсэн.
4. “2” ба “3”-ын β утгыг харьцуулж, 2>3 байх нөхцлийг хангаж байвал, зуучлалын нөлөөтэй гэж үзсэн.

Тооцооллыг SPSS програм дээр зохицлын регрессийн шинжилгээний дагуу хоёр шатлалт регрессийн шинжилгээг хийсэн ба дараах үр дүн гарсан.

Тооцоолол 1 болон 2 дээр нэгдүгээр шатын регрессийн шинжилгээ хийсэн бол тооцоолол 3 хэсэг дээр 2-р шатны зохицлын регрессийн шинжилгээг хийх ба тооцол 4 дээр үндсэн таамаглалын дагуу үр дүнг нэгтгэсэн болно.

Тооцоолол 1. Үл хамаарах болон зуучлагч хувьсагчдийн хоорондын ач холбогдлын хамаарлын шинжилгээний үр дүн

Хүснэгт 1. А. *Зуучлагч хувьсагчийн ач холбогдлын шинжилгээ, ANOVA, Coeddicients*

ANOVA						
Бие даасан хувьсагч	model	Sum of squares	df	Mean squares	F	Sig
Үйлчилгээний чанар	regression	260.862	5	52.172	91.978	.000[b]
	Residual	343.740	606	.567		
	Total	604.602	611			
Ам дамжсан яриа (WOM)	regression	244.790	1	244.790	406.864	.000[b]
	Residual	368.210	612	.602		
	Total	613.000	613			
Хамаарах хувьсагч Сэтгэл ханамж (Зуучлагч хувьсагч)						

Үл хамаарах хувьсагч болон зуучлагч хувьсагч хоорондын ач холбогдлыг шинжилгээг хийж үзэхэд үйлчилгээний чанар F=91.978 ба p(sig)= .000[b], харин ам дамжсан яриа F=406,864 ба p(sig)= .000[b] байгаа тул регрессийн тэгшитгэл ач холбогдолтой байна. Тэгшитгэл бүрийн коэффциентуудыг хүснэг 2 болон 3-т харуулав.

Хүснэгт 2. *Үйлчилгээний чанар болон сэтгэл ханамж хувьсагчдийн регрессийн кэоффициент*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.002	.030		-.079	.937
	FAC1_tangible Бодит байдал	.158	.040	.156	3.939	.000
	FAC1_reliability Найдвартай байдал	.017	.042	.017	.398	.691
	FAC1_response Хариуцлагатай байдал	.198	.041	.198	4.817	.000
	FAC1_assurance Баталгаатай байдал	.086	.035	.086	2.435	.015
	FAC1_empathy Бусдыг ойлгох байдал	.019	.032	.018	.402	0.653
	FAC1_servperf Хүлээлтийг үл тооцох байдал	.414	.034	.415	12.330	.000
a. Dependent Variable: FAC1_Satisfaction сэтгэл ханамж						

Үйлчилгээний чанар хэмжигдэхүүн нь сэтгэл ханамж гэсэн зуучлагч хувьсагчдад нөлөөлөх регрессийн тэгшитгэлийг харахад найдвартай байдал, бусдыг ойлгох байдал гэсэн хэмжигдэхүүн нь статистикийн хувьд ач холбогдолгүй гарсан тул бусад хэмжигдэхүүн болох бодит байдал, хариуцлагатай байдал, баталгаатай байдал, хүлээлтийг үл тооцох байдлын хувьд $p(sig)<.05^b$, $t>1.96$ их гэсэн шалгуурыг хангаж байгаа тул эдгээр хэмжигдэхүүн нь хамааран хувьсагчтай ач холбогдолтой буюу нөлөөлж байна гэж үзэн цааш үндсэн загварын дагуу зохицлын регрессийн шинжилгээг хийхийн тулд худалдан авах сонирхолтой хэрхэн хамааралтай байгааг шинжин судална.

Хүснэгт 3. *Ам дамжсан яриа болон сэтгэл ханамж хувьсагчдийн регрессийн кэоффициент*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.051E-17	.031		.000	1.000
	FAC1_Wom WOM	.632	.031	.632	20.171	.000
a. Dependent Variable: FAC1_Satisfaction сэтгэл ханамж						

Ам дамжсан яриа хэмжигдэхүүн нь сэтгэл ханамж хувьсагчидтай статистикийн хувьд ач холбогдолтой буюу $p(sig)=.000$, $t=20.171$ гарсан ба үл хамаарах хувьсагчийг нэг нэгжээр өөрчлөхөд сэтгэл ханамж 63,2%-аар эерэг хамааралтай өөрчлөгдөж байна. Иймээс загварын дагуу зохицлын регрессийн шинжилгээг хийж, зохицуулагч хувьсагчийн нөлөө байгаа эсэхийг судлах болно.

Тооцоолол 2. Үл хамаарах болон хамаарах хувьсагчдийн хоорондын ач холбогдлын хамаарлын шинжилгээний үр дүн

Үндсэн загварын дагуу зохицлын регрессийн шинжилгээ хийхээс өмнө үл хамаарах болон хамааран хувьсагч хоорондын ач холбогдлын шинжилгээг хийж үзэхэд дараах байдалтай байна.

Хүснэгт 4. *Хамааран хувьсагчийн ач холбогдлын шинжилгээ, ANOVA, Coeddicients*

ANOVA						
Бие даасан хувьсагч	model	Sum of squares	df	Mean squares	F	Sig
Үйлчилгээний чанар	regression	183.683	5	36.737	52.459	.000[b]
	Residual	424.377	606	.700		
	Total	608.060	611			
Ам дамжсан яриа (WOM)	regression	249.954	1	249.954	421.37	.000[b]
	Residual	363.046	612	.593		
	Total	613.000	613			
Хамаарах хувьсагч Худалдан авах сонирхол						

Үл хамаарах хувьсагч болон хамаарах хувьсагч хоорондын ач холбогдлыг шинжилгээг хийж үзэхэд үйлчилгээний чанар F=52.459 ба p(sig)= .000[b], харин ам дамжсан яриа F=421,357 ба p(sig)= .000[b] байгаа тул регрессийн тэгшитгэл ач холбогдолтой байна. Тэгшитгэл бүрийн коэффициентуудыг хүснэг 5 болон 6-д харуулав.

Хүснэгт 5. *Үйлчилгээний чанар болон худалдан авах сонирхол хувьсагчдийн регрессийн кэоффициент*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.001	.034		-.041	.968
	FAC1_tangible Бодит байдал	.161	.044	.159	3.614	.000
	FAC1_reliability Найдвартай байдал	.052	.047	.052	1.117	.265
	FAC1_response Хариуцлагатай байдал	.219	.046	.218	4.793	.000
	FAC1_assurance Баталгаатай байдал	-.009	.039	-.009	-.223	.823
	FAC1_empathy Бусдыг ойлгох байдал	.043	.036	.049	1.061	.154
	FAC1_servperf Servperf	.295	.037	.295	7.905	.000
a. Dependent Variable: FAC1_intention Intention						

Үйлчилгээний чанар хэмжигдэхүүн нь худалдан авах сонирхол гэсэн үл хамаарах хувьсагчдад нөлөөлөх регрессийн тэгшитгэлийг харахад найдвартай байдал, бусдыг ойлгох байдал, баталгаатай байдал гэсэн хэмжигдэхүүн нь статистикийн хувьд ач холбогдолгүй гарсан тул бусад хэмжигдэхүүн болох бодит байдал, хариуцлагатай байдал, servperf -ийн хувьд p(sig)<.05[b], t>1.96 их гэсэн шалгуурыг хангаж байгаа тул эдгээр хэмжигдэхүүн нь хамааран хувьсагчтай ач холбогдолтой буюу нөлөөлж байна гэж үзэн цааш үндсэн загварын дагуу зохицлын регрессийн шинжилгээг хийж үзнэ.

Хүснэгт 6. *Ам дамжсан яриа болон худалдан авах сонирхол хувьсагчдийн регрессийн кэоффициент*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.829E-17	.031		.000	1.000
	FAC1_Wom WOM	.639	.031	.639	20.527	.000

a. Dependent Variable: FAC1_intention Intention

Ам дамжсан яриа хэмжигдэхүүн нь худалдан авах сонирхол хувьсагчидтай статистикийн хувьд ач холбогдолтой буюу p(sig)=.000, t=20.527 гарсан ба үл хамаарах хувьсагчийг нэг нэгжээр өөрчлөхөд сэтгэл ханамж 63,9%-аар эерэг хамааралтай өөрчлөгдөж байна. Иймээс загварын дагуу зохицлын регрессийн шинжилгээг хийж, зохицуулагч хувьсагчийн нөлөө байгаа эсэхийг судлах болно.

Тооцоолол 3. Зохицлын регрессийн шинжилгээ буюу 2-р шатны регрессийн шинжилгээний үр дүн.

Хүснэгт 7. *Бодит байдал, сэтгэл ханамж ба худалдан авах сонирхолын зуучлалын регрессийн шинжилгээ ANOVA*

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	97.861	1	97.861	116.261	.000[b]
	Residual	515.139	612	.842		
	Total	613.000	613			
2	Regression	177.935	2	88.967	124.945	.000[c]
	Residual	435.065	611	.712		
	Total	613.000	613			
a. Dependent Variable: FAC1_intention Intention						
b. Predictors: (Constant), FAC1_tangible Бодит байдал						
c. Predictors: (Constant), FAC1_tangible Бодит байдал, FAC1_Satisfaction сэтгэл ханамж						

Бодит байдал, сэтгэл ханамж болон худалдан авах сонирхолын хоорондын зохицлын регрессийн шинжилгээ нь p(sig)<0.05-аас бага гарсан тул ач холбогдолтой.

Хүснэгт 8. *Бодит байдал, сэтгэл ханамж ба худалдан авах сонирхолын зуучлалын регрессийн коэффициент*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.599E-16	.037		.000	1.000
	FAC1_tangible Бодит байдал	.400	.037	.400	10.782	.000
2	(Constant)	-5.454E-17	.034		.000	1.000
	FAC1_tangible Бодит байдал	.220	.038	.220	5.766	.000
	FAC1_Satisfaction сэтгэл ханамж	.404	.038	.404	10.604	.000
a. Dependent Variable: FAC1_intention Intention						

Зохицлын регрессийн шинжилгээний хувьд загвар нэг буюу бодит байдлын β_1-ийн үзүүлэлт нь загвар хоёрын бодит байдлын β_2 үзүүлэлтээс их байх ёстой ба үр дүнд $\beta_1=0.400 > \beta_2=0.220$ байгаа тул сэтгэл ханамж гэсэн үзүүлэлт нь зуучлалын нөлөөтэй байна.

Хүснэгт 9. *Хариуцлагатай байдал, сэтгэл ханамж ба худалдан авах сонирхолын зуучлалын регрессийн шинжилгээ ANOVA*

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	112.471	1	112.471	137.468	.000[b]
	Residual	499.898	611	.818		
	Total	612.370	612			
2	Regression	182.467	2	91.233	129.453	.000[c]
	Residual	429.903	610	.705		
	Total	612.370	612			
a. Dependent Variable: FAC1_intention Intention						
b. Predictors: (Constant), FAC1_response Хариуцлагатай байдал						
c. Predictors: (Constant), FAC1_response Хариуцлагатай байдал, FAC1_Satisfaction сэтгэл ханамж						

Хариуцлагатай байдал, сэтгэл ханамж болон худалдан авах сонирхолын хоорондын зохицлын регрессийн шинжилгээ нь p(sig)<0.05-аас бага гарсан тул ач холбогдолтой.

Хүснэгт 10. *Хариуцлагатай байдал, сэтгэл ханамж ба худалдан авах сонирхолын зуучлалын регрессийн коэффициент*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.001	.037		-.035	.972
	FAC1_response Хариуцлагатай байдал	.429	.037	.429	11.725	.000
2	(Constant)	.000	.034		-.013	.990
	FAC1_response Хариуцлагатай байдал	.247	.039	.246	6.395	.000
	FAC1_Satisfaction сэтгэл ханамж	.384	.039	.384	9.966	.000
a. Dependent Variable: FAC1_intention Intention						

Зохицлын регрессийн шинжилгээний хувьд загвар нэг буюу хариуцлагатай байдлын β_1-ийн үзүүлэлт нь загвар хоёрын бодит байдлын β_2 үзүүлэлтээс их байх ёстой ба үр дүнд $\beta_1=0.429 > \beta_2=0.249$ байгаа тул сэтгэл ханамж гэсэн үзүүлэлт нь зуучлалын нөлөөтэй байна.

Хүснэгт 11. *Хүлээлтийг үл тооцох байдал, сэтгэл ханамж ба худалдан авах сонирхолын зуучлалын регрессийн шинжилгээ ANOVA*

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	121.212	1	121.212	150.840	.000[b]
	Residual	491.788	612	.804		
	Total	613.000	613			
2	Regression	177.609	2	88.804	124.623	.000[c]
	Residual	435.391	611	.713		
	Total	613.000	613			
a. Dependent Variable: FAC1_intention Intention						
b. Predictors: (Constant), FAC1_servperf Servperf						
c. Predictors: (Constant), FAC1_servperf Servperf, FAC1_Satisfaction сэтгэл ханамж						

Хүлээлтийг үл тооцох байдал, сэтгэл ханамж болон худалдан авах сонирхолын хоорондын зохицлын регрессийн шинжилгээ нь p(sig)<0.05-аас бага гарсан тул ач холбогдолтой.

Хүснэгт 12. *Хүлээлтийг үл тооцох байдал, сэтгэл ханамж ба худалдан авах сонирхолын зуучлалын регрессийн коэффициент*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.100E-17	.036		.000	1.000
	FAC1_servperf Хүлээлтийг үл тооцох	.445	.036	.445	12.282	.000
2	(Constant)	2.900E-17	.034		.000	1.000
	FAC1_servperf Хүлээлтийг үл тооцох	.237	.041	.237	5.724	.000
	FAC1_Satisfaction сэтгэл ханамж	.368	.041	.368	8.896	.000
a. Dependent Variable: FAC1_intention Intention						

Зохицлын регрессийн шинжилгээний хувьд загвар нэг буюу хүлээлтийг үл тооцох байдлын β_1-ийн үзүүлэлт нь загвар хоёрын бодит байдлын β_2 үзүүлэлтээс их байх ба үр дүнд $\beta_1=0.445 > \beta_2=0.237$ байгаа тул сэтгэл ханамж гэсэн үзүүлэлт нь зуучлалын нөлөөтэй байна.

Хүснэгт 13. *Ам дамжсан яриа, сэтгэл ханамж ба худалдан авах сонирхолын зуучлалын регрессийн шинжилгээ ANOVA*

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	249.954	1	249.954	421.357	.000[b]
	Residual	363.046	612	.593		
	Total	613.000	613			
2	Regression	259.781	2	129.891	224.686	.000[c]
	Residual	353.219	611	.578		
	Total	613.000	613			
a. Dependent Variable: FAC1_intention Intention						
b. Predictors: (Constant), FAC1_Wom WOM						
c. Predictors: (Constant), FAC1_Wom WOM, FAC1_Satisfaction сэтгэл ханамж						

Ам дамжсан яриа, сэтгэл ханамж болон худалдан авах сонирхолын хоорондын зохицлын регрессийн шинжилгээ нь p(sig)<0.05-аас бага гарсан тул ач холбогдолтой.

Хүснэгт 14. *Ам дамжсан яриа, сэтгэл ханамж ба худалдан авах сонирхолын зуучлалын регрессийн коэффициент*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.829E-17	.031		.000	1.000
	FAC1_Wom WOM	.639	.031	.639	20.527	.000
2	(Constant)	4.817E-17	.031		.000	1.000
	FAC1_Wom WOM	.535	.040	.535	13.510	.000
	FAC1_Satisfaction сэтгэл ханамж	.163	.040	.163	4.123	.000
a. Dependent Variable: FAC1_intention Intention						

Зохицлын регрессийн шинжилгээний хувьд загвар нэг буюу ам дамжсан яриа хувьсагчийн хувьд β_1-ийн үзүүлэлт нь загвар хоёрын бодит байдлын β_2 үзүүлэлтээс их байх ёстой ба үр дүнд $\beta_1=0.639>\beta_2=0.535$ байгаа тул сэтгэл ханамж гэсэн үзүүлэлт нь зуучлалын нөлөөтэй байна.

Ингээд нийт үр дүнг нэгтгэн, судалгааны таамаглалын эцсийн байдлаар дүгнэхэд дараах байдалтай байна.

Хүснэгт 15. *Судалгааны үр дүнд таамаглал дараах байдлаар гарч ирсэн.*

Таамаглал	Тооцоолол	Үр дүн
H1a	Бодит байдал→Сэтгэл ханамж	Батлагдсан
H1b	Найдвартай байдал→Сэтгэл ханамж	Няцаагдсан
H1c	Хариуцлагатай байдал→Сэтгэл ханамж	Батлагдсан
H1d	Баталгаатай байдал→Сэтгэл ханамж	Няцаагдсан
H1e	Бусдыг ойлгох байдал→Сэтгэл ханамж	Няцаагдсан
H1f	Хүлээлтийг үл тооцох байдал→Сэтгэл ханамж	Батлагдсан
H2	Ам дамжсан яриа→Сэтгэл ханамж	Батлагдсан
H3a, a	Бодит байдал→Сэтгэл ханамж→Худалдан авах сонирхол	Батлагдсан
H3a, b	Бодит байдал→Сэтгэл ханамж→Худалдан авах сонирхол	Батлагдсан
H3a, c	Бодит байдал→Сэтгэл ханамж→Худалдан авах сонирхол	Батлагдсан
H3b	Ам дамжсан яриа→Сэтгэл ханамж→Худалдан авах сонирхол	Батлагдсан

Судалгааны үр дүнгээс харахад эмийн сангаар үйлчлүүлэгчдийн хувьд худалдан авах сонирхолд үйлчилгээний нөхцөл байдлаас бодит байдал болох тав тухтай орчин, эмийн сангийн барааны өрөлт, тохижилт, харилцаа хандлага зэрэг нь сэтгэл ханамжийг нэмэгдүүлдэг бөгөөд сэтгэл ханамжи нэмэгдэхийн хирээр худалдан авах сонирхол өндөр байна. Мөн хариуцлагатай байдал болох ажилтнуудын түргэн шуурхай үйлчлэх, эм зүйч нарын хэрэглэгчийн асуултад хариулах, туслах зэрэг үйлчилгээнд хэрэглэгч нар сэтгэл хангалуун байдаг гэж судалгааны үр дүнгээс харж болохоор байна. Харин хүлээлтийг үл тооцох байдал буюу эмийн сангийн ажилтнууд хэрэглэгч нарт биечлэн хариулт өгөх, тухайн үйлчлүүлж буй эмийн сан нь автомашины зогссолтой, эмнэлэгтэй ойр, олон төрлийн эм, бэлдмэл сайтай байх нь сэтгэл ханамжийг нэмэгдүүлэхээс гадна, энэ үзүүлэлт дээр сэтгэл ханамжийн нөлөө нэмэгдэх тусад дахин худалдан авах сонирхолыг нэмэгдүүлдэг байна.

Мөн хэрэглэгчийн хувьд ам дамжсан яриа буюу ойр дотны гэр бүл, хүрээлэл, найз нөхдийн эерэг сэтгэгдэл нь сэтгэл ханамжид эерэг нөлөөтэй байхаас гадна сэтгэл ханамжтэй нийлж худалдан авах сонирхолд хавсарсан эерэг нөлөө үзүүлж байна.

СУДАЛГААНЫ НЭГДСЭН ДҮГНЭЛТ, САНАЛ

Судалгааны онолын хэсэгт хэрэглэгчийн зан төлөвийн “Өдөөгч-Организм-Хариу үйлдэл” загварт үндэслэн судалгааны моделийг боловсруулахдаа өдөөгч хэсэгт орчны шинж чанар хувьсагчаар үйлчилгээний “SERVPERF”- загварыг ашиглаж эмийн сангаар үйлчлүүлж буй хэрэглэгчдийн үйлчилгээний сэтгэл ханамжийг хэмжсэн бол нийгмийн шинж чанартай хувьсагчаар ам дамжсан яриа (WOM)-г сонгосон. Учир нь ам дамжсан яриа

нь үнэнч хэрэглэгчийг бий болгох, дахин худалдан авах сонирхолыг нэмэгдүүлэх хүчин зүйлийн нэг гэж үзсэний дагуу өргөжүүлэн сонгож авсан. Харин организм буюу сэтгэл хөдлөлийн эерэг хариу үйлдлийн хэмжигдэхүүнээр сэтгэл ханамж гэсэн хувьсагчийг зохицуулагч хувьсагчаар сонгож хариу үйлдэл болох худалдан авах сонирхолыг хэмжсэн. Загварын дагуу хувьсагчдыг хэмжих судалгааны асуулгуудыг боловсруулахдаа эм, ханган нийлүүлэх зах зээлийн хэрэглэгчдээс туршиж авсан өмнөх судлаачдын асуулгын загварыг ашигласан. Загварын дагуух хувьсагчдын асуулгад батлах хүчин зүйлийн шинжилгээг хийсний дараа ач холбогдол өндөртэй асуулгуудаар хувьсагч бүрээр нь “FAC” хүчин зүйл үүсгэж, тодорхой бус аргаар зохицлын регрессийн шинжилгээг хийсэн. Үүний үр дүнд үндсэн таамаглалаас H1a,c,f болон H2, H3 таамаглалууд батлагдсан. Ингэснээр эмийн сангийн бизнесийн хувьд хэрэглэгчдийн худалдан авах сонирхолыг нэмэгдүүлэхийн тулд, тэдний сэтгэл ханамжийг эерэг байлгах шаардлагатай. Ингэхдээ сэтгэл ханамжийг нэмэгдүүлэхийн тулд эмийн сангийн орчин тав тухтай, эмийн сонголт өргөн, эм зүйчдийн хувьд үйлчлүүлэгчдэд хурдан шуурхай, үйлчилж, зөвлөн туслах үйлчилгээндээ анхаарах нь чухал гэж судалгааны үр дүнгээс гарсан. Мөн хэрэглэгчдийн хувьд үйлчилгээ авахдаа хүлээлтийн хугацаа богино буюу худалдан авалт хийхэд түргэн шуурхай үйлчлүүлэх сонирхол өндөр байсан. Тухайн нэг эмийн сан болон бүтээгдэхүүнийг сонгохдоо ам дамжсан яриа буюу өөрийн хүрээллийн бүлгүүд болох гэр бүл, нөхдийн зөвлөгөө сонголтод нь илүү хүчтэй нөлөө үзүүлдэг байна. Энэхүү судалгааны үр дүн нь эмийн сангаар үйлчлүүлж буй хэрэглэгчдийн ерөнхий зан төлөвийг тодорхойлсон тул судалгааны үр дүнгээр маркетингийг стратегийг боловсруулах боломжгүй. Тиймээс уг судалгааг бүтээгдэхүүн болон брэнд, үйлчлүүлж буй байгууллагын хэрэглэгчдээр нь ялган, сегмент үүсгэн үр дүнг тодруулбал илүү чухал ач холбогдолтой байх болно. Гэхдээ санал болгосон загвар болон асуулгыг дурын эмийн бизнесийн байгууллагын маркетер болон судлаачид ашиглах боломжтой.

АШИГЛАСАН МАТЕРИАЛ

Athanassopoulos. (2001). Behavioural responses to customer satisfaction: An empirical study. *European Journal of Marketing*.

Bagozzi, R. (1986). *Principles of marketing managemen.* Chicago: Science Research Associates.

Baker, J. D. (1994). The influence of store environment on quality inferences and store image. *Journal of the Academy of Marketing Science 24*, no. 4: 328-39.

Beatty, S. a. (1998). Impulse buying: Modeling its precursor. Journal of precursor. *Journal of Retailing*, 74, no. 2: 169–91.

Bitner, M. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56, no. 2: 57–71.

Bloemer, J. R. (1999). inking perceived service quality and service loyalty: a multi-dimensional perspective. *European Journal of Marketing*.

Boulding, W. K. (1993). A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioural intentions. *Journal of Marketing Research*.

Bovell, G. P. (2013). Marketing pharmaceutical and cosmetic products to the mature market. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 357-373.

Brown, T. C. (1993). Research note: improving the measurement of service quality. *Journal of Retailing*.

Cronin, J. a. (1992). Measuring service quality: a re-examination and extension. *Journal of Marketing*.

Donovan, R. a. (1982). Store atmosphere: An environmental psychology approach. *Journal of Retailing*, 58, no. 1: 34–57.

Eroglu, S. K. (2001). Atmospheric qualities of online retailing: A conceptual model and implications. *Journal of Business Research*, 54: 177–84.

Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: the Swedish experience. *Journal of Marketing*.

Fornell, C. a. (1987). Defensive marketing strategy by customer complaint management: a theoretical analysis. *Journal of Marketing Research*.

Goldberg, L. (1990). An alternative “description of personality”: The Big-Five factor structure. *Journal of personality and social psychology*, 59(6), 1216-1229 https:// doi: 10.1037/0022-3514.59.6.1216. An alternative “description of personality”:: https:// doi: 10.1037/0022-3514.59.6.1216-ээс Гаргасан

Hur, W.-M. K. (2010). Food- and situation-specific lifestyle segmentation of kitchen appliance market. *British food journal*, 112(3), 294-305 https://doi.org/10.1108/00070701011029165.

Mattila, A. a. (2008). The role of store environmental stimulation and social factors on impulse purchasing. *Journal of Services Marketing*, 22, no. 7: 562–67.

Mehrabian, A. a. (1974). *An approach to environmental psychology*. Cambridge: M.I.T. Press.

Olsen, S. O. (2002). Comparative evaluation and the relationship between quality, satisfaction, and repurchase loyalty. *Journal of the Academy of Marketing Science*.

Ostrom, T. (1969). The relationship between the affective, behavioral, and cognitive components of attitude. *Journal of experimental social psychology*, 5(1), 12-30. https://doi: 10.1016/0022-1031(69)90003-1.

Parasuraman, A. B. (1991). Understanding customer expectations of service. *Sloan Management Review*.

Vazifehdoost, H. A. (2012). The role of psychological traits in market Mavenism using big five model. *International journal of management and business research*, 2(3), 243–252.

Wells, W. &. (1971). Activities, interests, and opinions. *Journal of advertising research*, 11(4), 27-35.

Zeithaml, V. B. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*.

Article info: Mandakh Research, 2023, Vol.10, BUS 1006

ASSESSING THE RELATIONSHIP BETWEEN THE BANKING SECTOR AND SOME SOCIAL INDICATORS IN MONGOLIA

Gantulga.J [1,a], Dansranbavuu.L[2,b], Batzaya.Ts [3,c]

[1,2,3] Mandah University, MA

[a]*j_gantulga@mandakh.edu.mn*

[b]*dansranbavuu@mandakh.edu.mn*

[c]*batzaya@mandakh.edu.mn*

SUMMARY

In Mongolia, the main source of financing for citizens and organizations engaged in production and services is still the loan, which is the main product of commercial banks. In this situation where technology and people's lifestyles are changing rapidly, businesses and organizations are taking loans from banks as the main source of financing in order to expand their business and increase their returns. In this regard, organizations that have gained financial capacity increase their workforce and increase their production output. This increases the number of jobs and thus affects the level of unemployment and further the level of poverty. Therefore, there is an urgent need to study the relationship and changes between the banking sector and social indicators and evaluate the actual results.

Through this research, we evaluated the relationship between indicators such as economic growth, total loan amount, MNT loan interest rate, unemployment rate, average monthly household income, and poverty line (poverty gap) of Mongolia's socio-economic indicators. In the study, the socio-economic time series data of Mongolia from the third quarter of 2006 to the third quarter of 2023 were used. In the study, poverty (POV) and unemployment rate (UN) are estimated using a logit model. The socio-economic and banking sector factors influencing non-performing loans are determined by the least squares method.

Keywords: *Poverty, unemployment, total loan amount, average household income*

INTRODUCTION

The banking sector provides the majority of the financial services in Mongolia. It can be seen that Mongolia ranks above the middle in the report on the level of development and competitiveness of world banks issued by the International Monetary Fund. The economic circulation of money can reach its target sector through the banking sector. The investment growth and progress of the sector increase jobs and affect the incomes of the workers' families, which is crucial for households' poverty reduction.

Small and medium-sized enterprises play a major role in the economies of most countries, especially in developing countries. SMEs create jobs and make an important contribution to economic development. They are about 90% of businesses and generate more than 50% of employment worldwide. Also, SMEs account for up to 40% of national income (GDP) in developing countries (World Bank, 2022). The issue of financing is the most pressing problem for SMEs, according to the Bank of Mongolia's sample survey "Development and Financing of SMEs" conducted four times since 2011. By examining the current situation of banks that provide 76% of SME financing, clarifying the issues that banks and SMEs need to consider in SME lending, and identifying ways to improve it, naturally arise (UPVD Conculting, 2021).

Since COVID-19, small and medium-sized enterprises have been hit the hardest, as evidenced by the year-on-year decline in total SME loans. The number of loans granted to SMEs is decreasing due to the tightening of bank requirements and the weak ability of businesses to repay their loans. The decrease in demand and issuance of loans has reduced the need for loans for working capital due to the reduced production of SMEs, as well as the sharp decline in sales despite their production, which affects their solvency and reduces their ability to obtain loans again (Mongol Bank, 2020). This, in turn, reduces jobs and people's incomes and increases poverty.

LITERATURE REVIEW

The activities of central and commercial banks are directly connected with money supply, which provides the blood circulation in any economy, and directly affects people's living standards and wellbeing. The budget plan to greatly expand the budget in connection with next year's Parliamentary election will affect the Bank of Mongolia to not implement its monetary policy according to market principles and will force it to continue its strict monetary policy. This could lead to reduced lending to citizens and businesses, job losses, and increases in poverty and crime rates. All these facts motivated us to study the relationship between banking activities and some socio-economic indicators, clarify the reasons, and develop some recommendations to correct wrong policies in the near future.

B.Tsend-Ayush and others concluded that as the level of household debt compared to GDP increases, it has a negative effect on the economy in the short-run (Tsend-Ayush, Ganchimeg, & Enkhbaatar, 2017). A study by the National Statistical Office of Mongolia examines the impact of economic growth on poverty and unemployment. As a result of the study, the researchers concluded that economic growth reduces poverty and unemployment in the case of Mongolia (National Statistical Office of Mongolia, 2018).

As a result of Ismet Gocer's research comparing the amount of bank loans with the unemployment rate, when the amount of loans increases by a certain amount, the unemployment rate also decreases by a certain percentage (Gocer, 2013). Bernanke and others have compared bank lending to the unemployment rate, finding that when credit increases by a certain percentage, the unemployment rate also decreases by a certain percentage (Bernanke & Blinder, 1992).

Ordine and Rose studied the relationship between the amount of loans and the labor market and examined how credit inefficiencies affect employment. When the amount of credit increased, the level of employment increased along with it (Ordine & Rose, 2008). Using data from the United States on poverty rates, unemployment rates, household income, and population, Defina divided the poverty rate into six groups and examined how it was affected by being unemployed. The results of the study confirm that the unemployment rate does not have a significant effect on poverty, but that real income per capita has a strong and consistent negative effect on the poverty rate for all six groups of people (DeFina, 2004).

In their research, Florian et al. used New Keynesian methods to examine how bank lending and firm activity affect unemployment during a financial crisis. As a result of the research, the researchers emphasized that any additional amount of loans issued by commercial banks creates jobs in society, and thus household income and GDP increase (Florián & Francis, 2016).

High unemployment creates two major challenges for the country. First, it drains the country's wealth by providing unemployment benefits, and second, it requires more welfare programs to alleviate the poverty and inequality caused by unemployment. In his research, Saunders divided unemployment into three levels: the unemployed poor, the employed poor, and the employed non-poor. The results of the study proved that unemployment has a strong impact on poverty and thus creates inequality in society (Saunders, 2002).

Since the global economic crisis of 2007–2008, unemployment has risen sharply in most countries in Europe and North America. Therefore, improving the unemployment insurance system and financing the unemployment insurance fund are still important issues for these countries. Many studies have concluded that unemployment has negative effects on poverty and people’s health. Relating deeper into this issue, Renahy et al.'s study aimed to examine the benefits of unemployment insurance for citizens. Finally, the study concluded that unemployment directly affects poverty and that the health of citizens deteriorates with unemployment, so it should be studied in more detail in the future (Renahy, et al., 2018).

Adenike's research using data on gross domestic product per capita, consumption per capita, and poverty rates between 1977 and 2010 found a long-term relationship between poverty and unemployment in Nigeria. In order to change the unemployment rate, which is increasing year by year, she recommended changing the education system in the country (Adenike, 2014). Developing countries attach great importance to the development and deepening of the financial sector and increasing access to credit in order to reduce the poverty of their citizens. To this end, it is believed that the development of the financial sector by increasing internal savings, simplifying the payment of goods and services, facilitating trade and services, and supporting the efficient distribution of resources will play an important role in reducing poverty (Zhuang, et al., 2009).

Their research shows that while an efficient and smooth financial system is important for economic growth and poverty reduction, it also creates some risks. A well-developed financial sector can lead to overly optimistic forecasts and excessive rapid growth, which can lead to economic instability and financial crises in the near future. Therefore, it was emphasized that countries should pay more attention to the issue of how to properly balance and develop the financial system to support economic growth and reduce poverty.

THE CURRENT SITUATION OF THE BANKING SECTOR AND SOME SOCIAL INDICATORS IN MONGOLIA

According to international studies, the banking sector has a significant impact on unemployment, poverty levels, education, and even people's health. People who have the ability and desire to work but are unable to work regularly are called unemployed in terms of social and economic indicators. On social indicators, the total population is divided as follows:

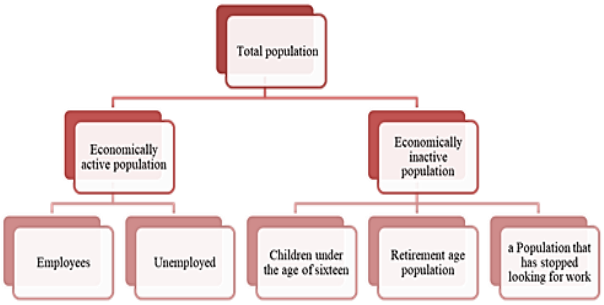


Figure 1. *Socio-economic classification of the total population*

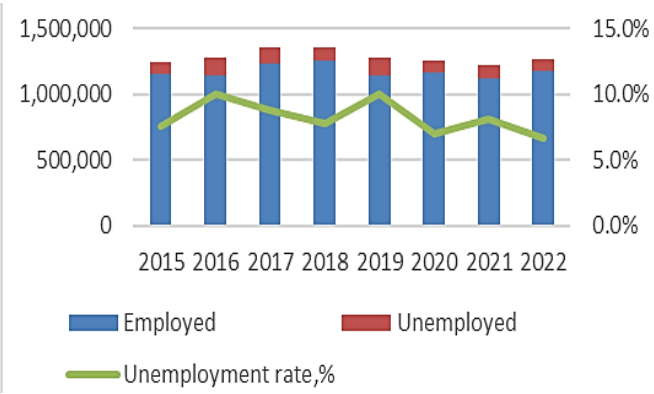
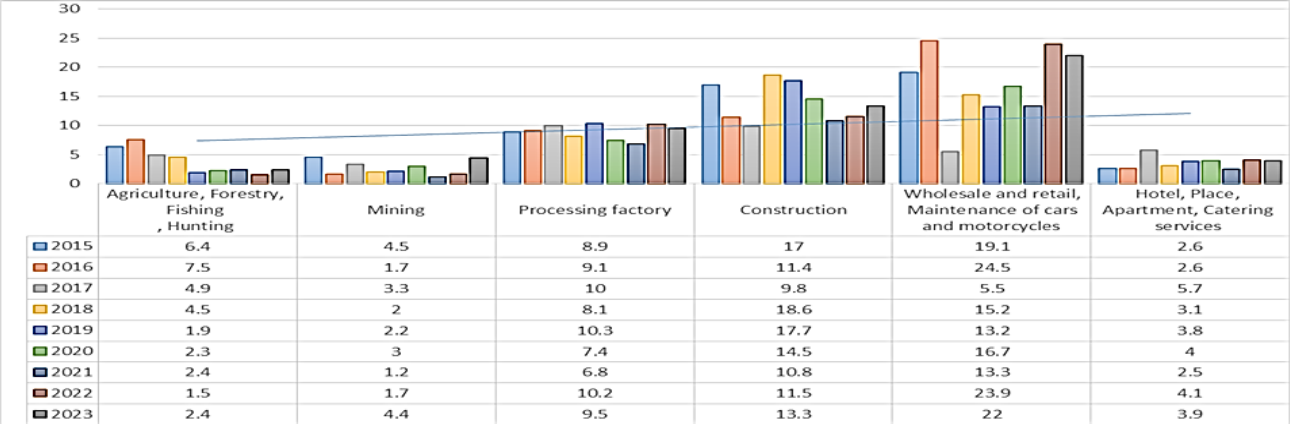


Figure 2. *Employment statistics of Mongolia /by 1000 people, and percentage*

Economic downturns always escalated unemployment. Due to the decrease in demand on the market, production and service organizations reduce their workforce, and as a result, labor resources are wasted and production output decreases, which has a negative impact on the economy.

From Figure 1.2, we can see that the number of employed people in Mongolia is increasing year by year and the number of unemployed citizens is decreasing. The number of unemployed citizens and the unemployment rate reached their highest levels in 2016, due to the collapse of Mongolia's economy and the emergence of deflation.

Figure 3. *Labor demands by economic sectors /by 1000 people/*



	Agriculture, Forestry, Fishing , Hunting	Mining	Processing factory	Construction	Wholesale and retail, Maintenance of cars and motorcycles	Hotel, Place, Apartment, Catering services
2015	6.4	4.5	8.9	17	19.1	2.6
2016	7.5	1.7	9.1	11.4	24.5	2.6
2017	4.9	3.3	10	9.8	5.5	5.7
2018	4.5	2	8.1	18.6	15.2	3.1
2019	1.9	2.2	10.3	17.7	13.2	3.8
2020	2.3	3	7.4	14.5	16.7	4
2021	2.4	1.2	6.8	10.8	13.3	2.5
2022	1.5	1.7	10.2	11.5	23.9	4.1
2023	2.4	4.4	9.5	13.3	22	3.9

Source: Labor market demand's study

Figure 1.3 shows us that the majority of the labor force in Mongolia works in the construction, wholesale and retail trade, and service sectors. In 2017, labor demand in the construction sector decreased by 14.01 percent compared to the previous year, while labor demand in the wholesale and retail services sector decreased by 77.6 percent in 2017 compared to the previous year. This is due to the fact that in 2016 and 2017, the prices of coal, copper, and raw materials, which are major exporting products in Mongolia, fell, people's consumption decreased, and foreign direct investment was interrupted. Due to the decrease in labor demand, businesses and people engaged in production and services are unable to repay the loans taken on time as a source of their business activities, consumption, and living expenses.

Figure 4. *Classification of non-performing loans /by economic sectors*

Source: National Statistical Office

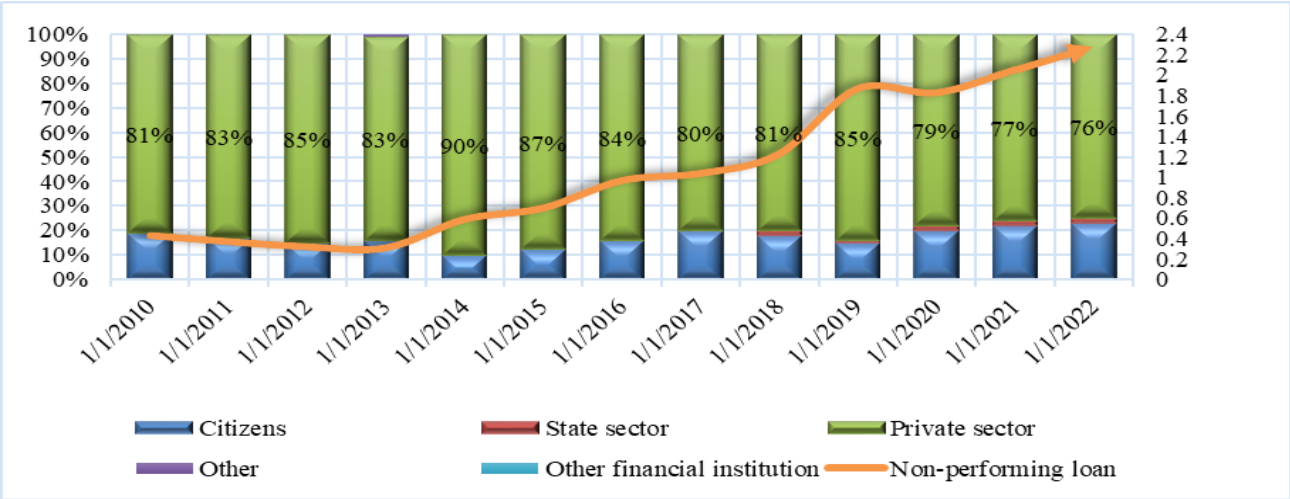
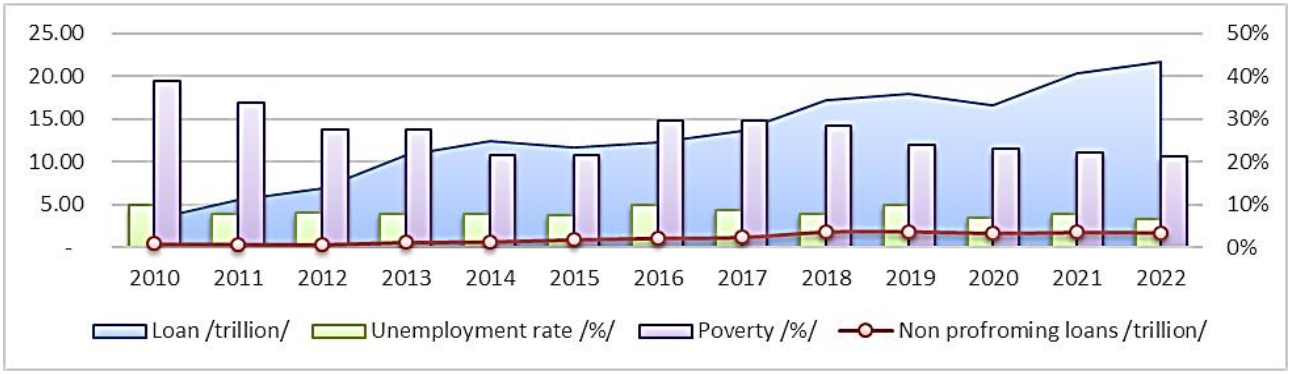


Figure 1.4 shows us that the majority of the loans issued by the banking sector are given to the private sector. Between 2010 and 2013, the total amount of non-performing loans was relatively low, but since 2014, it has been increasing year by year. Due to the increase in non-performing loans, some commercial banks reduced their loan supply, and in 2018, the issuance of business loans increased and the issuance of consumer loans decreased, which supports economic and social indicators.

Figure 5. *Relationship between the banking sector and some social indicators*



Source: National Statistical Office

Figure 1.5 shows us that when the total amount of loans issued by the banking sector increases, the poverty level and the unemployment rate decrease. According to researchers, poverty and unemployment levels are directly related, so keeping both indicators at a certain level has a positive effect on the country's economy and development. Also, we can see that when the unemployment rate increases, the total amount of non-performing loans increases, which is caused by job cuts and the loss of workers, as companies fail to achieve their planned income and people fail to repay their loans on time.

THE RESEARCH IN ASSESSING THE RELATIONSHIP BETWEEN THE BANKING SECTOR AND SOME SOCIAL INDICATORS IN MONGOLIA

In the second part of this study, we aimed to explain the relationship between the Mongolian banking sector and some social indicators using econometric evaluation methods. The sample data used in the study, explanations, variable abbreviations, and measurement units are defined as follows:

Table 1. *The variables used in the study*

Variables	Abbreviations	Explanations	Units
Total amount of loans	LO	The accumulated amount of loans. Adjusted by the 2010 price.	By billion MNT
Interest rate	LR	Interest rate on MNT	Percentage
Unemployment rate	UN	Unemployment rate of Mongolia. Seasonal editing is done.	Percentage
Economic growth rate	GRO_GDP	GDP growth rate compared to the previous year's same time	Percentage
Household income	HI	Monthly household income. Adjusted by the 2010 price.	By billion MNT
Poverty	POV	The poverty line (difference) issued by the World Bank was used to calculate this indicator, which is a qualitative variable with a probability of 0 to 1.	No poverty/ Poverty

Source: Bank of Mongolia, National Statistical Office of Mongolia, World Bank

The study used quantitative data between the third quarter of 2006 and the fourth quarter of 2018. The indicators of economic growth, total amount of loans, MNT loan interest rate, unemployment rate, and average monthly household income were taken from the monthly statistical data of the NSO and the Bank of Mongolia, and the poverty line (difference) was taken from the World Bank statistical data (*Table 1*). Before the econometric estimation, we defined the expected values of the variables used in the model, and positive and negative signs are determined based on our research and previous empirical research.

The econometric estimation consists of two parts. In the first part, poverty (POV) and unemployment rate (UN) are estimated by the logit model, while in the second part, social and banking sector factors affecting nonperforming loans will be determined by the least squares method.

THE LOGIT MODEL ESTIMATION RESULTS

Based on the research of Mohammad and others, it is recognized that unemployment is a common factor that affects poverty (Mohammad, U.F.; David, J., 2019), so we define the functional relationship between unemployment and poverty as follows:

$$POV = f(UN) \qquad (1)$$

where, POV represents poverty, while UN represents the unemployment rate. In other words,

$$P_r\left(POV = \frac{1}{0}\right) = \beta_0 + \beta_1 UN_i + \mu_i \qquad (2)$$

$P_r\left(POV = \frac{1}{0}\right)$ represents the probability of Mongolia from not being poor to being poor in period i; β_0 is a constant, β_1 is the regression coefficient for the independent variable in the model, and μ_i is the error term.

The logit model expresses the probability of the occurrence of an event as a function, as shown below.

$$p = f(-\beta_1 - \beta_2 UN_i) = \frac{1}{1+e^{-\beta_1-\beta_2 UN_i}} \qquad (3)$$

When the value of $(-\beta_1 - \beta_2 UN_i)$ increases infinitely, the value of $(e^{-\beta_1-\beta_2 UN_i})$ approaches 0, and in this case, the probability, p approaches the upper limit of the value, 1. When the value of $(-\beta_1 - \beta_2 UN_i)$ decreases infinitely, the value of $(e^{-\beta_1-\beta_2 UN_i})$ increases infinitely, and in this case, the probability, p approaches the lower limit of the value, 0.

We estimated the logit model to get the most accurate result and removed the fluctuations by adjusting for the seasonal effect of the unemployment rate (GENSUS ARIMA X-13) to determine the marginal effect of the model.

As a result of the logit model evaluation, the main variable, the unemployment rate, was statistically significant and consistent with the theoretical predictions, which was one of the important results of the study.

The unemployment measuring parameter shows a positive relationship between household poverty and unemployment, which is a proven result of previous empirical research (Osinubi,

2005); (Ayala, 2011); (Adenike, 2014); (Ohwofasa, Aiyedogbon, 2012); (Sa'idu, Bello Malam, 2013) (Augustine, Enoge, 2016); (Sadiq, Mehmood, 2010); (Agu, Ogbeide, 2015).

Table 2. *The Logit model result*

Variable	**Coefficient**	**Std. Error***	**z-Statistic**	**Prob.**
C	-10.63513	2.507202	-4.241831	0.0000
UN_D11	0.91545	0.253208	3.615412	0.0003
McFadden R-squared	0.243536	Mean dependent var		0.14
S.D. dependent var	0.35051	S.E. of regression		0.319277
Akaike info criterion	0.692681	Sum squared resid		4.893002
Schwarz criterion	0.769162	Log likelihood		-15.31702
Hannan-Quinn criter.	0.721805	Deviance		30.63404
Restr. deviance	40.49635	Restr. log likelihood		-20.24817
LR statistic	9.862309	Avg. log likelihood		-0.30634
Prob(LR statistic)	0.001687	**Marginal effect**		0.08345
Obs with Dep=0	43	Total obs		50
Obs with Dep=1	7	**UN_D11=0.11 FOR**		0.89854
,,*** - statistically significant at 10, 5, and 1% levels, respectively.*				

Source: Estimation of the researchers

For example, if the unemployment rate in Mongolia increases by 1 percent in period i, the probability of being in poverty will increase by 0.83 percent. According to the study of (Mohammad, U.F.; David, J., 2019) the average marginal effect of the unemployment rate was 2.3 percent, which is theoretically consistent but numerically relatively high. In this study, we had a preliminary hypothesis that there is an approximately 90 percent chance of being in poverty in that year, when the unemployment rate is around 12 percent. In other words, the negative consequences when people are unemployed are the decrease in the standard of living and the inability to meet the daily needs of the household, which leads to poverty. So, there is a general tendency for people to meet their daily needs by working and getting reasonable wages, thereby avoiding poverty.

THE REGRESSION RESULTS

In this part of the study, we determined the factors influencing the non-performing loans of commercial banks operating in Mongolia and evaluated the relationship by the ordinary least squares method (OLS). Also, the numerical data from the third quarter of 2006 to the third quarter of 2023 were taken from the National Statistics Office of Mongolia and the databases of the Mongolian Bank, respectively. The econometric model to be studied in this part of the study is defined as follows:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_t + \varepsilon_t \quad (4)$$

where, ε_t is an error term that represents the variance of the regression function. If the matrices of equation (8) are expressed in the form of detailed equations with the other variables:

$$NPL_t = \beta_0 - \beta_1 GDP_{GRO_t} + \beta_2 UN_t - \beta_3 HI_t - \beta_4 LR_t \pm \beta_5 AR_t \pm \beta_6 MA_t + \varepsilon_t \quad (5)$$

We used correlation analysis and Granger causality tests to determine the relationship between the variables in the study. Now, based on the above estimations, we will evaluate the

impact of social and banking sector indicators on non-performing loans (NPL) by the Ordinary Least Squares (Ordinary Least Squares) method. (Detailed results of the estimation are attached in the appendix.)

Table 3. *The OLS model estimation results*

$\widehat{NPL}_t = +0.138 - 0.0006GRO_{GDP} + 0.616UN - 0.554LR + 1.207AR(1) - 0.356AR(2) + 0.771MA(2)$

s.e	(0.0167)	(0.0002)	(0.1507)	(0.0788)	(0.1849)	(0.1797)	(0.0992)
prob	[0.0090]	[0.0000]	[0.0000]	[0.0000]	[0.0000]	[0.0541]	(0.0000)

$R^2 = 94.92$

$DW = 1.95$

$SER = 0.0086$

Source: Estimation of the researchers

From the regression results, we can see that if Mongolia's economic growth (GRO_GDP), and loan interest rate (LR) increase, then these factors decrease non-performing loans (NPL), and increase the unemployment rate (UN). Also, these economic indicators are highly dependent on the previous periods, and economic inertia AR(1) and AR(2) have an influence on both increasing and decreasing directions for non-performing loans.

However, the error of any econometric model includes the error of not including the factors affecting the dependent variable, so it has a lot of information to explain the dependent variable, so the MA(2) model that explains the dependent variable by the previous error is included in the linear regression equation, and this indicator has an effect on increasing total demand.

Specifically, a 0.01 percent increase in economic growth reduces the GDP deficit by 0.006 percent in the same quarter, a 1 percent increase in interest rates reduces the percentage of non-performing loans by 0.55 percent in the same quarter, and a 1 percent increase in the unemployment rate reduces the non-performing loans by 0.616 percent in the same quarter.

In the case of Mongolia, changes in parameters such as economic growth, unemployment rate, and loan interest rate have major impacts on the non-performing loans of commercial banks. The OLS model meets the conditions of the classic linear regression model when the evaluation results and diagnostic tests are examined.

Table 4. *The results of diagnostic tests*

Tests	Estimated values	Chi-squared	Probability	Explanations
Normality Test			0.3882	Normally distributed
Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test		0.5271	0.5653	No serial autocorrelation
Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey		0.495	0.5173	No heteroskedasticity
Heteroskedasticity Test: ARCH		0.3091	0.3196	No Conditional Heteroskedasticity
Durbin-Watson stat	1.9494			No autocorrelation

Source: Estimation of the researchers

After testing how the coefficients estimated by the OLS model satisfy the conditions of the best linear unbiased estimator (BLUE) or the classical model of linear regression, we got positive results on all diagnostic tests.

CONCLUSION AND POLICY RECOMMENDATIONS[Ma2]

As a result of the research, we can see that an increase in the total lending of commercial banks reduces the unemployment rate in Mongolia. Therefore, in Mongolia, domestic lending has an impact on unemployment reduction by supporting production and ensuring economic stability, and our theoretical hypothesis proposed at the beginning of the study was proven as the research results are statistically significant.

Mongolia's economic growth and interest rate affect non-performing loans with a lag of 1 generation or 1 quarter of a year, while the unemployment rate affects non-performing loans 2-3 generations or 2-3 quarters later. As a result, economic growth and interest rate increases reduce non-performing loans, while rising unemployment rates increase non-performing loans.

Bank lending supports gross production, and as an increase in gross production reduces unemployment, poverty levels fall. In this research, we have proved that there is a statistically significant relationship between the lending of the Mongolian banking sector and some social indicators, such as unemployment and poverty levels.

In order to develop the research results, researchers need to broaden the framework of social indicators in the future. Furthermore, scholars need to study not only the relationships between the level of poverty and unemployment and banking loans, but also the relationships between people's life expectancy, education level, and health condition and bank loans. In order to provide financial services to society, the loan services of the banks must have positive effects on people’s well-being and be friendly to the environment. If bank loans can be invested in creative projects that create more new jobs, we can say that the banking sector has a positive impact on society and the whole economy. So it is better to clarify which economic sectors are more sensitive to banking loans and grow quickly after investing in bank loans.

REFERENCES

Adenike, E. (2014). Poverty and Unemployment Paradox in Nigeria. *IOSR Journal of Humanities and Social Science, Volume 19, Issue 5, Ver. IV*, 106-116.

Adenike, Egunjobi. (2014). *Poverty and unemployment paradox in Nigeria.*

Agu, Ogbeide. (2015). Poverty and Income Inequality in Nigeria: Any Causality?

Augustine, Enoge. (2016). overty and Unemployment and Corruption in Nigerian Public Sector.

Ayala. (2011). *Income poverty and multidimensional deprivation: lessons from cross-regional analysis.*

Bernanke, B., & Blinder, A. (1992). The Federal Funds Rate and the Channels of Monetary Transmission. *The American Economic Review, Vol. 82, No. 4*, 901-921.

David, Umar Faruk Muhammad and Joseph. (2019). The reationship between poverty and unemployment in Niger State.

DeFina, R. (2004). The Impacts of Unemployment on Alternative Poverty Rates. *Income and Wealth, Volume 50, Issue 1*, 69-85.

Florián, D., & Francis, J. (2016). Unemployment and Gross Credit Flows in a New Keynesian Framework. *Working Papers 87, Peruvian Economic Association*.

Gocer, I. (2013). Relation between Bank Loans and Unemployment in the European Countries. *European Academic Research, Vol. I, Issue 6*, 980-995.

Mohammad, U.F.; David, J. (2019). The reationship between poverty and unemployment in Niger State. *Signifikan Jurnal Ilmu Ekonomi, Vol 8, No1*, 71-78.

Mongol Bank. (2020). *Sustainable Funding Report.* Ulaanbaatar: Mongol Bank of Mongolia.

National Statistical Office of Mongolia. (2018). *A study of the relationship between economic growth, poverty and unemployment.* Ulaanbaatar: NSO, Mongolia.

Ohwofasa, Aiyedogbon. (2012). *Poverty and rate of unemployment in Nigeria.*

Ordine, P., & Rose, G. (2008). Local Banks Efficiency and Employment. *Labour, Volume22, Issue 3*, 469-493.

Osinubi. (2005). *An Economic analysis of growth, unemployment and poverty in Nigeria.*

Renahy, E., Mitchell, C., Molnar, A., Muntaner, C., Ng, E., Ali, F., & O'Campo, P. (2018). Connections between unemployment insurance, poverty and health: a systematic review. *European Journal of Public Health, Volume 28, Issue 2*, 269–275.

Sadiq, Mehmood. (2010). The Relationship between Government Expenditure and Poverty: A Cointegration Analysis.

Sa'idu, Bello Malam. (2013). An empirical analysis of exchange rate volatility on export trade in a developing economy.

Saunders, P. (2002). The Direct and Indirect Effects of Unemployment on Poverty and Inequality. *Australian Journal of Labour Economics (AJLE), vol. 5, issue 4*, 507-530.

Tsend-Ayush, B., Ganchimeg, G., & Enkhbaatar, O. (2017). Household debt and its impact on the economy. *Research series, No6, Mongolbank*.

UPVD Conculting. (2021). *The Covid-19 pandemic and banking regulation reform affecting the activities of banks and financial institutions and their future tendencies.* Ulaanbaatar, Mongolia: BEST program.

World Bank. (2022). *Small and Medium Enterprises Finance.* Washington, USA: World Bank.

Zhuang, J., Gunatilake, H., Niimi, Y., Khan, M., Jiang, Y., Hasan, R., . . . Huang, B. (2009). *Financial Sector Development, Economic Growth, and Poverty Reduction: A Literature Review*. Manila, Philippines: Asian Development Bank.

Article info: Mandakh Research, 2023, Vol.10, ENG 1001

ШУВУУ ҮРГЭЭХ ТӨХӨӨРӨМЖИЙН КИНЕМАТИК ХЭМЖИГДЭХҮҮНИЙ ОНОЛЫН СУДАЛГАА

Д.Түвшинжаргал[1], Д.Ганболд[2], Д.Баатархүү[3]

[1]Мандах их сургууль, Инженер эдийн засгийн сургууль

[2,3]ХААИС, Инженер Технологийн Сургууль

tuvshinjargal@mandakh.edu.mn

ХУРААНГУЙ

Газар тариалангийн үйлдвэрлэлийг экологид ээлтэй, бүтээмж өндөр, эрсдэл даах чадвартай, тогтвортой ургацтай эдийн засгийн тэргүүлэх салбар болгон хөгжүүлэхийг салбарын яам зорин ажиллаж байна. Монгол орны хөрсөнд тариалсан жимс, жимсгэнээр хүн амын хэрэгцээг хангахад чацаргана жимсний үйлдвэрлэл чухал байр суурийг эзлэж байна. Чацаргана жимсний үйлдвэрлэлийг өсгөхөд ургацыг хамгаалах, хаягдалгүй хурааж авах асуудал хурцаар тавигдаж байна. Тус өгүүлэлд талбайд ургаж буй чацаргана жимсийг шувуу идэхээс хамгаалах төхөөрөмжийн үндсэн параметр эргэлтийн тоо, байрлах цэг, шувууны хурдны хоорондын кинематик хамаарлыг тогтооож, математик томьёоллыг гаргалаа.

Түлхүүр үг: дуслуур, зарцуулга, дуслын усалгаа, савны дүүргэлт, ургалт

ОРШИЛ

Засгийн газрын 2017 оны 223 дугаар тогтоолоор батлсан “Жимс, жимсгэнэ” үндэсний хөтөлбөр”–т 2022 он гэхэд чацарганы тариалалтыг 10мянган га, бусад төрлийн жимс жимсгэний тариалалтыг 2 мянган га талбайд хүргэнэ гэж заасан байдаг. Чацаргана жимс тариалагчдад гардаг хүндрэлүүд нь шувуу, мал амьтнаас хамгаалах, хураалтын үе дэх техник тоног төхөөрөмж төгс бүрэн шийдэгдээгүй, хураалтын дараах жимсийг хог хольцоос цэвэрлэх тоног төхөөрөмж хангалтгүй, ажиллах хүчний хүрэлцээ муутай байгаа зэрэг байна.

Монгол улсын хэмжээнд тариалдаг жимс жимсгэний 40% орчмыг шувуу иддэг гэсэн судалгааг ХХААХҮЯ–аас гаргасан байдаг. Чацарганыг нахиалж эхлэхээс унаж дуусах хүртэлх 5 сарын хугацаанд олон төрлийн шувуу иддэг. Эрдэмтдийн судалгаагаар нийт тариалсан чацаргана жимсний ургацын 20–40%-ийг шувуу идэж, сүйтгэсэн гэж тогтоогдсон байна (Ганболд, Д. 2018). Эрдэмтдийн судалгаа, тариаланчдын арга туршлагаас харахад чацаргана жимсний ургацыг шувуунаас хамгаалах тоног төхөөрөмж нь нэгж талбайгаас авах ургацын хэмжээг ихэсгэх, тариаланчдын хөдөлмөрийг хөнгөвчлөх, бүтээмжийг өсгөх, импортын жимс, жимсгэний хэмжээг бууруулах гэх мэт олон давуу талуудтай. Монгол оронд ургаж байгаа байгалийн болон тариалдаг чацаргана жимс нь олон төрлийн витамин, ашигтай бодис агуулдаг бөгөөд цацрагийн хордлогоос хамгаалах, эмчлэх онцгой чанартай зэрэг байдлыг харгалзан Европын холбооноос эрхлэн 2022 оны 1 дүгээр сарын 18–нд газар зүйн заалтад “Увс чацаргана” гэсэн нэрээр бүртгэн авч Олон улсын байгууллагаас батламж олгосон байдаг (http://uvscluster.mn).

Манай орны нөхцөлд чацаргана жимс нь цельсийн хасах 15 хэмээс доош хүйтэнд хөлддөг бөгөөд энэ үе нь олон жилийн дунджаар 11–р сарын дундаас хойш болдог бөгөөд энэ үе хүртэл ургацын 20 – 40 хувийг алддаг гэж үздэг. Үүнд хамгийн их нөлөөлдөг зүйл нь Монгол оронд өвөлждөг шувууд жимсийг идэж, сүйтгэдэг, хураалтын үе дэх технологийн алдаа тоног төхөөрөмжийн шийдэлгүй байдал зэрэг байна. Ургацын алдагдлыг багасгахад шувуутай тэмцэх үр дүнтэй арга олж нэвтрүүлэх, жимсний хальс хатуу үе буюу 8 сарын сүүл 9-р сарын эхний 10 хоногт техникийн болцтой үед жимс хураах бүтээмжтэй арга, технологийг нэвтрүүлэх шаардлагатай байна.

Манай орны хувьд өнөөгийн байдлаар чацарганын тариалан эрхлэгчид маань төмөр түмпэн сав нүдэх, хийн буугаар дуу чимээ гаргах, гялгар хуулгыг модноос уяж, гялбуулах зэрэг арга ядсан хэлбэрээр чацарганы талбайгаа шувуунаас хамгаалж байна. Олон улсад хүлээн зөвшөөрөгдсөн шувуу үргээх төхөөрөмж нь лазерын тусгалыг ашиглах, нарны гэрлийг ойлгож шувуу үргээх, гэрэлтдэг хуулга, дуут дохио гэсэн 4 аргыг өргөн хэрэглэж байна (Ганболд, Д. 2018).

Лазерын тусгалаар шувуу үргээх төхөөрөмжийн үр дүн маш өндөр байгааг АНУ - ын эрдэмтэд нотлож, шувуу үргээх зориулттай лазерын шинэ технологийг гаргасан байна (https://birdcontrolgroup.com/agrilaser-handheld). Лазер нь цацарч тусдаг учир бүх өнцгийг хамарч, эргэлдэх радиусын дагуу шувууг үргээдэг. (Agrilaser 500), <500мВт чадалтай, долгионы урт 532нм (ногоон) ба апертурын диаметр 40-50мм хэмжээтэй юм (Clausen, Kevin K. 2019). Тус лазер нь шувуу үргээх зориулалтаар зарагдаж буй лазер төхөөрөмжүүдийн гол

төлөөлөл болж байна. Бага чадалтай ногоон лазер нь 200мВт улаан лазераас илүү гэрэлтдэг байна.

СУДАЛГААНЫ ХЭРЭГЛЭГДЭХҮҮН, АРГА ЗҮЙ

Шувуу үргээх лазер тусгал бүхий төхөөрөмжийн ашиглалтын параметрүүд болох төхөөрөмжийг суурилуулах өндөр, байршил, эргэх хурд зэргийг тодорхойлохын тулд биеийн хөдөлгөөний кинематик хэмжигдэхүүний онол, Монгол орны тал хээрээр өргөн тархсан шувуудын төрөл, хурдыг судлах, лазерын тусгалын тусах өнцөг, тусгалын уртыг тодорхойлох зайлшгүй шаардлагатай.

1. Монгол орны тал хээрээр өргөн тархсан шувуудын төрөл, тэдгээрийн нисэх хурд.

ХАА-н газар тариалангийн үр, жимс жимсгэний ургамалд зонхилон тархаж хор хөнөөл учруулдаг 41 зүйлийн хортон шавьж, 23 зүйлийн өвчин, 7 зүйлийн мэрэгч амьтан, 5 зүйлийн шувууд байдаг байна. Шувуудын төрөлд бор шувуу, хэрээ, шаазгай, тагтаа, улаан хошуут зэрэг шувууд голчлон тариалангийн талбайд ургасан жимсийг идэж, сүйтгэж байна.

Тэдгээрийн нисэх хурд нь:

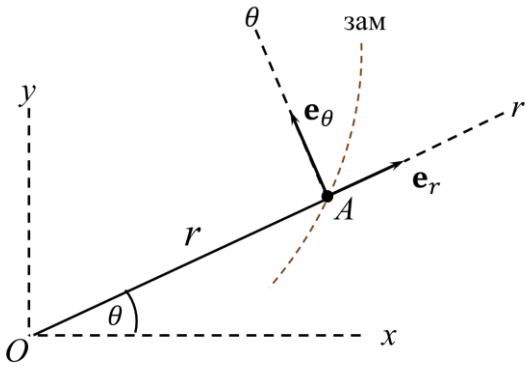
1. Бор шувуу -40 км/цаг
2. Хэрээ -38 км/цаг
3. Шаазгай -56 км/цаг
4. Тагтаа -65 км/цаг
5. Улаан хошуут -72 км/цаг байна.

2. Материаллаг цэгийн хөдөлгөөний кинематик параметрийг туйлын, цилиндр, бөмбөрцөг координатын системд тодорхойлох.

Туйлын координатын систем: Нэг хавтгайд цэгийн байрлал туйлын координатаар өгөгдөх бол

$$r = r(t), \theta = \theta(t) \tag{1}$$

хэлбэртэй байна.



Зураг 1. Цэгийн байрлалыг туйлын коодинатын системд харуулсан байдал

Энэ нь декартын координатын системтэй дараах хамааралтай байна.

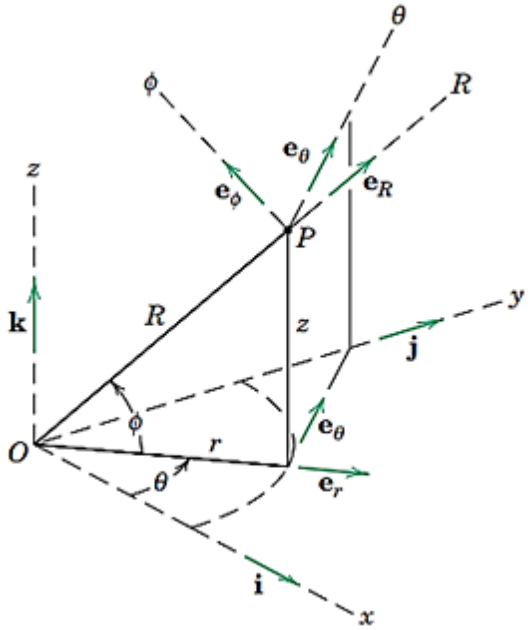
$$x = rcos\theta, y = rsin\theta \tag{2}$$

$$\boldsymbol{v} = \dot{r}\mathbf{e}_{\boldsymbol{r}} + r\dot{\theta}\mathbf{e}_{\theta} \tag{3}$$

$$\boldsymbol{a} = \left(\ddot{r} - \dot{\theta}^2\right)\mathbf{e}_r + (r\ddot{\theta} + 2\dot{r}\dot{\theta})\mathbf{e}_{\theta} \tag{4}$$

Цилиндр координатын систем:

$$r = r(t), \theta = \theta(t), z = z(t) \tag{5}$$



Зураг 2. Цэгийн байрлалыг цилиндр болон бөмбөрцөг координатын системд харуулсан байдал

Эх сурвалж: Meriam, J.L. Engineering Mechanics. Dynamics)

Туйлын координатын систем, цилиндр координатын системтэй дараах хамааралтай байна.

$$\boldsymbol{R} = r\mathbf{e}_r + z\mathbf{k} \tag{6}$$

Хурд:

$$\boldsymbol{v} = \dot{r}\mathbf{e}_{\boldsymbol{r}} + r\dot{\theta}\mathbf{e}_{\theta} + \dot{z}\mathbf{k} \tag{7}$$

$$v_r = \dot{r};\ v_\theta = r\dot{\theta};\ \ v_z = \dot{z}; v = \sqrt{v_r^2 + v_\theta^2 + v_z^2} \tag{8}$$

Хурдатгал:

$$\boldsymbol{a} = (\ddot{r} - r\dot{\theta}^2)\mathbf{e}_{\boldsymbol{r}} + (r\ddot{\theta} + 2\dot{r}\dot{\theta})\mathbf{e}_{\theta} + \ddot{z}\mathbf{k} \tag{9}$$

$$a_r = \ddot{r} - r\dot{\theta}^2; a_\theta = r\ddot{\theta} + 2\dot{r}\dot{\theta} = \frac{1}{r}\frac{d}{dt}(r^2\dot{\theta});\ \ a_z = \ddot{z} \tag{10}$$

$$a = \sqrt{a_r^2 + a_\theta^2 + a_z^2} \tag{11}$$

Бөмбөрцөг координатын системд:

$$R = R(t), \theta = \theta(t), \varphi = \varphi(t) \quad (12)$$

$$\boldsymbol{\upsilon} = \upsilon_R \mathbf{e}_R + \upsilon_\theta \mathbf{e}_\theta + \upsilon_\phi \mathbf{e}_\phi \quad (13)$$

$$\upsilon_R = \dot{R}; \upsilon_\theta = R\dot{\theta}cos\phi; \upsilon_\phi = R\dot{\phi}\ ; \upsilon = \sqrt{\upsilon_r^2 + \upsilon_\theta^2 + \upsilon_\phi^2} \quad (14)$$

Хурдатгал:

$$\boldsymbol{a} = a_R \mathbf{e}_r + a_\theta \mathbf{e}_\theta + a_\phi \mathbf{e}_\phi \quad (15)$$

$$a_R = \ddot{R} - R\dot{\phi}^2 - R\dot{\theta}^2 cos^2\phi \quad (16)$$

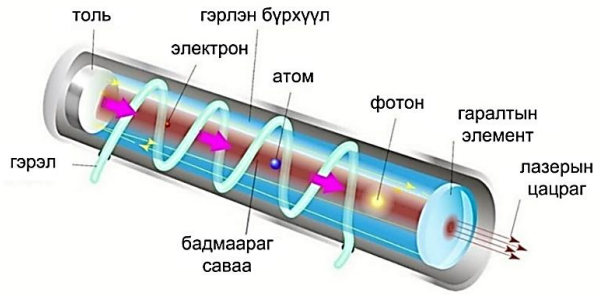
$$a_\theta = \frac{cos\phi}{R}\frac{d}{dt}\left(R^2\dot{\theta}\right) - 2R\dot{\theta}\dot{\phi}sin\phi \quad (17)$$

$$a_\phi = \frac{1}{R}\frac{d}{dt}\left(R^2\dot{\phi}\right) + R\dot{\theta}^2 sin\phi cos\phi \quad (18)$$

$$a = \sqrt{a_R^2 + a_\theta^2 + a_\phi^2} \quad (19)$$

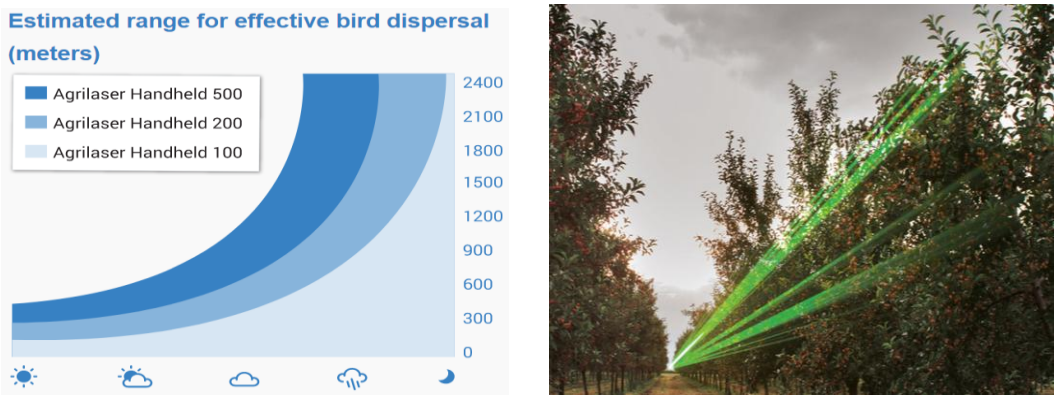
3. Лазерын бүтэц, цацрагийн өнцөг, цацрагийн уртыг тодорхойлох.

Лазер (англ. Laser) нь албадмал цахилгаан соронзон цацрагт суурилсан оптик өсгөлт ашиглан гэрэл цацаргадаг төхөөрөмж юм. Лазер нь цацарч тусахдаа тодорхой өнцөг үүсгэж тусдаг. Лазер хэмээх нэршил нь албадмал цацралаар гэрлийг өсгөх буюу "Light Amplication by Stimulated Emission of Radiotion" гэсэн англи үгсийн товчлол юм. Идэвхтэй орчныг ихэвчлэн 532нм долгионы урттай хатуу төлөвт Nd:YAG болон 488нм долгионы урттай аргон лазераар өдөөдөг. Эдгээр лазер нь 5–10Вт өндөр чадалтай Гауссын хэлбэрт тасралтгүй үргэлжлэх ногоон лазер юм.



Зураг 3. Лазерын бүтцийн ерөнхий схем

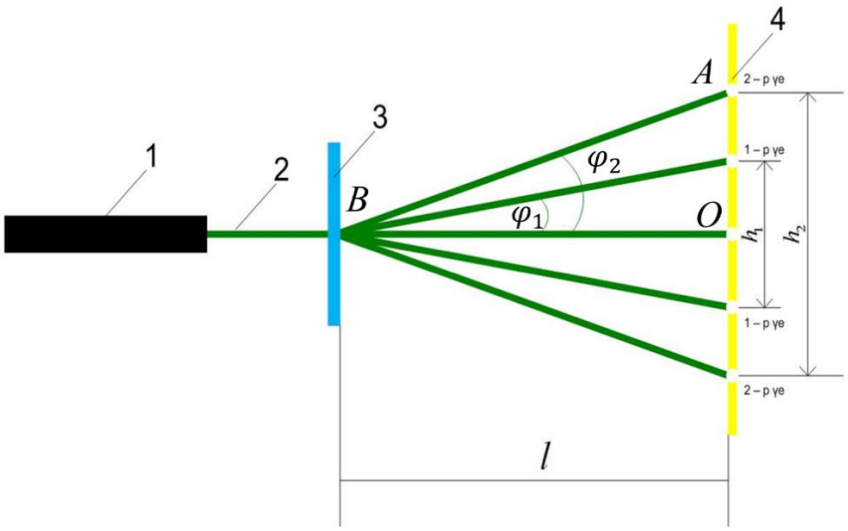
Шувуу үргээх төхөөрөмжийн агролазер тухайн газрын байрлал, байгаль цаг уурын нөхцөлөөс хамаарч тусгалын хэмжээ янз бүр байдаг.



Зураг 4. Шувуу үргээх төхөөрөмжид ашиглах лазерын тусгал орчны нөхцөлөөс хамаарсан график

Эх сурвалж: https://www.jacom.com/osse/en/animals-damage/agrilaser/

Иймд Монгол орны цаг уур, орчны нөхцөлд лазерын тусгалын уртыг тодорхойлох шаардлагатай тул хэрхэн тодорхойлдог арга зүйг тусгалаа.



Зураг 5. Лазерын параметрыг тодорхойлох схем

Торыг нэвтрэн гарахдаа анхныхаа чиглэлээс φ өнцгөөр хазайсан BA туяа A цэгт харагдах тул өнцгийн хэмжээг гурвалжин AOB – ээс олно.

$$\tan\varphi = \frac{OA}{OB} \tag{20}$$

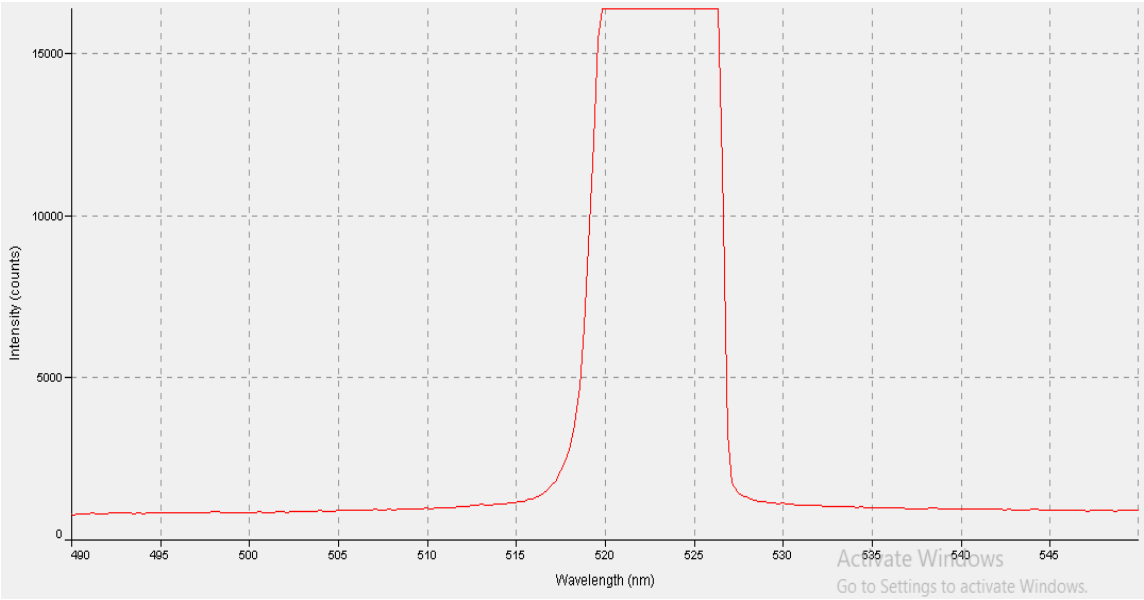
СУДАЛГААНЫ АЖЛЫН ҮР ДҮН

Бид уг судалгааны ажлаар шувуу үргээх төхөөрөмжид ашиглахаар сонгосон лазерийн долгионы уртыг тодорхойлох, монгол орны тал хээрийн бүсэд байгаа түгээмэл байдаг шувуудын хурднаас хамааруулан төхөөрөмжийг сонгох онолын томьёог тодорхойлох зорилго тавьсан. Шувуу үргээх төхөөрөмжинд ашиглаж байгаа лазер гэрлийн долгионы уртыг МУБИС–ийн Оптик физикийн лабораторит 5 дугаар зургийн дагуу l зайг хол, ойр, дунд гэсэн байрлалд хэмжиж, хэмжилтийн утгуудаар тооцоолон долгоны уртыг 527 нм гэж тодорхойлов.



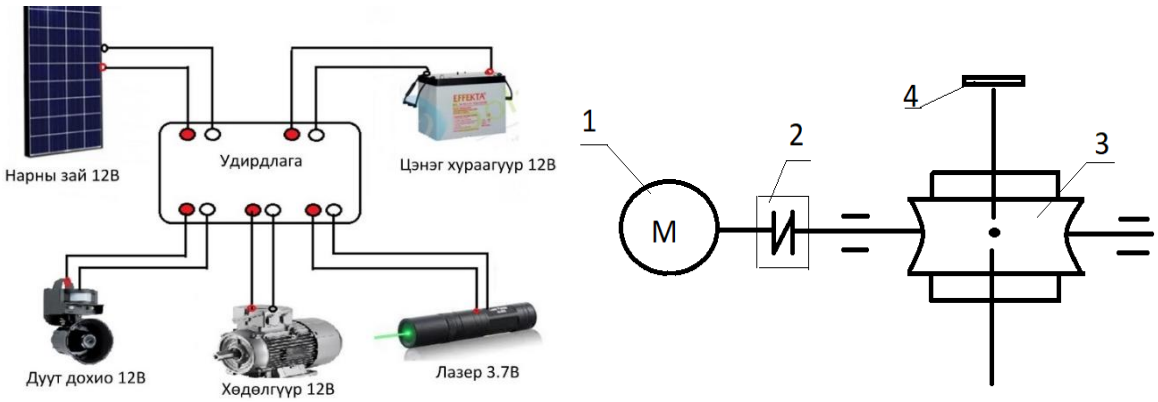
Зураг 6. Шувуу үргээх төхөөрөмжид ашиглах лазерын долгионы уртыг лабораторийн нөхцөлд тодорхойлж буй байдал

МУИС–ийн лазерын судалгааны лабораторт шувуу үргээх төхөөрөмжид ашиглаж байгаа лазерын гэрлийн эрчим долгионы уртаас хамаарч байгаа туршилтыг хийж, хэмжилтийн үр дүнгээр зураг 7-д үзүүлсэн графикийг байгууллаа.



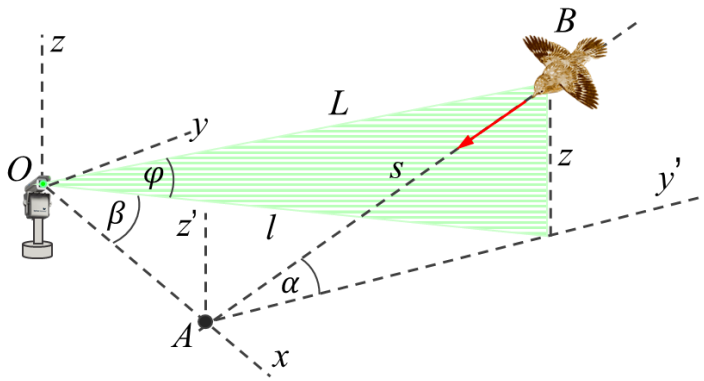
Зураг 7. Шувуу үргээх төхөөрөмжид ашиглах лазерын гэрлийн эрчим долгионы уртаас хамаарсан хамаарлын график.

Бидний зохион бүтээсэн шувуу үргээх төхөөрөмж нь хөдөлгүүр, холбовч, тулгуур, могой араан дамжуулга, лазер-аас бүтнэ. Могой араан дамжуулга нь цахилгаан хөдөлгүүрийн эргэлтийн хурдыг бууруулахаас гадна эргэх хөдөлгөөний чиглэлийг өөрчилнө. Зураг 8-д шувуу үргээх төхөөрөмжийн цахилгаан холболтын схем болон кинематик схемыг харууллаа.



Зураг 8. Шувуу үргээх төхөөрөмжийн цахилгааны холболтын схем, кинематик схем

Лазерийн эргэх өнцөг хурдыг тодорхойлохын тулд лазерийн тусах үзүүрийн цэгийн шугаман хурд шувууны нисэх хурдтай тэнцүү байх нөхцлийг ашиглана.



Зураг 9. Лазерийн тусгалын үндсэн хэмжээсүүдийг шувууны хурднаас хамааруулан тодорхойлох бүдүүвч

Шувууны лазерийн тусгалаас гарах зай, координатыг тодорхойлох.

$$s = s_0 + \upsilon t + \frac{1}{2} a t^2 \tag{21}$$

Үүнд:

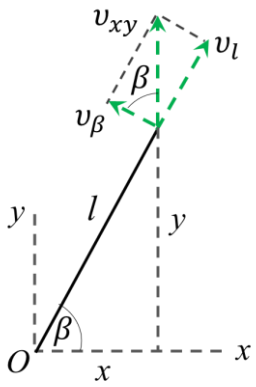
- Шувууны нисэх хурд- υ , м/с
- Шувууны нисэх хурдатгал- a м/с^2
- Лазерийн тусгалын доод шугамыг агуулсан хавтгайн y' тэнхлэг болон нисэх хурдны чиглэлийн дагуух шугамны үүсгэх өнцөг - α
- Лазерын тусгалын байрлах цэг-O
- Шувууны буух цэг-A

Лазерийн тусгалын доод цацрагийн шувууны буух цэгтэй холбогдох y координат:

$$y = s \cdot \cos\alpha \tag{22}$$

Лазерийн эргэлтийн өнцөг:

$$\beta = \tan^{-1}\left(\frac{y}{x}\right) \tag{23}$$



Зураг 10. Лазерийн тусгалын доод шугамыг агуулсан хавтгай дээрх лазерын хурдны проекц

Лазерийн доод тусгалын уртын хэмжээ:

$$l = \sqrt{x^2 + y^2} \tag{24}$$

Шувууны хурдны (υ) y' тэнхлэг дээрх проекц нь лазерийн тусгалын үзүүрийн цэгийн хурд буюу төхөөрөмжийн тойрог хурдтай (υ_β) тэнцүү байна (зураг 9).

$$\upsilon_\beta = \upsilon \cdot cos\alpha \tag{25}$$

$$\upsilon_l = \dot{l} = \upsilon_{xy} \cdot sin\beta \tag{26}$$

$$\upsilon_\beta = l \cdot \dot{\beta} = \upsilon_{xy} \cdot cos\beta \tag{27}$$

Төхөөрөмжийн эргэлтийн өнцөг хурдыг дараах байдлаар тодорхойлж болно:

$$\dot{\beta} = \frac{\upsilon_\beta}{l} = \frac{\upsilon \cdot cos\alpha}{l} \tag{28}$$

Лазерийн тусгалын тусах зай:

$$z = y \cdot tan\alpha \tag{29}$$

Тусгалын өнцөг:

$$\varphi = tan^{-1}\left(\frac{z}{l}\right) \tag{30}$$

Лазерийн дээд тусгалын уртын хэмжээ:

$$L = \sqrt{z^2 + l^2}$$

$$L = \sqrt{l^2 + z^2} \tag{31}$$

$$\upsilon_L = \dot{L} = \upsilon_l \cdot cos\varphi + \upsilon_z \cdot sin\varphi \tag{32}$$

Дээрх илэрхийлэлүүдийг ашиглан лазерын тусах үзүүрийн цэгийн хурдыг тодорхойлбол:

$$\upsilon_L = \dot{L} = \upsilon \cdot cos\alpha \cdot tan\beta \cdot cos\varphi + \upsilon \cdot sin\alpha \cdot sin\varphi \quad (33)$$

ДҮГНЭЛТ

1. Төхөөрөмжийн эргэлтийн өнцөг хурд нь шувууны хурдтай шууд хамааралтай харин лазерийн доод тусгалын урттай урвуу хамааралтай байгаа нь тогтоогдлоо.
2. Шувууны хурд болон лазерын тусгалын уртаас хамааруулж төхөөрөмжийн эргэлтийн хурдыг олох онолын томъёог гаргаж авлаа.
3. Төхөөрөмжид ашиглах лазерын хүчин чадлаас хамааруулан чацарганы талбайд байрлуулах төхөөрөмжийн тоог тодорхойлох, мөн төхөөрөмжийг суурьлуулах оновчтой байрлалыг тогтоох үндэслэлийг гаргалаа.
4. Лабораторийн туршилтаар шувуу үргээх төхөөрөмжид ашиглагдаж байгаа лазерын долгоны уртыг тодорхойлоход 527 нм байв.

АШИГЛАСАН МАТЕРИАЛ

Ганболд, Д., Баатархүү, Д. (2018). Шувуу үргээх төхөөрөмжийн судалгаа. ХАА – н инженерийн шинжлэх ухаан, технологи сэтгүүл. Улаанбаатар хот. Монгол.

http://uvscluster.mn

https://birdcontrolgroup.com/agrilaser-handheld

Clausen, Kevin K., Marcussen, Luna K., Knudsen, Niels, Balsby, Thorsten J. S., and Madsen, Jesper. (2019). Effectiveness of lasers to reduce goose grazing on agricultural grassland. Wildlife Biology. English.

Meriam,J.L., Kraige,L.G. (2012). Engineering Mechanics. Dynamics. Book. English.752pp.

https://www.jacom.com/osse/en/animals-damage/agrilaser

Пүрэвжав,Л., Батбаяр,Ж., ба бусад. (2007). Онолын механик кинематик. Сурах бичиг. Улаанбаатар. Монгол. 496х

Article info: Mandakh Research, 2023, Vol.10, ENG 1002

ХОНИНЫ НООС ХЯРГАХ МАШИНЫ ТЕХНИК, ТЕХНОЛОГИЙН ЗАРИМ ҮЗҮҮЛЭЛТҮҮДИЙГ ТОГТООХ

Э. Сосорбарам[1, a], Д.Түвшинжаргал[2,b] , Д.Баатархүү [3,c *]

[1]Шүүхийн шинжилгээний хүрээлэн

[2]Мандах их сургууль, Инженер эдийн засгийн сургууль

[3]Хөдөө аж ахуйн их сургууль, Инженер технологийн сургууль

[a]elec_eng@muls.edu.mn

ХУРААНГУЙ

Манай орон нийт 71 сая малтай түүнээс 32,7 сая орчмыг хонин сүрэг эзэлдэг бөгөөд хавар бүр 5-6 сарын хооронд хонины ноосыг хяргадаг. Уламжлалт аргаар хонины ноос хяргах ажил нь малчдын хийдэг хүнд хүчир ажлуудын нэг бөгөөд цаг хугацаа, хүч хөдөлмөр ихээхэн зарцуулдаг. Иймээс хонины ноос хяргахад шалгарсан гар хайчыг механикжуулан цахилгаанаар удирдаж бүтээмжийг нэмэгдүүлэх, хөдөлмөрийг хөнгөвлөх шаардлагатай байна. Тус судалгааны ажлаар хонины ноос хяргах машины хийцийн зарим үзүүлэлтүүдийг тооцож, туршиж, ажлын бүтээмжийг тодорхойлж, механик хамаарамжыг гаргалаа.

Түлхүүр үг: Өгөлт, хүч, бүтээмж, чадал

ОРШИЛ

Монгол хонины ноосны ширхэг нь бүдүүн, хөндий голтой зэрэг онцлог нь Төв Азийн өндөрлөгийн хахир хүйтэн өвлийн улиралд дасан зохицсон биологийн онцлог юм. Энэ үсний гуурс нь агаар дүүрсэн байдаг учир дулаан дулааныг сайн тусгаарладаг биологийн нэг давуу тал нь юм. Агаарын чийгшил их үед ноос нь хувийн жингийнхээ 40 хүртэл хувьтай тэнцэх хэмжээний чийгийг шингээгээд дулаан болгон гаргадаг. Нэг кг хуурай ноосноос 960 киложоуль дулаан ялгардаг тул түүнийг байгаль эхээс заясан энерги үүсгэгч гэж хэлж болно (Мишигдорж, Б. 2006).

Ноосон материал нь өрөөний дулааныг хадгалж, чийгийг шингээн, өрөө тасалгааны бичил уур амьсгалыг тогтмол байлгадаг. Мөн ноосоор хийсэн дулаалгын материал дуу чимээг 21 дб-аар тусгаарлана. Үүнийг шилэн хөвөнтэй харьцуулбал дуу чимээг 20 хувиар илүү бууруулж байна гэсэн үг юм. Ноосон дулаалгын материал формальдегид мэтийн хорт бодисыг шингээн сарниулдаг. Хамгийн гол нь ноос бол байгалийн сэргээгдэх нөөц. Түүнийг дахин боловсруулах боломжтой, эдэлгээний хугацаа дуусахад бүрэн задарч байгальд шингэдэг зэрэг олон давуу шинж чанартай учир Монголчууд ахуй амьдралдаа өргөн ашиглаж иржээ.

Гадаадын хөгжилтэй улс орнуудад хонины ноос хяргах ажлыг иж бүрэн механикжуулсан байдаг. Харин манай оронд DJ-350 төрлийн хувьсах хүчдэлийн 220В, тогтмол хүчдэлийн 12В-д ажиллуулах боломжтой машиныг 2015 онд оруулж ирсэн бөгөөд тухайн үеийн зах зээлийн ханш нь 200-350 мянган төгрөгөөр худалдаалагдаж байсан (www.terbumtan.com). Хөдөө орон нутагт хонин сүрэг ихтэй айлууд худалдаж авч ашиглах явцад тухайн хонины ноос хяргах машин нь хонины ноосны ширэлдсэн хэсгийг даахгүй, гацалт ихтэй, ир нь урт биш учир ажлын бүтээмж бага, 220В ажилладаг машин авбал заавал тусдаа цахилгааны их үүсгүүр авах шаардлагатай зэрэг шалтгаануудын улмаас төдийлөн ашиглагдахгүй болсон.

Хонины ноосыг хяргах нь нэлээд хүнд хүчир ажлын тоонд хамрагдах бөгөөд туршлагатай хяргагч өдөрт гар хайчаар 15-20 хонийг хяргаж чаддаг. Хонины ноосыг машинаар хяргахад жигд бөгөөд арьсанд ойрхон хяргадаг учир ноосны гарц 5-7% -ар их , чанар нь сайжирдаг (Нямгэрэл, Б. 2018).

Бэлчээрийн мал аж ахуйн үйлдвэрлэлийн процессоос мал услах, угаах, ноос хяргах гэх мэт 70 гаруй ажиллагааг механикжуулах боломжтой гэж судлаачид үздэг боловч нүүдлийн хэлбэртэй тархай бутархай байдал, нэг малаас авах ашиг шимийн хэмжээ харьцангуй бага, үйлдвэрлэл нь улирлын чанартай явагддаг, нэг дор олноор нь байрлуулах нь бэлчээр, орчинд сөрөг нөлөө үүсгэдэг, технологийн зориулалттай техник хэрэгслийг худалдаж авах, байгуулах зэрэгт шаардагдах нэг удаагийн хөрөнгө оруулалт харьцангуй өндөр зэргээс шалтгаалж төдийлөн амжилт ололгүй өнөөг хүрч ирсэн юм. Малчдын хөдөлмөрийг хөнгөвчилж ажиллагааг механикжуулах боломжтой боловч гараар хийгдэж байгаа нэн тэргүүнд механикжуулах шаардлагатай 20 гаруй ажлын жагсаалтад Монгол ширүүн ноост хонь хяргах, нарийн ноост хонь хяргах, тэмээ зогдорлох, ноослох ажлууд орсон байна (Нямгэрэл, Б. 2018).

Уламжлалт аргаар хонины ноос хяргах ажил нь малчдын хийдэг хүнд хүчир ажлуудын нэг бөгөөд цаг хугацаа, хүч хөдөлмөр ихээхэн зарцуулдаг. Иймээс хонины ноос хяргах ажилд орчин үеийн техник, технологийг нэвтрүүлж, ажлыг механикжуулах шаардлага урган гарч байна. Иймээс тус судалгааны ажлаар гар хайчийг цахилгаан хөтөлгөөгөөр удирдах төхөөрөмжийн анхны загварыг гаргаж, туршилтаар ажлын параметрүүдийг тогтоох зорилго тавьлаа.

СУДАЛГААНЫ ХЭРЭГЛЭГДЭХҮҮН, АРГА ЗҮЙ

Архангай аймгийн Ихтамир, Хөвсгөл аймгийн Мөрөн сумын малчдаас түүврийн аргаар 20 өрх айлаас хонины ноос хяргах ажиллагааны талаар таван асуулттай судалгааг авч судалгааны үр дүнг дараах зургуудад харуулав.



Зураг 1. Хонио ноослох аргын судалгааны үр дүн



Зураг 2. Хонины ноос хяргах машины хэрэгцээний судалгааны үр дүн



Зураг 3. Хонины ноос хяргах машины хүчдэлийн түвшингийн судалгааны үр дүн



Зураг 4. Малчдын ашиглаж байгаа хонины ноос хяргах машины судалгааны үр дүн



Зураг 5. Малчдын ашиглаж байгаа хонины ноос хяргах машины саатлын судалгааны үр дүн

Дээрх судалгааны үр дүнгээс харахад малчдын 70% нь уламжлалт аргаар буюу гар хайчаар хонио ноосолдог. Хонь ноослох ажил нь хүн, хүч их зарцуулагддаг тул энэхүү ажлыг хийх хонины ноос хяргах машин шаардлагатай байна гэж малчдын 90% нь санал өгсөн байна. Хонины ноосоо цахилгаан машинаар хяргадаг айлуудын хувьд тухайн төхөөрөмж нь 220В хүчдэлд ажилладаг, ихэнх нь Хятад улсад үйлдвэрлэсэн ноос хяргах машиныг ашиглаж байна. Хонины ноос хяргах машинд Монгол хонины ноосны онцлог шинж чанараас хамаарч гацах болон ир хугарах саатал гардаг тул өргөнөөр ашиглахгүй байна.

Хайчны өгөлтийн тохиромжтой хэмжээг тодорхойлох арга зүй

Хонь хяргах хайчны ангайлтыг 2 см-ээс эхлээд 0.5 см интервалтайгаар нэмэгдүүлж 11.5 см хүртэл нийт 20 удаагийн хэмжилт хийж, ажлын хэмжээг тодорхойлно. Туршилтыг хийхдээ хайчаар хонины ноос хяргаж хайчны бариулд үйлчилж байгаа хүчнээс хамааруулан ажлын хэмжээг тодорхойлно.

Хэмжилтийн өгөгдлийг ашиглан хайчны өгөлтийн хэмжээ болон ажлын хоорондын хамаарлын график байгуулж, хамаарлаас хамгийн их ажил гүйцэтгэж байгаа хэсэгт харгалзах хайчны өгөлтийн хэмжээг хамаарлын тэгшитгэлийг ашиглан тодорхойлно.

Хайчинд үйлчлэх хүчний хэмжээг хэмжээг тодорхойлох арга зүй

Хайчинд үйлчлэх хүчний хэмжээг тодорхойлох туршилтыг хийхдээ хайчны нэг гуяыг хөдөлгөөнгүй бэхэлж хайчны ирийг тохиромжтой хэмжээнд байрлуулан жин хэмжигчээ хөдлөх гуянд бэхэлж татах зарчмаар 20 удаа туршилт хийнэ. Туршилтын тоон утгуудаар хайчлах хүчний давталтын тооны гистограмм байгуулж, хайчлах хүчний тохиромжтой хэмжээг тодорхойлно.

Хонины ноос хяргах төхөөрөмжийн чадлаас хамааруулж нарны зайн чадлыг дараах байдлаар тодорхойлно.

$$P_{нар} = \frac{N_{ач}}{k_{н} \cdot q}, кВт \qquad (1)$$

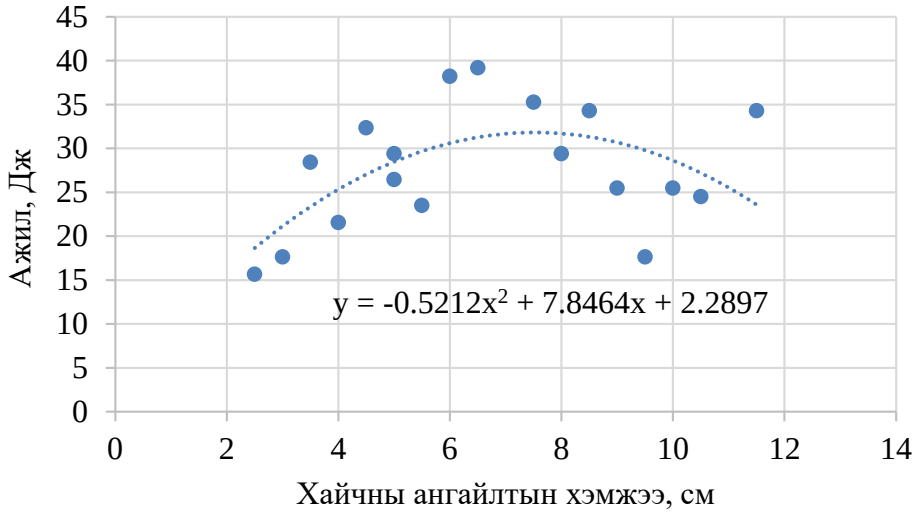
Энд: $N_{ач}$ −насосны хоногийн дундаж ачаалал, кВт · цаг;

$k_н$ −нарны зайн системийн алдагдлын коэффициент ($k_н = 0.7$);

q −жилийн дундаж өдрийн нийлбэр цацраг, $q = 5кВт \cdot цаг/м^2$

СУДАЛГААНЫ АЖЛЫН ҮР ДҮН

Хайчны өгөлтийн тохиромжтой хэмжээг тодорхойлох арга зүйн дагуу туршилтыг явуулж, хэмжилтийн өгөгдлийг ашиглан хайчны өгөлтийн хэмжээ болон ажлын хоорондын хамаарлын график байгуулж, зурагт 6-д харуулав.



Зураг 6. Хайчны өгөлтийн хэмжээ ба ажлын хоорондын хамаарал

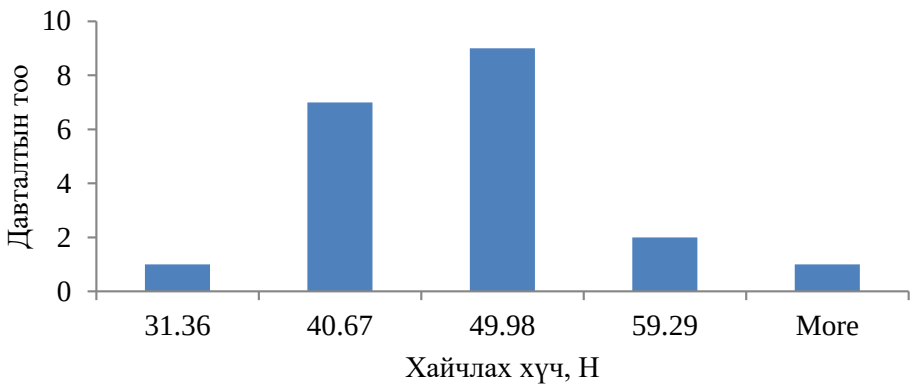
Дээрх хамаарлаас хамгийн их ажил гүйцэтгэж байгаа хэсэгт харгалзах хайчны өгөлтийн хэмжээг хамаарлын тэгшитгэлээс нэгдүгээр эрэмбийн уламжлал авч тэгтэй тэнцүүлж тодорхойлсон болно.

$$x \approx 7 \text{ см}$$

Тооцооны үр дүнд хайчны өгөлтийн тохиромжтой хэмжээ 7 см байх нь тодорхойлогдлоо.

Өгөлтийн хэмжээнээс хамаарч тахир голын радиус 31 мм, чөмөгний урт 22 мм байна.

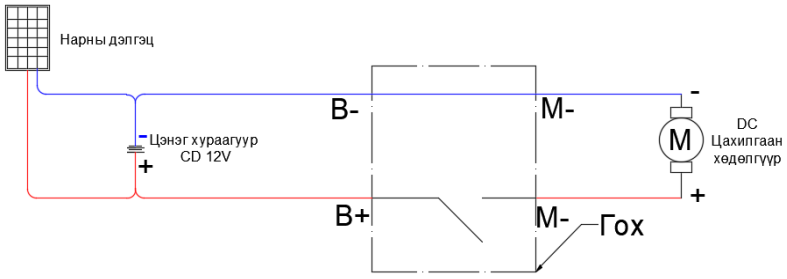
Хайчинд үйлчлэх хүчний хэмжээг арга зүйн дагуу туршилтаар тодорхойлж, хэмжилтийн утгыг ашиглан гистограм байгуулж, зураг 7-д харуулав.



Зураг 7. Хайчинд шаардагдах хүчний хэмжээ

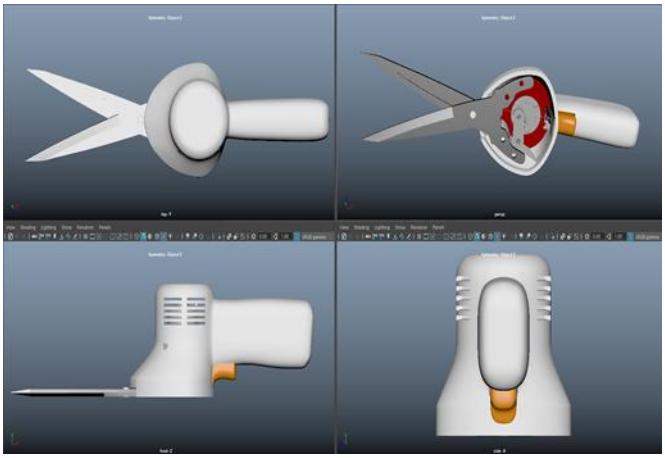
Дээрх гистограмаас харвал хайчлах хүчний тохиромжтой хэмжээ 49.98 Н буюу 50 Н байна.

Ноос хяргах төхөөрөмж нь нарны зайн системээр тэжээгдэж ажиллах ба цахилгааны схемийг дараах зурагт харуулав.

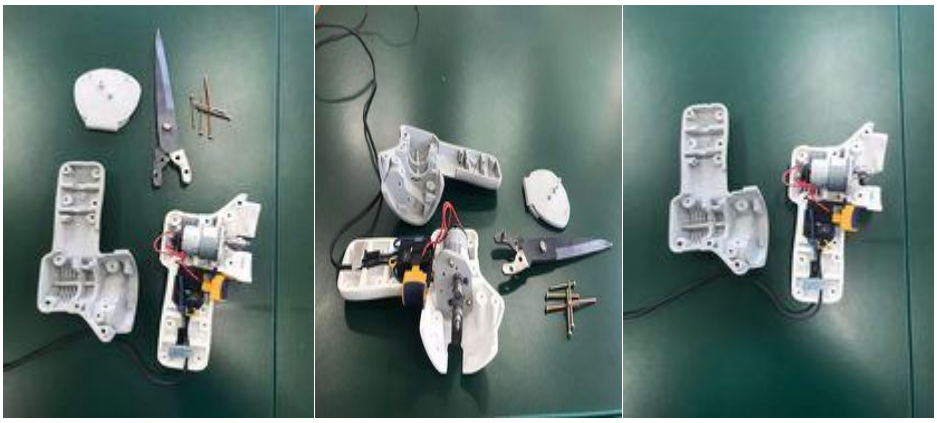


Зураг 8. Ноос хяргах төхөөрөмжийн цахилгааны схем зураг

Энэхүү төхөөрөмж нь тогтмол гүйдлийн 12 В ажиллах бөгөөд цахилгаан хөдөлгүүрийг асааж унтраах үүргийг гох гүйцэтгэнэ. Хонины ноос хяргах төхөөрөмжийн их биеийн загварыг гаргаж Solidwork зургийн программаар зурж, 3D принтерээр хэвлэж, туршилтад ашиглав.



Зураг 9. Ноос хяргах төхөөрөмжийн 3D загвар

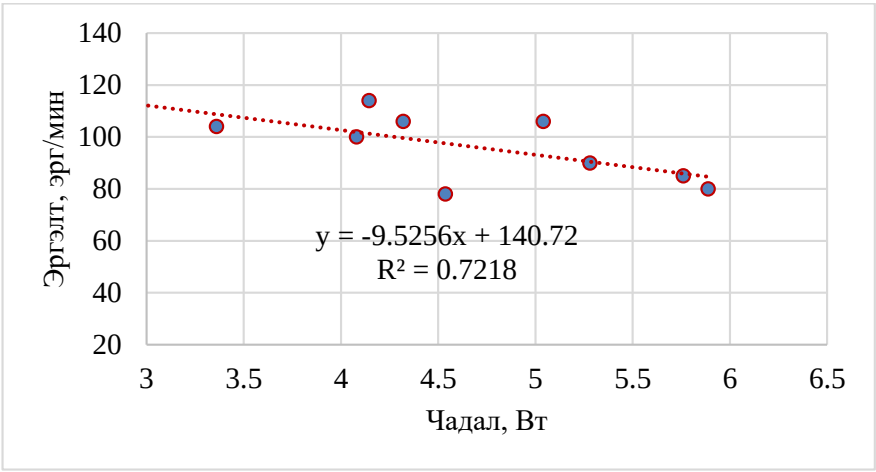


Зураг 10. Хонины ноос хяргах төхөөрөмжийн бодит зураг

Хайчны ангайлтын урт 5см, өгөлтийн урт 7 см тул гурвалжингийн талбайг олж, нэг хонь хяргах хугацааг онолын үндсэн дээр тодорхойлов. Нэг нас гүйцсэн хонины нэхийний талбайн дундаж хэмжээ 5400 см^2 байна. Үүнээс хамааруулан төхөөрөмжөөр нэг хонь хяргах хугацааг 7 минут байна. Ноос хяргах төхөөрөмжийн бүтээмж нь цагт 8 хонь хяргана.

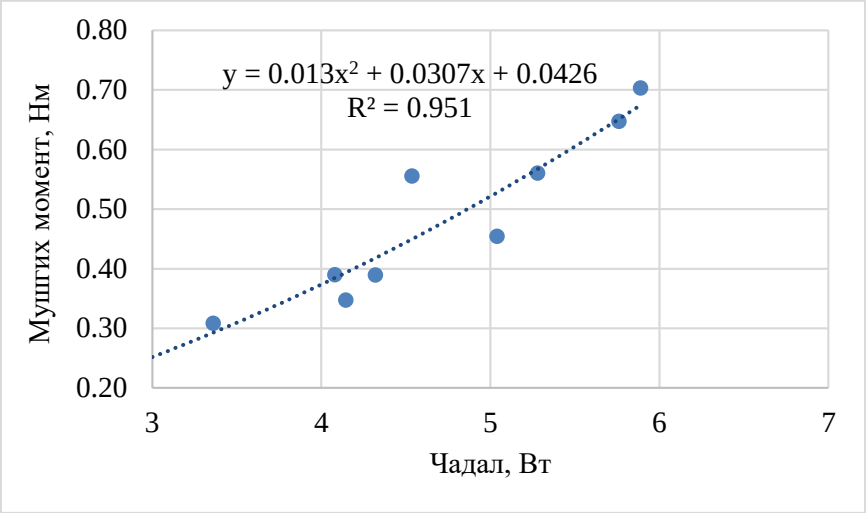
Тогтмол гүйдлийн хөдөлгүүрийн чадлыг сонгох тооцооны үр дүнд хонины ноос хяргах төхөөрөмжид шаардагдах цахилгаан хөдөлгүүрийг JGB 37-520 төрлийн, 9Вт чадалтай, 80 мин$^{-1}$ эргэлтийн давтамжтай тогтмол гүйдлийн хөдөлгүүр байхаар сонгож авлаа. Энэ хонины ноос хяргах төхөөрөмжийн чадлаас хамааруулж нарны зайн чадлыг тооцлоо. Үр дүнд 9Вт чадалтай хонины ноос хяргах төхөөрөмжийг тасралтгүй 8 цаг ажиллуулахад 20 Вт чадалтай нарны дэлгэц, 12 А цагийн багтаамжтай цэнэг хураагуур шаардлагатай байна.

Хонь хяргах төхөөрөмжийн хөдөлгүүрийн чадлаас эргэлтийн тоо хамаарсан хамаарлыг дараах графикт харуулав.



Зураг 11. Хөдөлгүүрийн гол дээрх гаралтын чадал, эргэлтийн хурдны хамаарал

Дээрх зургаас харахад тогтмол гүйдлийн хөдөлгүүрийн чадал ихсэх тусам эргэлтийн давтамж бага зэрэг буурч байна.



Зураг 12. Хөдөлгүүрийн гол дээрх гаралтын чадлаас мушгих момент хамаарах хамаарал

Дээрх зургаас харахад тогтмол гүйдлийн хөдөлгүүрийн чадал ихсэх тусам мушгих момент пропорциналь хамааралтай өсөлттэй байна.

ШҮҮН ХЭЛЭЛЦЭХҮЙ

Гурван улсад үйлдвэрлэсэн хонины ноос хяргах машинуудтай харьцуулан давуу болон сул талуудыг гаргалаа.

Хүснэгт 1. *Хонин ноос хяргах төхөөрөмжийг харьцуулсан байдал*

ЗАГВАР	KAISON-500	НББОУС-200	БР-350	Хонины ноос хяргах төхөөрөмж
Үйлдвэрлэгч улс	АНУ	ОХУ	БНХАУ	Монгол
Чадал Вт	500	90	300	9
Эр/мин	3200	2100-3000	2950	80
Хүчдэл В	220	36	220	12
Хурдны тавил	6	1	1	1
Жин Кг	1.9	1.7	1.2	0,3
Бүтээмж цаг	12	10-8	7-8	7-8
Үнэ, ₮	600,000	400,000	350,000	250,000

Дээрх хүснэгтээс харвал бидний зохион бүтээж байгаа хонины ноос хяргах төхөөрөмж нь дээрх 3 улсын үйлдвэрлэж байгаа хонь хяргах машинтай харьцуулахад дараах давуу талууд байгаа нь харагдаж байна. Үүнд:

1.Цахилгаан эрчим хүчний хэрэглээ 98-90% хэмнэлттэй байна.

2.Монгол орны малчдын өрхийн хэрэглээнд ашигладаг хүчдэлийн түвшинд тохирсон, нэмэлт тоног төхөөрөмж шаардлагагүй.

3.Жингийн хувьд 85-75% хөнгөн байгаа тул хяргагчийн гарт ачаалал өгөхгүй, гар цуцахгүй байна.

4.Хийцийн хувьд монгол хонины ноосны ширхэгт тохирсон зэрэг давуу талтай болно.

Сул тал:

1.Бүтээмжийн хувьд бусад хонины ноос хяргах машинтай харьцуулахад 70-80% бүтээмжтэй байна.

2.Малын арьсыг гэмтээж болзошгүй.

ДҮГНЭЛТ

1. Хонины ноос хяргах төхөөрөмж нь JGB 37-520 төрлийн, 9 Вт чадалтай, гарах голын эргэлтийн тоо 80эрг/мин тогтмол гүйдлийн хөдөлгүүртэй, бүтээмж нь цагт 8 хонь хяргах хүчин чадалтай, нарны дэлгэцийн чадал 20Вт, цэнэг хураагуурын хэмжээ 12А*ц байна.
2. Туршилтын аргаар тодорхойлоход хайчны өгөлтийн хэмжээ 7см, хайчлах хүчний тохиромжтой хэмжээг 49.98 Н буюу 50 Н байна. Өгөлтийн хэмжээнээс хамааруулан тахир голын радиус 31мм, чөмгийн урт 22мм байна.
3. Туршилтын үр дүнгээс харахад хүчдэл 12 В, хайчны өгөлт 7 см байхад ашигт үйлийн коэффициент хамгийн өндөр буюу (0.8) байна.
4. Тогтмол гүйдлийн хөдөлгүүрийн механик хамаарамжуудыг гарах гол дээр чадлыг (эргэлтийн давтамж, мушгих момент, гүйдэл) хамааруулж тогтооход хувьсах ачаалалттай үргэлжилсэн горим болох нь тодорхойлогдлоо.

АШИГЛАСАН МАТЕРИАЛ

Мишигдорж, Б. (2006). Буянт мал. Малчдад зориулсан гарын авлага. Улаанбаатар. Монгол. 115х

terbumtan.mn www.terbumtan.

Нямгэрэл, Б. (2018). Мал аж ахуйн үйлдэрлэлийн механикжуултын өнөөгийн байдал, эрчимжүүлэх боломж. Инженерийн шинжлэх ухаан, технологи сэтгүүл. Улаанбаатар. Монгол.

Нямгэрэл, Б. (2020). Хонины ноос хяргах агергат судалж хяргах машины үндсэн параметрийг тодорхойлох. Дадлагын хичээлийн аргачлал. Улаанбаатар. Монгол. 17х.

Сосорбарам, Э. (2022). Хонь ноослох цахилгаан машин зохион бүтээж, туршсан дүн. Магистрын судалгааны ажил. Улаанбаатар. Монгол. 92х.

Article info: Mandakh Research, 2023, Vol.10, HUM 1001

ХӨГЖЛИЙН БЭРХШЭЭЛТЭЙ ХҮНД ҮЗҮҮЛЭХ НИЙГМИЙН ХАЛАМЖ, ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ПАРАДИГМУУД, ЧИГ ХАНДЛАГА

Ц.Энхтүвшин[1a]

[1]Олон Улсын Улаанбаатарын Их Сургууль, Нийгмийн Ажлын Тэнхим, багш

[a]enkhtuvshin.ts@ulaanbaatar.edu.mn

ХУРААНГУЙ

Хөгжлийн бэрхшээлтэй холбогдох онол үзэл бариmтлалуудын үндсэн ойлголтууд, хөгжил өөрчлөлт, хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд үзүүлэх нийгмийн халамжийн үйлчилгээний үндсэн парадигм тэдгээрийн онцлог өнөөгийн чиг хандлагыг судлахад чиглэгдэнэ.

Хөгжлийн бэрхшээлтэй холбогдох онол, парадигмууд нь ХБХ тулгамдаж буй асуудал, шийдвэрлэх арга замыг чиглүүлэгч болдог утгаараа хөгжлийн бэрхшээл судлалд томоохон байрь суурь эзлэдэг

Өнөөгийн онол парадигмын чиг хандлага нь хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний хэрэгцээнд тулгуурлах, сонголт хийх боломжийг нэмэгдүүлэх, хүний эрхийн зарчимд суурилж нийгмийн халамжийн үйлчилгээ, дэмжлэг туслалцаа үзүүлэх, хараат байдлаас татгалзаж бие даан амьдрах загварт шилжиж байна.

Түлхүүр үг: Хөгжлийн бэрхшээл, парадигм, нийгмийн халамж, үйлчилгээ

ҮНДЭСЛЭЛ

Хөгжлийн бэрхшээл судлал нь түүх, онол, бодлого, хууль эрхзүй, хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний эрх, амьдралын чанарыг нэмэгдүүлэх зэрэг өргөн хүрээг хамруулдаг. Эдгээр агуулгаас хөгжлийн бэрхшээлийн талаарх онол үзэл хандлага тэр дундаа хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний талаар ойлголт тодорхойлолт, нийгмийн үйлчилгээ үзүүлэх цар хүрээ, зорилго, баримтлах зарчмууд тэдгээрийн хувьсал өөрчлөлт нь томоохон байр суурь эзэлдэг.

Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд үзүүлэх нийгмийн халамж үйлчилгээний онол, парадигмийн өөрчлөлт нь нийгмийн өөрчлөлт, хэрэгцээ шаардлагатай холбогдож байдаг.

Тиймээс уг хувьсал өөрчлөлтийг судалсанаар хөгжлийн бэрхшээл судлалын ойлголтыг нэмэгдүүлэх цаашлаад бодлого үйл ажиллагаа, нийгмийн үйлчилгээний хүрээг тодорхойлох, хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд шинэ тутамд тулгарч буй асуудлыг шийдвэрлэх, асуудлыг гаргалгааг олоход ач холбогдолтой юм.

Судалгааны зорилго

Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний талаарх онол үзэл баримтлалын ойлголт ухагдахуун, өөрчлөлт, онцлог, хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд үзүүлэх нийгмийн халамж, үйлчилгээнд баримтлаж буй орчин үеийн парадигмын чиг хандлагыг судлахад оршино.

Судалгааны зорилт

Хөгжлийн бэрхшээлийг тайлбарладаг онол үзэд баримтлалын үндсэн ойлголт агуулга, хувьсал, өөрчлөлт, тэдгээрийн ерөнхий агуулга, ойлголтууд

Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд үзүүлэх халамж, үйлчилгээнд баримтлаж буй зарчим, чиг хандлага

Судлагдсан байдал

Шинжлэх ухааны парадигм нь харьцангуй тодорхой загвараас эхлээд өргөн хийсвэр ертөнцийг үзэх үзэл хүртэлх хүрээг хамруулдаг харилцан уялдаатай зарчмын багц юм[24]. Хөгжлийн бэрхшээл судлалд онол, парадигмийн өөрчлөлтэй холбоотой ном сурах бичиг, судалгааны материалууд сүүлийн жилүүдэд нэмэгдэж байна. Ялангуяа хөгжингүй улс орнууд хөгжлийн бэрхшээлийн орчин үеийн хандлага болох хэвийнжүүлэх, бие даан амьдрах парадигмыг хэмжүүрээр халамжийн үйлчилгээний тогтолцоо, хүртээмж, үр дүнд анализ хийсэн судалгааны ажлууд хийгдэж байна.

Тухайлбал БНСУ-ын судлаач Ким Дун Ху “Бие даан амьдрах парадигмаар хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний халамжийн төвүүдийг судлах нь” (2002), “Хөгжлийн бэрхшээл судлалын Нэгдмэл онолын парадигмаар хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний талаарх ойлголтыг судлах нь” (2010) Ким Юн Жин “Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд үзүүлэх халамж,

[24] Luciano L’Abate. Paradigms,in Theory Construction.Springer.2012.page.58

үйлчилгээний парадигмын өөрчлөлт, ХБХ төвлөрсөн асрамж халамжийн төвийн удирдлагын бие даан амьдрах загварын туршлага" (2018), зэрэг судалгааны ажлуудаас гадна улс орнуудын хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд чиглэсэн бодлого, үйл ажиллагаа, онол парадигмуудын өөрчлөлтийн судалгаа нэмэгдэж байна.

Судалгааны таамаглал

Хөгжлийн бэрхшээл судлалын онол парадигмууд нь түүхэн цаг хугацаандаа харилцан бие биенээсээ хамааралтай шаталсан хэлбэрээр хөгжсөөр ирсэн.

Судалгааны арга зүй

Баримт бичиг, эх сурвалжид анализ хийх, харьцуулах. Хөгжлийн бэрхшээл судлалын үндсэн онолын үзэл баримтал, парадигм тэдгээрийн ойлголт ухагдахуун, онцлогыг тайлбарлах, уялдаа холбоо, давуу болон сул талуудад задлан шинжилгээ хийх

Судалгааны үр дүн

Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний нийгмийн халамжийн чухал эргэлтийг Дэлхийн I,II-р дайны дараах нөхцөл байдалтай холбодог. Дайны хор уршигаар хөгжлийн бэрхшээлтэй хүмүүс нэмэгдэж улмаар төрөөс дэмжлэг тусламж, арга хэмжээ авах шаардлага үүсчээ. Хөгжлийн бэрхшээл нь хувь хүний асуудал бус төрийн үүрэг хариуцлагын нэг хэсэг болохыг хүлээн зөвшөөрөх болсон нь хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд үзүүлэх халамж, үйлчилгээний эхлэл болсон байна.

Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний талаар баримталж байсан уламжлалт загваруудаас татгалзаж шинэ парадигмаар бодлого үйл ажиллагаа, үйлчилгээг тайлбарлаж байна.

Ди -медикалишин загвар

Хөгжлийн бэрхшээлийг талаар ойлгоход Медиклишин (medicalization) загварыг голчлон ашиглаж ирсэн бөгөөд уг онолоор хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд эрүүл мэндийн эмчилгээ үйлчилгээг үзүүлэхэд төвлөрдөг. 1970 оноос хойш энэ загвараас татгалзаж улмаар Ди-медикалишин (demedicalization) онолын загварыг дэвшүүлсэн байна. Уг загвараар өвчинд төвлөрөх (sick role) хандахаас зайлсхийж хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнийг хэт найдсан, хамааралтай байх зан үйлийг шүүмжилсэн байна.

Ди-медикалишин загвараар өвчтөний хэрэгцээг анхаарах /хүнд болон архаг хууч өвчтөнтийг голчлон/, хэт хамааралаас татгалзаж хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний гэр бүл, ард иргэд, нийгмийн бусад гишүүдийг үүргийг онцлож байдаг.

Ди-институшин загвар

Нийгмийн халамжийн төвлөрсөн төвд байршиж буй хөгжлийн бэрхшээлтэй хүмүүсийг нийгмийн амьдралд оролцуулах, сэргээн засах зэргээр бие даан амьдрахад чиглүүлж, нийгмийн халамжийн үйлчилгээ үзүүлэх саналыг Ди-институшин (deinstitutionalization) онолыг загвар дэвшүүлдэг. Уг загвараар хөгжлийн бэрхшээлийн төрөл, ангилалаас үл хамааран тусгай төвлөрсөн төвүүдээс аль болох татгалзаж олон

нийтийн хандлагыг өөрчлөх хөдөлгөөнийг (community mental health movement) өрнүүлэхийг зорьдог. Энэ хөдөлгөөн нь хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний нийгмийн халамж, ахмад настны нийгмийн халамж, хүүхэд өсвөр насныханы нийгмийн халамжийн үйл ажиллагаанд мөн хамаардаг байна.

Хүнд хэлбэрийн хөгжлийн бэрхшээлтэй хүмүүсийн хувьд нийгмийн амьдралд оролцох оролцоог бүрдүүлэхийн тулд бусад туслах хэрэгсэл, орчинг бүрдүүлэх, олон нийтийн үзэл хандлагыг нэгтгэх зэрэг нилээдгүй хүчин чармайлт гаргах болдог. Хэрэв эдгээр нөхцлийг бүрдүүлээгүй тохиолдолд уг онол загварыг баримтлан бодлого боловсруулж хэрэгжүүлэх нь хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийн амьдралын чанар доройтох, муудах хүргэдэг байна.

Хэвийнжүүлэх загвар

Ди-медикалишин болон Ди-институшин онол загваруудтай Хэвийнжүүлэх (normalization) онолын загвар нягт холбогдож байдаг. Хэвийнжүүлэх онолын загвар нь 1960 оноос хойш Скандиновын орнуудад оюуны хөгжлийн бэрхшээлтэй хүмүүст үзүүлэх үйлчилгээний зарчим, төвлөрсөн төвүүдээс аль болох татгалзаж аж амьдралын нөхцлийг хэвийн байлгахад чиглэгддэг юм. Улмаар уг онолын загвар нь Хойд Америкд 1970 оны сүүл 1980 эхэн үеэс эхлэн нөлөө үзүүлж хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний сэргээн засал, боловсрол, нийгмийн халамжийг чухалчилах болсон байна.

Хэвийнжүүлэх онол нь уламжлалт тогтсон үйлчилгээ, үзэл хандлагаас татгалзаж өдөр тутмын хэвийн аж амьдралын хэмнэлийг онцолдог. Мөн хувь хүний өсөлт хөгжил, хэвийн аж байдал, чөлөөт сонголт хийх, хэвийн орчин, хэвийн гэр бүл, хөрш, олон нийтийн нэгдмэл байдалд анхаарлаа хандуулдаг.

Хэвийнжүүлэх онол нь олон нийтийн оролцоог идэвхжүүлэх талаасаа Ди-институшин онолтой төстэй мэт боловч суурь шинжээрээ ялгаатай юм. Ди-институшин онолын загвар нь аливаа төвлөрсөн төвүүдэд хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнийг байршуулах нь хүмүүнлэг бус байхаас гадна хөрөнгө ихээр зарцуулагддаг тул санхүүжилтийг хасахыг санал болгодог. Хэвийнжүүлэх онолын загвараар их хэмжээний санхүүг гаргах нь үйлчилгээний чанарыг сайжруулахад сайнаар нөлөөлдөг гэж үзээд дэмждэг байна. Уг онол хөгжиж хүрээгээ тэлсэн нь хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд үзүүлэх нийгмийн халамжийн үйлчилгээний чанарыг сайжруулахад ихээхэн нөлөө үзүүлж улмаар чухал стандартыг тогтоох болсон.

Хүснэгт *1. Ди-медикалишин, Ди-институшин загварын давуу болон сул талууд*

	Давуу тал	**Сул тал**	**Хэрэглээ**
Ди-медикалишин загвар (demedicalization) 1960-1970	Эмчилгээнд хэт найдахаас зайлсхийж хувь хүн эрүүл мэнддээ анхаарах боломж нөхцлийг бүрдүүлэх	-	Гэр бүл,, нийгмийн гишүүдийн үүрэг оролцоог нэмэгдүүлэхэд чиглэгддэг
Ди-институшин загвар (deinstitutionalization) 1960-1970	ХБХ нийгмийн амьдралд оролцуулах, сэргээн засах, бие даан амьдрахад чиглүүлэх	Санхүү мөнгөнд хэмнэлттэй хандахыг уриалдаг	Олон нийтийн оролцоонд түшиглэсэн нийгмийн халамжийн үйлчилгээ үзүүлэх
Хэвийнжүүлэх загвар (Normalization) 1970-1980	Өдөр тутмын аж байдал, хувь хүний хэвийн өсөлт хөгжил, чөлөөт сонголт	-	Нийгмийн халамжийн үйлчилгээ тэр дундаа туслах хэрэгсэлээр хангах

Нийгмийн нэгдлийн загвар

Нийгмийн нэгдэл, харилцан ойлголцолын үзэл санааг анх оюуны хөгжлийн бэрхшээлтэй хүмүүсийн нөхцөл байдал мөн НҮБ-аас “Дэлхийн хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний жил”-ыг зарласан үеэс хойш онцлох болсон байна. Нийгмийн нэгдэл нь хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний нийгмийн халамжийн сайжруулахад идэвхтэй нөлөө үзүүлж асуудлыг илүү тодотгож дэвшүүлэн тавьдаг.

Нийгмийн нэгдлийн (social integration) онол нь Хэвийнжүүлэх үзэл баримтлалын зарим үзэл хандлагатай төстэй байдаг. Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүн жирийн хүмүүсийн нэгэн адил эрхтэй бөгөөд түүнийг нийгэм баталгаажуулах үүрэгтэй гэж үздэг. Судлаач Виллер (Willer.1993) гэр бүл, нийгмийн үйл ажиллагаанд бие даан аж төрөх нь нийгмийн нэгдэл гэж үзээд өөрийн аж амьдрал, гэр бүл зэрэг шийдвэр гаргахад идэвхтэй оролцохыг онцолсон байна.

Нийгмийн нэгдэл нь жирийн хүмүүстэй олон нийтийн үйл ажиллагаанд хамтдаа оролцож бусдын адилаар нөөц боломжийг ашиглах, хэвийн нийгмийн харилцаанд байх, түүнийгээ хөгжүүлэх боломжоор хангагдах байх төдийгүй хөгжлийн бэрхшээлтэй хүн өдөр тутамдаа нийгмийн оролцоо, үйл ажиллагаанд идэвхтэй байхаар тодорхойлсон байдаг.

Бие даан амьдрах загвар

Бие даан амьдрах (Independent Living) нь хөгжлийн бэрхшээлтэй хүн өөрийн аж амьдралаа өөрөө сонгох, зохион байгуулах, амьдралынхаа бүхий л хүрээг удирдан хаана хэзээ ч өөрийгөө чиглүүлэх боломжтой эрх чөлөөтэй байх утгыг агуулдаг.

Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний бие даан амьдрах ойлголт нь хөгжлийн бэрхшээлтэй хүн өөрийн аж амьдралаа сонгох, удирдан зохион байгуулахад шаардагдах ур чадвар, тусламж дэмжлэгийг хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд үзүүлж байх хэрэгцээ гардаг. Ялангуяа хөгжлийн бэрхшээлтэй хүн өөрт буй нөөц чадвараа боломжит дээд хэмжээнд ашиглаж ажил хөдөлмөр-эдийн засгийн бие даасан аж ахуйгаа хөтлөж байх утгыг агуулдаг.

Барууны аж үйлдвэржсэн нийгэм дэх бие даан амьдрахыг (independent) өөрийгөө дэмжин авч явах боломжтой байх, өөртөө туслах (self supporting) ойлголт нь өөртөө найдаж болохуйц байх, өөртөө итгэх (self-reiant) ойлголт нь өөрийн нөөц боломж, ур чадвар зэргээр онцлож тайлбарладаг.

Монгол улс "Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний эрхийн тухай хууль"-ийг 2016 онд шинэчлэн баталсан. Уг хуулийн дөрөвдүгээр зүйлд "бие даан амьдрах эрх гэж хөгжлийн бэрхшээлтэй хүн өөртэй нь холбоотой аливаа асуудлаар бие даан шийдвэр гаргах, сонголт хийх, оролцох боломжийг" хэмээн тайлбарласан байна[25].

Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийн хөдөлгөөний санаачлагч Английн судлаач Брисэндэн (Brisenden.1989) хөгжлийн бэрхшээлтэй хүн шаардлагатай тусламж, төрөл бүрийн дэмжлэгийг авсанаар өдөр тутмын амьдралдаа бие даан удирдан чиглүүлэх ойлголтыг онцлосон байна.

Хүснэгт 2. *Нийгмийн нэгдлийн загвар-Бие даан амьдрах загварын давуу болон сул талууд*

	Давуу тал	**Сул тал**	**Хэрэглээ**
Нийгмийн нэгдэлийн загвар (social integration) 1980-1990 оноос	Жирийн хүмүүстэй олон нийтийн үйл ажиллагаанд хамтдаа оролцож бусдын адилаар нөөц боломжийг ашиглах эрхтэй	-	Гэр бүл, нийгмийн амьдралд бие даан аж төрөх нь нийгмийн нэгдэл гэж үзээд өөрийн аж амьдрал, гэр бүл зэрэг шийдвэр гаргахад идэвхтэй оролцох
Бие даан амьдрах загвар (independent living) 1980 одоо хүртэл	ХБХ өөрт буй нөөц чадвараа боломжит дээд хэмжээнд ашиглаж ажил хөдөлмөр-эдийн засгийн бие дааж аж ахуйгаа хөтлөж	Нийгмийн халамжийн суурь үйлчилгээ, хүртээмж багатай үед хэрэгжүүлэхэд бэрхшээлтэй	-

Хөгжлийн бэрхшээлийн талаарх ойлголтууд тайлбарладаг онол, парадигмууд ерөнхийд нь Хувь хүний онолын загвар (эрүүл мэндийн онол загвар /individual mode/), Нийгмийн онолын загвар (social mode/)гэж ангилдаг. Орчин үед уг загваруудыг нэгдмэл хэлбэрээр ашиглаж байна.

ХБХ үзүүлэх нийгмийн халамжийн үйчлилгээ - Нэгдмэл онолын загвар

Судлаач М.Пристли (Mark Priestley, 1998, 2003) нь хувь хүн, нийгмийн онолын загварууд нь хөгжлийн бэрхшээлийг хэт энгийн тайлбарласан гэж үзээд материалист болоод идеалист хандлагаар баяжуулж улмаар нэгдмэл онолын загварыг дэвшүүлсэн байна[26]. Уг загвараар хөгжлийн бэрхшээлийг нийгмийн үзэгдэл болон холбогдох үйлчилгээнд дүн шинжилгээ хийхэд тохиромжтой гэж үздэг.

---

[25] "Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний эрхийн тухай хууль" 4.1.11- д заасан 2016 он. https://www.legalinfo.mn/law/details/11711

[26] 임종호 이연미 장애인복지론 학지사2014. page 21

Хүснэгт 3. *Нэгдмэл онолын загварын бүтэц*

Ангилал	***Материалист (materialist)***	***Идеалист (idealist)***
Хувь хүний загвар	Хувь хүн-материалист загвар (individual materialist	Хувь хүн-идеалист загвар (individual idealist)
Нийгмийн загвар	Нийгэм-материалист загвар (social materialist)	Нийгэм-идеалист загвар (social idealis)

Нэгдүгээрт. Хувь хүн-материалист: Хөгжлийн бэрхшээлийг материаллаг ойлголт гэж үзээд хүний эрүүл мэндэд учирсан саад бэрхшээл нь хор хохирол болдог. Уг хор хохиролыг багасгах, эсвэл нэгэнт тохиолдсон бол хэвийнжүүлэхэд чиглэсэн сэргээн засах зорилтыг тавьдаг. Үйлчилгээ нь физик эмчилгээ, сэргээн засал, эмийн эмчилгээ, мэс засал, туслах хэрэгслээр дэмжих, хөгжлийн бэрхшээлээс урьдчилан сэргийлэх зэрэг арга хэмжээ багтдаг.

Хоёрдугаарт. Хувь хүн-идеалист: Хөгжлийн бэрхшээл нь хүн хоорондын харилцаанаас үүссэн нийгмийн үүргийн ойлголт гэж үзээд хувь хүнд тулгамдсан нөхцөл байдалд тулгуурлаж судалдаг. Хувь хүнд үзүүлж буй сөрөг нөлөө, дасан зохицох үйл явц, хүмүүсийн эерэг, сөрөг хандлагыг судалдаг. Үйлчилгэ нь сэтгэлзүйн тулгамдсан асуудлыг шийдвэрлэх, олон нийтэд оролцоонд түшиглэсэн асрамж халамжийн үйлчилгээг үзүүлэх, боловсролын үйлчилгээ, хөдөлмөрийн сэргээн заслын үйлчилгээ, чөлөөт цаг, бие даан амьдрахад чиглэсэн үйлчилгээнүүд багтдаг.

Гуравдугаарт. Нийгэм-материалст: Хөгжлийн бэрхшээл нь түүхэн талаас улс төр, эдийн засгийн хөгжлөөс үүссэн эд материал, эрх мэдлийн харилцааны үр дүн гэж үздэг. Аж үйлдвэржилт, хөрөнгөтний нийгмээс шалтгаалж хөгжлийн бэрхшээл үүсдэг бөгөөд ялгаварлан гадуурхал нь хөгжлийн бэрхшээлийг бий болгодог. Иймээс нийгмийн бүтэц, хөгжлийн бэрхшээл үүсгэгч саад тотгорыг (disabling barriers) арилгахад чиглэгддэг. Хөгжлийн бэрхшээл үүсгэгч материаллаг хүчин зүйлс, нийгмийн бүтэц, тогтолцооны саад бэрхшээлийг судалдаг. Үйлчилгээг хүүхдийн эрхийг хамгаалах, мэдээлэл авах эрхээр хангах, хүний эрхийг дээдлэх, нийгмийн бүтэц, тогтолцооны ялгаварлан гадуурхалыг таслах зогсоох, бие даан амьдрахыг дэмжих хөдөлгөөн зэрэг ордог.

Дөрөвдүгээрт. Нийгэм-идеалист: Хөгжлийн бэрхшээл нь өөрийн онцлог соёл, тэдгээрийн уялдаа холбоонд оршдог. Хөгжлийн бэрхшээл нь нийгмийн бүтэц (construct) бүрэлдэхүүн бөгөөд тухайн соёлоор илэрч буй тусгалыг (cultural representations) судалдаг. Үйлчилгээний хүрээ нь нийгмийн үүргийг (SRV) хэрэгжүүлэх дэмжих, ялгаварлан гадуурхалтыг арилгах, хүний эрхийн боловсролыг дээшлүүлэх, хөгжлийн бэрхшээлтэй хүмүүсийн талаарх буруу ойлголт, хандлагыг өөрчлөх, нийгмийн хэт туйлширалыг багасгах нийгмийн эв нэгдлийг хангахад чиглэсэн ажлууд багтдаг.

Уг загварууд нь хөгжлийн бэрхшээлд цогц (complexity) байдлаар хандаж нэгдмэл шинж чанартай байхыг онцолдог. Харилцан уялдаа холбоонд авч үзсэнээрээ хөгжлийн бэрхшээлийн талаарх ойлголтонд илүү уян хатан хандах боломжтой юм.

Нэгдмэл загвараар хөгжлийн бэрхшээл нь нийгмийн үзэгдэл бөгөөд хөгжлийн бэрхшээл судлалыг онол, практикийн түвшинд эрэл хайгуул хийх нь олон талын ач холбогдолтой. Барууны орнуудын хувьд нийгмийн халамж, үйлчилгээ нь хувь хүний загвараас нийгмийн загваруу, материалст хандлагаас идеалист хандлагруу шилжих үзэгдэл гарч байна.

Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд үзүүлэх нийгмийн халамжийн парадигмууд нь хэвийнжүүлэх, ди-институшин, бие даан амьдрах зэрэг хандлагатай зэрэгцэн хөгжлийн бэрхшээлтэй хүн нь үйлчилгээний обьект бус үйлчилгээг санаачлагч төлөвлөгчийн байр сууринд шилжих чиг хандлагаар өөрчлөгдөж байна.

Хүснэгт 4. *Нийгмийн халамжийн үйлчилгээний үндсэн парадигм тэдгээрийн онцлог*

	Сэргээн засах парадигм (Rehabiliation Paradigm)	Бие даан амьдрах парадигм (Rehabiliation Paradigm)
Асуудлын хүрээ	Бие махбодийн бэрхшээл /хөдөлмөрийн чадвар/ Сэтгэл санааны бэрхшээл /дасан зохицол сул байх/	Хүнээс хараат бус байх
Асуудлын цөм	Хувь хүнд	Орчин нөхцөлд
Шийдвэрлэх арга	Эрүүл мэнд, хөдөлмөр, ажил мэргэжлийн сэргээн засалч зөвлөгч зэрэг мэргэжлийн интервенц	Хувийн туслан зөвлөгч /дэмжигч/, хэрэглэгчийн эрх ба нийгмийн бэрхшээлийг арилгах
Удирдлага, хяналт	Мэргэжилтэнүүд төвт	Хэрэглэгч төвт

김동호.자립생활패러다임에서 본 한국장애인복지관 연구. Journal of Korean Welfare Aministration.제6호.2002,pp 91-117

Сэргээн заслын парадигмийн бүтэц, агуулга

Дэлхийн Эрүүл Мэндийн Байгууллагын 1976 оны 29 дэхь их хурлын тогтоолоор сэргээн заслыг тодорхойлохдоо эрүүл мэнд, нийгэм, боловсрол, ажил мэргэжлийг суурилж хувь хүнийг дахин сургах, боломжит чадавхийг нэмэгдүүлэх хэмээн үзсэн байна.

НҮБ-ын 1993 онд баталсан “Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний тэгш боломжийн стандарт дүрэм”-д (Standar rules on the equalization of opportunities for persons with disabilities) сэргээн заслыг хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний бие махбодь, мэдэрхүй, оюун ухаан, сэтгэл санаа зэрэг нийгмийн чадавхийг боломжит дээд түвшинд хүргэж улмаар бие даан амьдрах, аж байдалд өөрчлөлт гарахуйц хэмжээнд зохион байгуулах зорилт тавих үйл явц хэмээн тодорхойлсон байна.

Дээрх ойлголтоор сэргээн засал нь эрүүл мэндийн эмчилгээ, сургалт зэрэг энгийн арга зүйгээс илүүтэй хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнийг нийгмийн гишүүний хувьд хэвийн аж байдалд туслахад чиглэсэн нэгдмэл үйлчилгээ, үйл ажиллагаа юм.

Сэргээн засал нь буцааж хэвийнжүүлэх, хуучин хэвэнд оруулах, сэргээн засах зэрэг арга замаар аж байдлыг дэмжих, туслах ойлголт юм.

Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд үзүүлэх нийгмийн халамжийн үйл ажиллагаанд сэргээн засал чухал байр суурь эзлэдэг. Сэргээн заслыг дотор нь

- *Эрүүл мэндийн сэргээн засал:* Бие махбодын саад бэрхшээлээс урьдчилан сэргийлэх, бие махбодын саад бэрхшээлийг арилгах, багасгах, боломжит чадавхийг хөгжүүлж аж байдлыг дэмжих
- *Боловсролын сэргээн засал:* ХБХ үлдсэн чадавхийг боломжит дээд хэмжээнд хүргэх, нийгэмд бие даан оролцоход нь дэмжлэг үзүүлж буй боловсролын бодлого, тогтолцоо, аргазүй, үйл ажиллагаа
- *Ажил хөдөлмөрийн сэргээн засал:* Ур чадавхийн үнэлгээ, ажил мэргэжлийн мэдээлэл өгөх, ажил мэргэжил олгох сургалт, ажил мэргэжилд зуучлах, ажиллаж хөдөлмөрлөх нөхцөлд анхаарах, дэмжлэг тусламж (after-care) үзүүлэх зэргийг багтаасан байна.
- *Нийгэм-сэтгэлзүйн сэргээн засал:* ХБХ нийгмийн бие даасан шинжийг нэмэгдүүлж гэр бүл, нийгмийн амьдралд дасан зохицоход нь туслах, хувь хүн-орчны хоёр талт өөрчлөлтөнд дэмжлэг үзүүлж нийгэм-сэтгэлзүйн чадавхийг бэхжүүлэх
- *Олон нийтийн оролцоонд түшиглэсэн сэргээн засал:* ХБХ түүний гэр бүл, олон нийтийн нөөц боломжид тулгуурлан хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний үндсэн асуудлыг шийдвэрлэж амьдралын чанарыг сайжруулах нийгмийн нэгдлийг хангахад чиглэгддэг.

Эдгээр ойлголтыг нэгтгэж үзвэл сэргээн засал нь эргэн хэвийнжүүлэх, хуучин аж байдалд ороход дэмжлэг үзүүлэх, сэргээн заслын арга замаар хэвийн аж төрөхөд туслах ойлголт юм.

САНАЛ, ЗӨВЛӨМЖ

Онол парадигмын судалгааны хүрээг макро , микро түвшинд авч үзвэл

- ХБХ үзүүлэх нийгмийн халамжийн макро түвшинд: Бодлого, хууль, хөтөлбөрийг боловсруулах, хэрэгжүүлэхэд дэвшилтэд онол, парадигмын чиг хандлагуудыг тусгах
- ХБХ үзүүлэх нийгмийн үйлчилгээний микро түвшинд: Нийгмийн халамжийн үйлчилгээний хүрээ зорилго, зорилтыг онол парадигмын үндэстэй боловсруулах

Цаашид хийгдэх судалгааны сэдвийн хүрээ, чиг хандлагыг боловсруулах. Үүнд

- ✓ Хөгжлийн бэрхшээл судлалын түүх
- ✓ Хөгжлийн бэрхшээл судлалын онол, парадигмийн өөрчлөлт улс орнуудад /харьцуулсан судалгаа/
- ✓ Хөгжлийн бэрхшээл судлал Пристлийн Нэгдмэл онолын загварын анализ - нийгмийн халамжийн эрх зүй, нийгмийн халамжийн тогтолцоо, үйлчилгээний үр дүн
- ✓ Бие даан амьдрах парадигм ба хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд үзүүлж буй үйлчилгээ /төвлөрсөн асрамж халамжийн төв, өдрийн үйлчилгээ хөгжлийн төвүүдийн жишээн дээр/

- ✓ Хөгжлийн бэрхшээл судлалын шинэ парадигмийн ойлголт, хандлагын судалгаа /хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнтэй ажилладаг мэргэжилтнүүд/
- ✓ Тусгай хэрэгцээт боловсролын парадигмууд

ДҮГНЭЛТ

Судалгааны ажлын хүрээнд хөгжлийн бэрхшээл судлалын үндсэн онолын загварууд, парадигмийг объект болгож тэдгээрийн ойлголт ухагдахуун, онцлог, давуу болон сул талуудад анализ хийж дараах онцлог шинж, үр дүнг харуулж байна.

- Түүхэн хөгжлийн явцад хөгжлийн бэрхшээл судлалын онол, парадигмууд бүрэлдэж эхэлсэн үе нь хорьдугаар зууны дунд үеэс эрүүл мэндийн загварт тулгуурлаж хөгжиж эхэлсэн
- Онол парадигмийн хөгжил өөрчлөлтийн үйл явц нь өмнөх онолуудын сул талыг шүүмжлэх, нөхөх, давуу талыг хөгжүүлэх зэргээр шинэ ойлголт ухагдахуун, үзэл санаагаар баяжсан
- Шинэ парадигм, үзэл санаа өөрийн зорилго, зорилтондоо хүрэх суурь нөхцөл нь өмнөх үзэл санаанд тулгуурласан бодлого, үйл ажиллагаа, халамжийн тогтолцоо, үйлчилгээний төрөл, тэдгээрийн чанар, үр дүн чухал нөлөө үзүүлдэг байна. Жишээлбэл сэргээн засах үйлчилгээнд тулгуурлан бие даан амьдрах загвар үр дүнтэй хөгжих боломжтой юм.
- Хөгжлийн бэрхшээлийн орчин үеийн нийгмийн халамжийн үйлчилгээний парадигмид сэргээн засал болон бие даан амьдрах загвар томоохон байр суурь эзлэж байна.
- Бие даан амьдрах парадигм, үзэл санааг улс орнууд бодлого, хууль тогтоомж, халамжийн үйлчилгээндээ тусгахад анхаарч, хэрэгжүүлэх зэргээр шинэчлэл хийгдэж байна.

Манай улсын хувьд хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд чиглэсэн бодлого, дамжуулах тогтолцоо, халамж, үйлчилгээг шинэчлэх, боловсронгуй болгоход онол, парадигмын орчин үеийн чиг хандлагыг тусгах, хэрэгжилтэнд анхаарах зэргээр хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнд тулгамдаж буй асуудлыг шийдвэрлэх, үйлчилгээг төрөлжүүлэх боломжтой юм.

АШИГЛАСАН МАТЕРИАЛ

И Сүжин. Т.Намжил. нар Нийгмийн халамжийн ажлын үндэс.УБ.2014

Selwyn Goldsmith. Disigning for the disabiled the new paradigm, Routledge.2011

Luciano L'Abate. Paradigms,in Theory Construction.Springer.2012

Priestley,M 2003, 'Concepts', pp11-34 in Disability; A life course approach8 edited by M..Priestly. Cambrige; Polity press.

이종호,이영미,이은미,장애인복지론,학지사.2014

최윤영, 이경준. 장애인복지론. 서울.2010

박경수. 장애인복지 서비스 프로크램의 패러다임 동향 분석.2007 page.5

장석인,신종호. 장애인 복지시설외 패러다임의 변화와 선진 외국 (미국과 독일) 사례연구.2015

심석순.WHO 의 지역사회중심재활 (CBR) 매트릭스에 입각한 장애인복지관 사업의 개선방안.2020 Journal of Community Welfare.Vol.74,2020.08.31.pp.147-171

김두영. 전국 장애인복지관 재활서비스 이용로 현황 분석.2015

김동호.자립생활패러다임에서 본 한국장애인복지관 연구. Journal of Korean Welfare Aministration.제6호.2002,pp 91-117

Article info: Mandakh Research, 2023, Vol.10, HUM 1002

ХӨГЖЛИЙН БЭРХШЭЭЛТЭЙ ХҮНИЙ ОРОН БАЙРНЫ ЭРХИЙН ТАЛААРХ МОНИТОРИНГ

Н.Тамирхүү[1a], Г.Дабааням[2b], Я.Авирмэд[3c], Х.Мөнхтуул[4d], З.Насандэлгэр[5e], Д.Уганбаяр[6]

[1] Түгээмэл хөгжил төв, Гадаад харилцааны ажилтан, судлаач

[2] Түгээмэл хөгжил төв, Удирдах зөвлөлийн гишүүн

[3] Түгээмэл хөгжил төв, Тэргүүн

[4] Японы олон улсын хамтын ажиллагааны агентлагийн Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийн хөдөлмөр эрхлэлтийг дэмжих тогтолцоог бэхжүүлэх төсөл, Мэргэжилтэн

[5] Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүүхэдтэй гэр бүлийг дэмжих "Ундарга" төв, Тэргүүн

[6] ЖИ ПИ ЭИ Глобал Монгол ХХК, Менежер

[a] taedux@gmail.com, [b] davaanenriki@gmail.com, [c] avir5108@gmail.com,

[d] tuulkhatan@gmail.com, [e] ndelger04@gmail.com

ХУРААНГУЙ

НҮБ-ийн ХБХЭК-ыг хүлээн авснаар хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийн эрхийг хамгаалах хууль эрх зүйт тогтолцоо бүрэлдэх суурь нөхцөл бий болжээ. Улмаар манай улс хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний эрхийн тухай хуулийг батлан хэргэжүүлээд 6 жил болж. Энэүү ХБХЭКонвенци, Тогтвортой Хөгжлийн Зорилт, ХБХЭХ, түүнийг дагалдан гарсан журмууд зэрэг дагаж мөрдөх эрх зүйн орчин бий болсон ч эдгээрийн хэргэжилт, улмаар хөжлийн бэрхшээлтэй иргэдийн нийгмийн хамгааллын гол хэрэгцээ болох тэдгээрийн орон байрны эрхийн хэргэжилт манай улсын түвшинд 2022 оны байдлаар ямар байгааг тодруулахаар, цаашид хэрхэн энэхүү эрхийг хамгаалах, хэргэжүүлж болох арга замыг тодруулан судалгааны үр дүнд бий болсон ХБ хүний орон байрны эрхийг хангахад зайлшгүй анхаарах шаардлага бүхий зүйлсийг ХЭҮК-ын жилийн тайланд тусгах ажлыг зохион байгуулахыг эрмэлзэхээс гадна УИХ-аас боловсруулж буй бодлогын баримт бичигт тусгахад хувь нэмэр оруулахыг хичээн ажиллаа.

Судалгаа нь хөгжлийн бэрхшээлийн дэлхийн чиг хандлага, Монгол улсын бодлогын бичиг баримтад хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийн орон байрны эрх хэрхэн тусгагдсан, олон улсад хэрэн орон сууцаар хангадаг байдал, мөн энэ чиглэлийн хууль эрх зүйн баримт бичгийн хэргэжилт ямар байна гэсэн гурван үндсэн хэсгүүдээс тогтсон ба явцын болон эцсийн дүгнэлтүүд зөвлөмжүүдийг багтаасан.

Түлхүүр үг: Хэрэгцээнд тохирсон, орлогод нийцсэн, хүртээмжтэй, тэгш хамруулсан орон сууц.

ОРШИЛ

Судалгааны үндэслэл

2020 оны Хүн ам, орон сууцны тооллогын дүнгээс үзэхэд Монгол Улсад нийт 106.4 мянган хөгжлийн бэрхшээлтэй хүн байна. Мөн 2020 оны Хүн ам, орон сууцны тооллогоор Монгол Улсад 897427 өрх бүртгэгдсэний дотор 94037 өрх буюу 10.5% нь нэг, түүнээс дээш тооны ХБ гэр бүлийн гишүүнтэй байна[1].

Энэхүү мониторинг нь Монгол Улс дахь ХБ хүний орон байрны бодлого, ХБ хүний хэрэгцээнд тохирсон орон сууц, түүний хүртээмжийн өнөөгийн байдал, ХБХЭК болон ТХЗ-ын үзэл санааны хэрэгжилтийг тодорхой болгоход чиглэсэн болно. ХБ хүний орон байрны эрхийн талаар суурь ойлголтын хүрээнд ХБХЭК-ийн зарчмыг тусгасан 2, 28, 19, 3, 4, 5, 9, 23 дүгээр зүйл[2], ТХЗ-ын 11 дүгээр зорилго, түүний үзэл санааг тэргүүн ээлжинд авч үзсэн. Монгол Улсын хувьд 2009 онд ХБХЭК-д нэгдэн орсон тул ХБ хүний талаар Хүний эрхийн загварыг суурь баримт бичгийн түвшинд хэрэглэсэн болно. Мөн ХБ хүний орон байрны эрхийг хангах асуудал нь ХБ хүний бие даан амьдрах эрхийн салшгүй хэсэг болох тул “Түгээмэл Хөгжил Төв”-ийн алсын хараа, эрхэм зорилгод уг судалгаа нь бүрэн нийцэж байлаа.

Судалгааны зорилго

Энэхүү мониторингийн ажлаар бид Монгол Улс дахь ХБ хүний орон байрны бодлого, ХБ хүний хэрэгцээнд тохирсон, орлогод нийцсэн орон сууц, түүний хүртээмжийн өнөөгийн байдал, боломжит хувилбарууд, мөн ХБХЭК болон ТХЗ-ын үзэл санааны хэрэгжилтийг тодорхой болгоход зорьсон болно.

Судалгааны зорилтууд

- ХБ хүний талаарх олон улсад баримталж буй жишиг хандлагыг тодорхойлох
- ХБ хүний орон байрны эрхийн талаарх олон улсын стандарт, жишгийг тодорхой болгох
- Монгол Улс дахь ХБ хүний орон байрны эрхийн бодлогод дүн шинжилгээ хийх
- Монгол Улс дахь ХБ хүний орон байрны эрхийн эрх зүйн орчинд дүн шинжилгээ хийх
- Монгол Улс дахь ХБ хүний хэрэгцээнд тохирсон, хүртээмжтэй орон байраар хангагдаж буй эсэх талаар өнөөгийн байдлыг тодорхой болгох

Судлагдсан байдал

Манай улсад хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийн орон байрны эрхийн чиглэлээр дагнасан судалгаа огт байдаггүй ба бидний энэ судалгаа нь бодлого, хууль тогтоомж, тэдгээрийн хэрэгжилтийг үндэсний статистикийн хороо болон бусад бйгууллауудын мэдээллийг цуглуулан харьцуулж, хот, хөдөөний хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийг хамруулсан цогц байдлаар хийгдэв. Бидний судалгааны үр дүнг цаашид хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийн орон сууцны асуудлыг шийдэх бодого боловсруулахад ашиглаж болох суурь суданлгаа бжолсноороо ач холбогдолтой юм.

СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

ХБ хүний орон байрны эрхийн талаар суурь ойлголтын хүрээнд ХБХЭК-ийн зарчмыг тусгасан 2, 28, 19, 3, 4, 5, 9, 23 дүгээр зүйл, ТХЗ-ын 11 дүгээр зорилго, түүний үзэл санааг тэргүүн ээлжинд авч үзсэн. Бид судалгааны таамгаа батлах зорилгоор чанарын, тоон ба анкетын судалгааг гүйцэтгэсэн.

- Чанарын судалгаа

Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийн орон сууцны талаар баримтлах бодлогын дараах баримт бичгүүдийг судлалаа. Үүнд:

- ХБ хүний орон сууцны эрхийн олон улсын баримт бичиг
- Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийг орон сууцаар хангах бодлогын баримт бичиг
- Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийг орон сууцжуулах бодлогын баримт бичгийг хэрэгжүүлэх зохицуулалтын тогтоол, тушаал зэргийг судалсан

- Тоон судалгааг доорх мэдээллүүдийн хүрээнд хийлээ.

ҮСХ-ны 2010 ба 2020 оны Хүн ам, орон сууцны тооллогын сангийн Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийн сэдэвчилсэн судалгаа, Статистикийн нэгдсэн сан, Хөдөлмөр, нийгмийн хамгааллын яамны Өрхийн мэдээллийн нэгдсэн сангаас тоон мэдээлэл, Төрийн орон сууцны корпорац, Нийслэлийн орон сууцны корпорац, Монголын ипотекийн корпорацын тоон мэдээллүүд

- 238 ХБ хүмүүсээс авсан ярилцлагын болон анкетын судалгаа

Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийг орон сууцжуулах бодлогын баримт, бичиг Засгийн газар, Яамдын тогтоол, тушаал, журам, хөтөлбөр орон нутагт хэрхэн хэрэгжиж байгаа талаар судалгаанд хамрагдсан 4 аймагт очиж ИТХ, Засаг даргын гаргасан тогтоол, тушаалтай танилцан, эдгээр тушаал шийдвэрийг хэрэгжүүлэх төрийн албаных төлөөлөлтэй уулзаж, ярилцлагын судалгаа хийсэн.

ҮР ДҮН

Олон улсын чиг хандлага

ХБ хүний орон байрны эрхийн талаарх олон улсын чиг хандлагын хүрээнд зайлшгүй авч үзвэл зохих чухал баримт бичиг бол ТХЗ болон түүний уриа, 11 дүгээр зорилго, түүний зорилтууд, мөн тэдгээрийн шалгуур үзүүлэлт юм.

ТХЗ-ын уриа нь “Хөгжлөөс хэн ч үлдэх, хоцрох ёсгүй” буюу ХБ хүнийг ч хөгжилд заавал хамруулах тухай тунхаглал байдаг. Манай мониторинг ТХЗ-ын ерөнхий үзэл санааг баримтлахын зэрэгцээ түүний 11 дүгээр зорилгыг баримталсан. Энэ зорилгын гарчгийг орчуулбал Монгол хэлэнд “Хот сууринг тэгш хамруулсан, аюулгүй, эрсдэлийг даван туулах чадвартай болгоё” гэж буухаар байна[3].

ХБ хүний орон байрны эрхийн зарчмын талаар олон улсын чиг хандлагыг тодорхойлохдоо ХБХЭК болон ТХЗ-ын 11 дүгээр зорилго, түүний зорилт, шалгуур үзүүлэлтийг баримталсан бөгөөд дараах нийтлэг зарчмыг гарган авлаа.

1. Хэрэгцээнд тохирсон орон сууц

ХБХЭК-ын 28 дугаар зүйлд хэрэгцээнд тохирсон орон байраар хангагдах эрхтэй болох талаар, мөн ТХЗ-ын 11.1-д “2030 он гэхэд хүн бүрийг хэрэгцээнд тохирсон орон сууцаар хангах” тухай заажээ[4]. Иймээс ХБ хүний орон байр нь түүний хэрэгцээнд тохирсон байх ёстой гэсэн шаардлагыг дэвшүүлж болохоор байна.

НҮБ-ын Эдийн Засаг, Нийгэм, Соёлын Эрхийн Хорооны зүгээс хэрэгцээнд нийцсэн орон сууцтай байх эрх гэдэг нь хүн бүр өөрийн хүссэн газраа, аюулгүй, амар амгалан, эрхэм зэрэгтэй амьдрах эрхийн[5] тухай ойлголт хэмээн тодорхойлжээ.

ХБ хүний орон байрыг "Хэрэгцээнд тохирсон орон байр" гэж үзэхийн тулд дараах хэд хэдэн нөхцөл хангагдсан байх ёстой.

- Орон байрны эрх зүйн баталгаа

Орон байрны төрлөөс үл хамааран бүх хүмүүс албадан нүүлгэх, дарамтлах болон бусад аюул заналхийллийн эсрэг хуулиар баталгаажсан, оршин суух эрх нь баталгаатай байх.

- Үйлчилгээ, материал, байгууламж, дэд бүтцийн хэрэгцээ хангах байдал

Хэрэгцээнд тохирсон орон байр нь эрүүл мэнд, аюулгүй байдал, тав тух, хоол тэжээлийн зайлшгүй шаардлагатай тодорхой байгууламжуудыг (аюулгүй ундны ус, хоол хийх эрчим хүч, халаалт, гэрэлтүүлэг, ариун цэврийн байгууламж, угаалгын байгууламж, хоол хүнс хадгалах хэрэгсэл, хог хаягдлыг зайлуулах, талбайн ус зайлуулах суваг, онцгой байдлын үйлчилгээ) агуулсан байх.

- Тохь тухтай

Хэрэгцээнд тохирсон орон байр нь хангалттай орон зай, хүйтэн, чийг, халуун, бороо, салхинаас болон эрүүл мэндэд учирч болох бусад аюул, сууцны хийцийн ачаалал даах чадвар, халдвар тээгч гэх мэт элементүүдээс хамгаалагдсан байх.

- Хүртээмжтэй байдал

Хэрэгцээнд тохирсон орон байр нь хүн бүрд хүртээмжтэй байх ёстой. Ахмад настан гэх мэт эмзэг бүлгийн хүмүүс: хүүхдүүд, бие махбодийн, мөн оюуны болон сэтгэцийн хөгжлийн бэрхшээлтэй гэх мэт бусад хүмүүсийг хэрэгцээнд тохирсон орон байраар хангах нь энэ салбарын нэн тэргүүнд тавигдах шалгуур юм.

- Байршил

Хэрэгцээнд тохирсон орон байр нь хөдөлмөр эрхлэлт, эрүүл мэнд, боловсрол, нийгмийн бусад үйлчилгээ хүртэх, хамрагдах боломжийг олгох боломжтой байршилд байх ёстой. Үүний нэгэн адил оршин суугчдын эрүүл мэнд, аюулгүй байдалд заналхийлж буй газарт орон сууц барьж болохгүй

- Соёлын зохистой байдал

Хэрэгцээнд тохирсон орон байр нь соёлын өвөрмөц байдал, амьдралын хэв маягийг хүндэтгэж, харгалзан үзэх ёстой. Хэрэгцээнд тохирсон орон байрны энэхүү тодорхойлолт нь ХБХЭК-ийн шаардлагад нийцэж байгаад дэлгэрэнгүй тайлбар хийсэн байдаг[6] .

2. Орлогод нийцсэн орон сууц

Орон байрны өртөг нь айл өрхийн бусад үндсэн хэрэгцээг хангахад саад учруулахгүй байх ёстой. ТХЗ-ын 11.1-д "2030 он гэхэд хүн бүрийг орлогод нийцсэн орон байраар хангах" тухай заажээ. Орлогод нийцсэн орон байр гэдэг нь Засгийн газар эсвэл орон нутгийн засаг захиргаанаас хүлээн зөвшөөрөгдсөн орон сууцны төлбөрийн чадварын индексээр үнэлэгдсэн дундаж орлоготой, мөн түүнээс доош орлоготой өрхийн боломжийг тооцон орон сууцжуулах ажиллагааны тухай ойлголт юм.

3. Хүртээмжийн стандартыг хууль, тогтоомжид тусгах

ХБХЭК-ын 9 дүгээр зүйл дэх хэрэгцээнд тохирсон гэдэг ойлголтын хүрээнд орон байрны хүртээмжийн ойлголт багтах бөгөөд ТХЗ-ын 11.1-ийн хувьд ч хүртээмжтэй орон байрны талаар тусгасан байна. Хүртээмжийн стандартыг хууль тогтоомжид тусгах нь ХБ хүн хүртээмжтэй орон сууц, бусадтай адил тэгш эрхтэйгээр хот суурин газрын орчин, орон сууц, тээвэр, мэдээлэл, харилцаа холбоо болон олон нийтэд нээлттэй үйл ажиллагаа, үйлчилгээ, байгууламжид нэвтрэх эрхтэйг хэрэгжүүлэх бодит нөхцөл болно.

4. Тэгш хамруулсан орчин

ТХЗ-ын 11.3 зорилтод ХБ хүнийг тэгш хамруулах ойлголтыг онцгойлон авч үзсэн байна. НҮБ-ийн Хабитатаас гаргасан "Accessibility of housing" гарын авлагад "Тэгш хамруулсан орчин гэдэг нь хүмүүс өөр өөрийн чадварт тохирсон арга замаар ашиглах, хэрэглэх боломжтойгоор орчинг бүрдүүлж, оролцогчид бүх үйл ажиллагаанд адил тэгш, бие даан өөрийн сонголттой, эрхэм зэрэгтэй оролцох нөхцөл бүрдүүлэхийг хэлнэ. Тэгш хамруулсан орчин нь хүмүүсийн ялгаатай байдлыг хүндэтгэн үзэж, аливаа үйл ажиллагаанд оролцоход нь саад болох, оролцохыг хааж боосон аливаа саадыг арилгасан байна" хэмээн тодорхойлжээ.

5. Хот төлөвлөлт, менежментэд хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийн зөвлөгөө, оролцоог хангах

ХБХЭК-ын 4.3 болон ТХЗ-ын 11.3.2 шалгуур үзүүлэлтэд хотын төлөвлөлт ба менежментэд иргэний оролцоог хангах асуудлыг чухалчилсан байна. ХБ хүмүүс өөрсдөд нь хамаатай асуудлаар оролцоотой байх нь бодлого боловсруулах, хэрэгжүүлэхэд тэдний үзэл бодлыг тусгах гол түлхүүр юм.

6. Тэгш байдал

ХБХЭК-ын 12.1-д ХБ хүн нь бусад хүний нэгэн адил хуулийн өмнө адил тэгш байх эрхтэйг заасан. Мөн ХБХЭК-ийн 12.2-д ХБ хүн нь амьдралын бүхий л хүрээнд бусадтай адил тэгш байх үндсэн дээр эрх зүйн чадамжтай байх явдлыг хүлээн зөвшөөрнө гэж заажээ. Улмаар ХБХЭК-ийн 12.5-д банкны зээл, үл хөдлөх хөрөнгийн барьцаат зээл болон бусад төрлийн санхүүгийн үйлчилгээг тэгш хүртэх эрхийг баталгаажуулах зорилгоор шаардлагатай, үр дүнтэй арга хэмжээ авах[7] хэрэгтэйг тодотгож өгчээ.

ХБХЭК-ын эдгээр заалтыг үндэслэн ХБ хүнийг бусдын адил зээл, санхүүгийн үйлчилгээ авах нөхцөлийг бүрдүүлэн орон сууцанд хамрагдах боломжийг нээж өгөх шаардлагатай нь харагдаж байна.

Мөн ХБХЭК-ын 19.1-д ХБ бүх хүн бусдын нэгэн адил ердийн оршин суугаа газартаа амьдрах тэгш эрхийг хүлээн зөвшөөрч, хөгжлийн бэрхшээлтэй хүмүүс энэхүү эрхээ эдлэх явдлыг хангах, тухайн оршин суугаа орчиндоо бүрэн дүүрэн хамрагдаж оролцохыг дэмжиж бусдын нэгэн адил оршин суух газар болон хаана, хэнтэй амьдрах эсэхээ чөлөөтэй сонгох боломжтой байх ёстой бөгөөд тусгай нөхцөл байдалд амьдрахыг шаардахгүй[8] гэж заасан байна.

Эндээс үзэхэд зөвхөн ХБ хүнд зориулсан орон сууц барих, асрамжийн газарт хүргэх зэрэг асуудлыг төдийлөн сайшаадаггүй байна. Иймээс нийтэд зориулсан орон сууцанд ХБ хүн бусадтай тэгш амьдрах, хамрагдах нөхцөлийг хангах хэрэгтэй байна.

7. Гэр хорооллын дахин төлөвлөлт

ТХЗ-ын 11.1-д ядуусын хорооллын орчин нөхцөлийг сайжруулах тухай заасан байна. Ядуусын хороолол гэх ойлголт нь барилга байгууламжийн дүрэм журам, хуулийг дагаж мөрддөггүй, ХБ хүний хэрэгцээ шаардлагыг тооцоогүй, төлөвлөгөөгүй, эсвэл төлөвлөлт хангалтгүйн улмаас аясаараа тэлэх хорооллыг хэлнэ[9] гэжээ. Монгол Улсын хувьд ядуусын хороолол хэмээн нэрлэгдэх хороолол одоогоор байхгүй, тэнд ядуус амьдардаг хэмээн шууд хүлээн авч болохгүй ч ядуусын хороолол гэсэн дээр дурьдсан тодорхойлолтыг авч үзэхэд гэр хороолол нь төлөвлөлт, дүрэм журам, стандартгүй тэлэх суурьшлын бүс мөн. Иймээс гэр хорооллын дахин төлөвлөлтийг хэрэгцээнд тохирсон, тэгш хамруулсан орчинтой суурьшлын бүс болгохын тулд зайлшгүй авч үзэх хэрэгтэй.

Төрөөс орон сууцны талаар баримталж буй бодлого

Монгол улсын хөгжлимйн бэрхшээлтэй хүний орон байрны эрхийн талаарх Баримталж буй бодлого "Алсын хараа-2050" Монгол Улсын урт хугацааны хөгжлийн бодлого"

I УЕ ШАТ (2021- 2030), II УЕ ШАТ (2031 – 2040), III УЕ ШАТ (2041 – 2050)

Амьдралын хэрэгцээг хангасан эрүүл, ая тухтай, таатай орчныг бүрдүүлж баталгаат хүнсээр хангана[10]. “Төрөөс орон сууц, нийтийн аж ахуйн талаар баримтлах бодлого” Нийгмийн халамж зайлшгүй шаардлагатай зорилтот бүлгийн иргэдийн орон сууцны хангамж, нөхцөлийг сайжруулах, нэмэгдүүлэх асуудлыг хувийн хэвшлийн оролцоо, зах зээлийн зарчимд тулгуурлан хэрэгжүүлэхээр заасан байна.

Хууль, эрх зүй

Орон сууцны тухай хууль

4 дүгээр зүйл. Уг зарчмын хүрээнд иргэдийн орон сууцаар өөрсдийгөө хангах нөхцөлийг бүрдүүлэх, зах зээлийн үндсэн шаардлагад тулгуурлах, орон сууцны хороолол, бичил, түүний дэд бүтцийг төсөвлөх, барьж байгуулахыг төрөөс бодлогоор дэмжиж хувийн

хэвшлийн оролцоог нэмэгдүүлэх[11], 5.1.1.-д УИХ-ын орон сууцны талаарх бодлогыг тодорхойлжээ: орон сууц, түүний дэд бүтцийг хөгжүүлэх, хүн амын эмзэг хэсэг, төрийн албан хаагчийг орон сууцаар хангах төрийн бодлогыг тодорхойлж, хэрэгжилтэд нь хяналт тавих; мөн орон сууц, түүний дэд бүтцийг хөгжүүлэхэд төрөөс олгох хөрөнгийн хэмжээг тогтоох, мөн 8.1.1. заалтад "... хүн амын эмзэг хэсгийг орон сууцаар хангах бодлого тодорхойлж, хэрэгжилтэд нь хяналт тавих гэжээ. Харин ХБ-тэй хүний эрхийн тухай хуулийн 25.2 заалтад ХБ хүнийг орон сууцтай болгохын тулд халамжийн, түрээсийн, ипотекийн зээлд хөнгөлөлттэй нөхцөлөөр хамруулах орон сууцны хөтөлбөр хэрэгжүүлэхэд шаардагдах хөрөнгийг нийгмийн хамгааллын асуудал эрхэлсэн Засгийн газрын гишүүний болон аймаг, нийслэлийн Засаг даргын жил бүрийн төсөвт тусгана, хэмээн тус тус заажээ[12].

Түрээсийн орон сууц

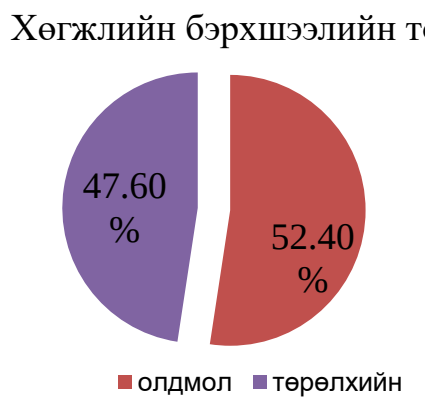
(Барилга хот байгуулалтын сайдын 2017 оны 26 дугаар тушаалаар "Түрээсийн орон сууц хөтөлбөр" батлагдсан). ХБ-тэй хүнтэй өрхийг орон сууцны байраар хангах бодлого түрээсийн орон сууцны бодлогын хүрээнд хэрэгжиж байна. Хэрэгжиж байгаа орон нутаг бүр өөр өөрсдийн хэрэгжүүлэх шийдвэрийг Иргэдийн хурлаараа шийдвэр гарган журам боловсруулан хэрэгжүүлэн ажиллаж байна.

Судалгаанд ашигласан тоон мэдээллүүдийн дүнгээс харвал. Дараах үр дүнгүүд гарчээ. Үүнд:

График 1. *Хөгжлийн бэрхшээл хүйсээр,*



График 2. *Хөгжлийн бэрхшээл төрлөөр*



Эх сурвалж: Хүн ам, орон сууцны 2020 оны тооллогын дүнгээс

Хүснэгт 1. *Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдтэй өрхийн тоон мэдээ*

Үзүүлэлт	**Нийт өрх**	**Хувь**
Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүнгүй	803 390	89.5
Хөгжлийн бэрхшээлтэй нэг хүнтэй	84 965	9.5
Хөгжлийн бэрхшээлтэй хоёр хүнтэй	8 409	0.9
Хөгжлийн бэрхшээлтэй 3, түүнээс олон хүнтэй	663	0.1
БҮГД	897 427	100.0

Эх сурвалж: Хүн ам, орон сууцны 2020 оны тооллогын дүнгээс

График 3. *Хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэнтэй өрхийн амжиргааны түвшин*



Хүснэгт 2. *Хөгжлийн бэрхшээлтэй өрхийн гэр, сууцны байдал*

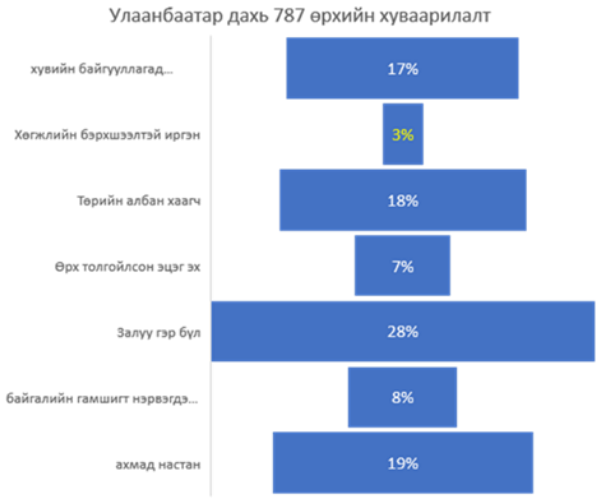
Сууцны төрөл		2010				2020			
		нийт өрхийн тоо	Дүнд эзлэх хувь	ХБ хүнтэй өрхийн тоо	Дүнд эзлэх хувь	нийт өрхийн тоо	дүнд эзлэх хувь	ХБ хүнтэй өрхийн тоо	Дүнд эзлэх хувь
БҮГД		713780	100	93 365	100	897427	100	94 037	100
Гэр		322836	45.3	47 442	50.8	342400	38.2	41 384	44
Байшин		382808	53.6	44 753	47.9	547000	60.9	51 664	54.9
1	Орон сууцны байшин	152338	21.3	12 968	13.9	264300	29.4	18 060	19.2
2	Бие даасан тохилог сууц	3839	0.5	273	0.3	6500	0.7	443	0.5
3	Сууцны тусдаа байшин	209931	29.4	29 893	32	267900	29.9	32 304	34.4
Нийтийн байр		16700	2.4	1 619	1.7	8300	0.9	857	0.9
бусад сууц		8064	1.1	1 170	1.3	8000	0.9	989	1.1

Эх сурвалж: Хүн ам, орон сууцны 2020 оны тооллогын дүнгээс

Ипотекийн зээлээр байранд ороход ХБ-тэй хүнтэй өрх ямар нэг хөнгөлөлт авах зохьцуулалт байхгүй учраас ХБ-тэй хэчнээн өрх ипотекийн зээлээр орон сууцны байранд орсон мэдээлэл гаргахгүй байна. Гэр хорооллын дахин төлөвлөлтэй холбоотой ХБ-тэй хүнтэй өрх хөнгөлөлт авах нөхцөл мөн байхгүй учир энэ чиглэлээр хийгдсэн ажилд ХБ-тэй хэчнээн өрх орон сууцны байранд орсон тоо мөн гарсангүй.

Түрээсийн 1512 орон сууны хуваарилалт, ХБ-тэй иргэн 59 хамрагдсан байна (ТОСК-аас авсан эх сурвалжаас харвал).

График 4. *Улаанбаатар хотод хуваарилагдсан түрээсийн орон сууцны хуваарилалт*



Эх сурвалж: ТОСК-ын мэдээ

Зураг 5. *Хөдөө орон нутагт хуваарилагдсан түрээсийн орон сууцны хуваарилалт*



ТОСК-ын мэдээ

Хөгжлийн бэохшээлтэй 238 хүнийг хамруулсан түүвэр судалгаагаар 32.9% нь өөрийн гэр оронтой бол бусад нь эцэг эхийндээ гэх мэтээр айлд амьдарч байна.

График 6. *Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний хамт амьдрагчийн мэдээлэл*



Судалгаанд хамрагдсан 238 хүнээс хувийн орон сууцны байшин, гэр хорооллын хувийн байшин, гэрт нийт 41.1%, 59.9% нь өөрийн биш орон байрд амьдарч байна.

График 7. *Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний орон байрны түгэлт*



ДҮГНЭЛТ

Бидний судалгааны үр дүн нь таамаглаж байсны дагуу буюу манай улс хөгжлийн бэрхшээлтэй иргэдийг орон сууцжуулах цогц бодлого байхгүй, байгаа бодлого нь тэдний хэрэгцээнд нийцэхгүй, мөн хэргэжилт нь хангалтгүй байв. Бид дүгнэлтийг дараах байдлаар гаргалаа.

Судалгааны дүгнэлтийг I. Олон улсын чиг хандлагыг баримтлах хүрээнд, II. Хууль тогтоомжийг боловсронгуй болгох III. Орон байрны эрхийн хэрэгжилтийг сайжруулах хүрээнд гэсэн дэд хэсэгт хуваан хийлээ.

I. Олон улсын чиг хандлагыг баримтлах хүрээнд

А. ХБ хүний орон байрны эрхийн суурь баримт бичгүүдээр ХБХЭК , ЭЗНСЭОУП , ТХЗ зэрэг олон улсын гэрээ, конвенцод ХБ хүний “хэрэгцээнд тохирсон”, “орлогод нийцсэн”, “тэгш хамруулсан орчин”, “түгээмэл загвар” “тохирох хэрэглэгдэхүүн” гэсэн нэр томьёо, түүний үзэл санаа тусгалаа олж, хэвшсэн байна. Эдгээр гэрээ, конвенцод Монгол Улс нэгдэн орж, хэрэгжүүлэх үүргийг хүлээсэн боловч, эдгээр стандарт болсон нэр томьёо,

үзэл санаа нь бодлогын баримт бичиг, хууль тогтоомжид нутагшаагүй, эсвэл дутуу хагас орсон байна.

Б. Алсын хараа 2050, Монгол Улсын урт хугацааны хөгжлийн бодлогын Амьдралын чанар ба дундаж давхарга гэсэн зорилгын орлогод нийцсэн орон байр гэсэн 3.2 зорилтын хэрэгжүүлэх үе шатын 2031-2040 онд “Худалдан авах чадварт нийцсэн өртөгтэй ... орон сууцны чанар, стандартыг сайжруулах үе, 2041-2050 оныг “Хэрэгцээнд нийцсэн чанартай, тохилог орон сууцны хангамж, хүртээмжийг нэмэгдүүлэх үе” гэж заажээ. Эндээс үзэхэд орлогод нийцсэн орон байр 2031 он, хэрэгцээнд тохирсон орон сууцны асуудал 2041 он хүртэл хойшлогдох болж байна.

II. Хууль тогтоомжийн хүрээнд

А. Орон сууцны хуульд зорилтот бүлгийн иргэдийн орон сууцны бодлогыг тодорхойлохдоо УИХ, ИТХ-ын бүрэн эрх, чиг үүргийг давхардуулснаас үүдэн хууль хэрэглээний явцад ойлгомжгүй байдал үүсч байна. Өөрөөр хэлбэл, УИХ эсвэл ЗГ-аас тогтоосон улсын хэмжээнд хэрэгжих нэгдсэн бодлогыг орон нутгийн түвшинд ИТХ-аас өөрчилсөн, хассан зэрэг тохиолдол бий. Тухайлбал, түрээсийн орон сууцны зохицуулалтад ЗГ-аас нийт орон сууцны 5%-г ХБ хүнтэй өрхөд хуваарилахаар тогтоосныг өөрчлөн тогтоосон тохиолдол орон нутагт ажиглагдаж байна.

Б. 2015 оноос эхлэн ЗГ-аас хэрэгжүүлж буй Ипотекийн зээлийн орон сууц, халамжийн орон сууцанд ХБ хүний гэр бүлийг хамруулах шийдвэр бүрэн хэрэгжээгүй байна. Үүний шалтгаан нь хуулийн зохицуулалтад ХБ хүнд чиглэсэн ямар нэг хөнгөлөлт үзүүлэх эрх зүйн зохицуулалт байхгүй тул бага орлоготой ХБ хүний хувьд зээлийн нөхцөлийг хангахад хүндрэл үүсдэгт оршиж байна.

В. Хүртээмж, тэгш хамруулах орчин бүрдүүлэх талаар Барилгын тухай хууль, Хот байгуулалтын хууль, ХБХЭХ-д туссан болов ч хууль тогтоомжийн хэрэгжилт жигд бус буюу ХБ хүний оршин буй газраас шалтгаалан ялгаатай байна.

Г. Хот суурин газрыг дахин хөгжүүлэх тухай хуулийн хүрээнд гэр хорооллыг дахин төлөвлөх асуудал тавигдсан байна. Гэтэл энэ хуульд ХБ хүний орон байрны нөхцөлийг хэрхэн сайжруулах тухай нарийвчилсан эрх зүйн зохицуулалтгүй тул гэр хороололд айл, ахан дүүсийн хашаанд амьдарч байсан, байгаа ХБ хүний дахин төлөвлөлтөд хамрагдах боломж хязгаарлагдмал болсон.

Д. ХБХЭХ-д орон сууц, нийгмийн дэд бүтцийн байгууламжийг ашиглалтад оруулах барилгын комиссын бүрэлдэхүүний ¼-д ХБ хүний эрх ашгийг хамгаалах чиг үүрэг бүхий төрийн бус байгууллагын төлөөллийг оролцуулах, ХБ-ийн салбар дундын ажлыг уялдуулан зохицуулах, нэгдсэн удирдлагаар хангах орон тооны бус зөвлөлийг Монгол улсын Ерөнхий сайдын дэргэд байгуулан ажиллуулж болно гэж заасан. Улмаар Зөвлөл нь аймаг, нийслэл, дүүрэгт салбар зөвлөлтэй байх бөгөөд салбар зөвлөлийг Засаг дарга тэргүүлнэ. Гэсэн хэдий ч Зөвлөлийн ажил тогтмол явагдахгүй байгаа бөгөөд зарим жил ганц удаа хуралдах, сүүлийн жилүүдэд Ковид-19-ийн улмаас хурал зохион байгуулаагүй байна.

III. Орон байрны эрхийн хэрэгжилтийн хүрээнд

Монгол Улсын урт хугацааны хөгжлийн бодлого, хуульд алдаа дутагдал байгаа нь хэрэгжилт дээрээ тусгалаа олж байна.

А. ХБ хүнтэй өрх ипотекийн зээлийн байр, түрээсийн орон сууцанд ороод төлбөрөө төлж чадахгүй гарах тохиолдол үүсч байна. Эндээс орлогод нийцсэн, хэрэгцээнд тохирсон хүртээмжтэй, тэгш хамруулсан орчинтой орон байраар хангах асуудлыг иж бүрэн авч үзэх хэрэгтэй нь харагдаж.

Б. Ипотекийн зээлд хамрагдах хүсэлтэй ч бага хэмжээний дэмжлэг шаардлагатай хүмүүс яах тухай асуулт их тавьж байв. Зөвхөн ипотекийн зээл төдийгүй, түрээсийн орон байрны олон хувилбар боловсруулах шаардлага байна.

В. ХБ хүмүүс ипотекийн зээл, түрээсийн орон сууцанд хамрагдахад барьцаа хөрөнгө дутагдаг. Хуулиар эзэмших ёстой 0.07 га газраа авч чаддаггүй, авах болоход ХБ хүн зорчиход бэрхшээлтэй хазгай газар, нийтийн тээврийн буудал зогсоолоос хол зэрэг нь бэрхшээл үүсдэг нь тэдэнд газар авахад бодит шалтгаан болдог учир газраа хувьчилж аваагүй хүмүүс байна. Иймээс фокус бүлгийн ярилцлагаас ХБ хүмүүст газар эзэмшүүлэх асуудлыг тусгайлан зохион байгуулж, тэдний сонголт дээр үндэслэн газар хувьчлан өгөх төдийгүй хашаа, байшин барихад нь дэмжлэг үзүүлж чадвал банк, санхүүгийн байгууллагад үзүүлэх барьцаа хөрөнгөтэй болж чадна. Ингэснээр санхүүгийн үйлчилгээнд ХБ хүмүүс хамруулах боломж байгаа гэж фокус бүлгийн ярилцлагаас гарсан.

Г. Монгол Улсын хуулиар хүртээмжгүй орон сууц баригдах ёсгүй ч хүртээмжгүй баригдсан орон сууцны байр байсаар байна. Зарим тохиолдолд зөвхөн ХБ хүнтэй өрх л хүртээмжтэй орон байранд амьдрах хэрэгтэй юм шиг ярьж байгаа нь ХБ хүн аав ээж, ах дүү, найз нөхөдтэйгөө уулзах боломжгүй, гэртээ хоригдсон өнөөгийн байдлыг ямар нэг хэмжээгээр давтах тул үүнийг анхаарах ёстой. Иймээс бүх орон байрыг хэрэгцээнд тохирсон байдлаар шийдэх хэрэгтэй.

Д. ХБ хүн орон байрандаа өөртөө хэрэгцээтэй тохирох хэрэглэгдэхүүн ашиглаж чадахгүй байна. ХБ хүн усанд орох, бие засах зэрэг тохиолдолд өөрт нь зориулагдсан тохирох хэрэглэгдэхүүн ашиглах шаардлага цөөнгүй хүнд байдаг. Үүнийг зарим улсын (тухайлбал Япон) туршлагаас авч үзвэл нэг удаа тохирох хэрэглэгдэхүүнээр бүрэн хангадаг аргыг авч хэрэгжүүлэх нь зүйтэй.

Е. ХБ хүнийг хэрэгцээнд тохирсон, орлогод нийцсэн, тэгш хамруулсан орчинтой орон байраар хангахад тэдэнд үзүүлэх дэмжлэгийг хүн бүрд ямар байхыг тодорхой гаргах хэрэгтэй. Судалгаанд хамруулсан улсуудын туршлагаас харахад ХБ хүнтэй өрхийн ХБ хүн, орлого, орон байранд нь үнэлгээ хийж үзүүлэх дэмжлэгийг ямар байх талаар тогтоодог туршлагыг авч хэрэгжүүлэх хэрэгтэй. Үүнийг өнөөдөр хэрэгжиж байгаа ХБ хүний мэдээллийн үндэсний санг бий болгох ажлыг эрчимжүүлэхийн зэрэгцээ орон байрны асуудал, гэр ^{13}бүлийн асуудлыг задлан нарийн тусгах шаардлагатай тухай фокус бүлгийн ярилцлагаас гарсан.

Ё. Гэр хорооллын дахин төлөвлөлтөөс үүдэн түрээсийн хашаа байшин, гэр, хажуу өрөөнд шилжих болсон тухайгаа ХБ иргэд ярьж байна. Айлын хашаа байшингаас нүүх шаардлага үүссэн нь өөр нэг айлын хашаа байшин, гэр, хажуу өрөө, эсвэл орон сууцны байр

түрээслэх шаардлага үүсдэг байна. Энэ нь тэдэнд хүндрэлтэй тусдаг учир гэр хорооллын дахин төлөвлөлтөд ХБ хүмүүсийг хэрхэн хамруулах асуудал шийдлээ хүлээж байна.

Ж. Эцэст нь ХБ хүнтэй өрхийн 80-90 гаруй хувь нь амьжиргааны дунд болон түүнээс доош орлоготой байгаа нь орон байрны нөхцөлөө сайжруулахад саад учруулж байна. ХБ хүнтэй өрхийн орлогыг нэмэгдүүлэх олон хувилбартай арга хэмжээ авах шаардлагатай байна.

З. Гэр хорооллолд өөрийн хэрэгцээнд тохирсон, хүртээмжтэй байшин барих хүсэлтэй хүмүүс байгаа ч байшингийнхаа зураг, төсөв гаргаж чадахгүй, ямар үнэ өртөгтэй болохыг мэдэхгүй учир хүндрэлтэй тусдаг хүмүүс байсан.

И. Гэр хорооллолд гэртээ даардаг гэсэн хүмүүс цөөнгүй тааралдаж байсан нь хамгийн түрүүнд гэр, байшинг дулаалах арга хэмжээг авах шаардлага байна гэсэн дүгнэлтийг хийж болохоор байна. Улмаар дээрх дүгнэлтийн хүрээнд үүсч буй асуудлыг шийдвэрлэх үүднээс судалгааны үр дүнд тулгуурлан зөвлөмжийг санал болгож байна.

К. ХБ хүний амьдрах орон байр аюулгүй нөхцөлийг хангасан байх нь чухал байна. Гэнэтийн осол, тухайлбал манайд элбэг тохиолдох угаартах, гэр байшин түймэрт өртөх үед маш хүнд нөхцөл үүсч байгааг анхаарах ёстой. Хөндлөнгийн хүний тусламжгүй гарч орох боломжгүй болон хүртээмжгүй орон байранд байдаг, хөдөлгөөн удааширсан хүмүүсийн талаар мэдээлэл шуурхай дамжуулах тодорхой бодлого боловсруулан хэрэгжүүлэх арга замыг олж хэрэгжүүлэх шаардлага байна

Л. ХБ хүмүүсийн дотор өөрийн өмч хөрөнгөө өөр дээрээ бүртгүүлээгүй, бичиг баримтын зөрчилтэй, төрөл садан зэрэг хүмүүстэй мэхлүүлсэн зэрэг асуудал байгааг фокус бүлгийн ярилцлагаас гарсан. Иймээс ХБ хүмүүс өмч хөрөнгө эзэмших эрх, түүний хэрхэн хэрэгжүүлэх, ямар ач холбогдолтой талаар мэдлэг дутуу, ойлголтгүй улмаас боломжоо алдаж байна.

АШИГЛАСАН МАТЕРИАЛЫН ЖАГСААЛТ

Хүн ам орон сууцны 2020 оны улсын ээжлит тооллогын нэгдсэн дүн

Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүмүүсийн эрхийн тухай конвенц, УБ, 2011 он

Тогтвортой хөжлийн зорилт 11

ТХЗ -11.1

The Right to Adequate Housing, Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights, Fact Sheet No. 21/Rev.1, p.3

Chapter 3. Principles and Elements of the Right to Adequate Housing for Persons with Disabilities, The Right to Adequate Housing for Persons with Disabilities Living in Cities, p36. UN HABITAT, United Nations Human Rights Office of the Commissioner for Human rights, 2015

ХБХЭК, 12-р зүйл. https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities/article-12-equal-recognition-before-the-law.html

ХБХЭК, 19-р зүйл. https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities/article-19-living-independently-and-being-included-in-the-community.html

Adopt a strategy to upgrade slums while providing low-cost practical interventions to meet the minimum standards of accessibility, Policy Guidelines for Inclusive Sustainable Development Goals, OHCHR. 2020 United Nations

АЛСЫН ХАРАА 2050, Монгол улсын урт хугацааны хөгжлийн бодлого, Амьдралын чанар ба дундаж давхарга, Мөнхийн үсэг, Улаанбаатар хот, 2022 он

Орон сууцны тухай хууль, УИХ, УБ хот, 1999 он

Хөгжлийн бэрхшээлтэй хүний эрхийн тухай хууль, УИХ, УБ хот, 2016 он