



САНХҮҮ ЭДИЙН ЗАСГИЙН ИХ СУРГУУЛЬ

ОЮУТНЫ ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ
ХIII БАГА ХУРАЛ

/ИЛТГЭЛҮҮДИЙН ЭМХЭТГЭЛ/



Улаанбаатар хот 2021 он

ГАРЧИГ

САЛБАР 1. ЭДИЙН ЗАСАГ, САНХҮҮ, НЯГТЛАН БОДОХ БУРТГЭЛ

МАКРО ЗОХИСТОЙ БОДЛОГО, ТҮҮНИЙ ЭДИЙН ЗАСГИЙН ҮР НӨЛӨӨГ ШИНЖЛЭХ НЬ СЭЗИС-ийн оюутан О.Номин-Эрдэнэ.....	3
ЭДИЙН ЗАСГИЙН САЛБАРЫН ЦАР ТАХЛЫН НӨЛӨӨЛЛИЙН ШИНЖИЛГЭЭ СЭЗИС-ийн оюутан Б.Сайханбилэг.....	16
КОВИД-19 ҮЕЙИН МАКРО ОНОВЧТОЙ БОДЛОГУУД, ЦААШДЫН ЧИГ ХАНДЛАГА СЭЗИС-ийн оюутан Ц.Дагвацэнд, Х.Хашбат.....	54
ТАТВАРЫН МЭРГЭШСЭН ЗӨВЛӨХ ҮЙЛЧИЛГЭЭНД ТУЛГАМДАЖ БУЙ АСУУДЛУУД, ТҮҮНИЙГ ШИЙДВЭРЛЭХ НЬ СЭЗИС-ийн оюутан Э.Анар.....	79
ЭДИЙН ЗАСГИЙН ТОДОРХОЙ БУС БАЙДЛЫН НӨЛӨӨ СЭЗИС-ийн оюутан Х.Мөнхжин.....	100
НББ-ИЙН МЭРГЭЖЛИЙН ОЮУТНУУДЫН ХАНДЛАГЫГ СУДЛАХ НЬ /СЭЗИС-ийн бакалавр, мастериын хөтөлбөрийн жишээн дээр/ СЭЗИС-ийн оюутан Д.Мөнхчимэг, Θ.Отгонзул, А.Түмэнжаргал.....	111
ИРГЭДИЙН ЗЭЭЛИЙН ХҮРТЭЭМЖИЙГ Р2Р ЗЭЭЛИЙН ПЛАТФОРМЫГ АШИГЛАН НЭМЭГДҮҮЛЭХ НЬ СЭЗИС-ийн оюутан Д.Хонгорзул.....	123

САЛБАР 2. БИЗНЕСИЙН УДИРДЛАГА, ХУМЧУҮНЛЭГ, НИЙГМИЙН УХААН, МЭДЭЭЛЛИЙН СИСТЕМИЙН МЕНЕЖМЕНТ

ИНТЕРНЭТ БАНК ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН СЭТГЭЛ ХАНАМЖИЙН СУДАЛГАА /УБ хотын жишээн дээр/ СЭЗИС-ийн оюутан М.Дөлгөөнтамир, Д.Хулан, Э.Эгшиглэн.....	135
QR КОД ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН ҮНЭ ЦЭНИЙН ОЙЛГОЛТЫГ ХАРЬЦУУЛСАН СУДАЛГАА /Монгол, Япон улсын жишээн дээр/ СЭЗИС-ийн оюутан Н.Энхтунгалаг.....	162
ДИЖИТАЛ МАРКЕТИНГИЙН ЁС ЗҮЙН АСУУДЛЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ СЭЗИС-ийн оюутан Г.Эрдэнэбулган.....	212
БЭЛЧЭЭР АШИГЛАЛТЫН ШИНЖИЛГЭЭ /Өмнөговь аймгийн жишээн дээр/ ХААИС-ийн оюутан Д.Нарандулам.....	222
ТӨСЛИЙН МЕНЕЖЕРҮҮДИЙН СУРГАЛТЫН ХЭРЭГЦЭЭГ ТОДОРХОЙЛОХ НЬ СЭЗИС-ийн оюутан Б.Манал.....	234
ЦАХИМ ОРЧИН ДАХЬ ХУВИЙН МЭДЭЭЛЛИЙН АЮУЛГҮЙ БАЙДЛЫН ЭРХ ЗҮЙН ЗОХИЦУУЛАЛТ СЭЗИС-ийн оюутан Г.Гүнчин.....	253

ХҮҮХДИЙГ ЦАХИМ ГЭМТ ХЭРГИЙН АЮУЛААС УРЬДЧИЛАН СЭРГИЙЛЭХ НЬ СЭЗИС-ийн оюутан Г.Ганзул.....	267
ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЭРХИЙГ ХАМГААЛАХ ЭРХ ЗҮЙН ЗОХИЦУУЛАЛТЫН ХАРЬЦУУЛСАН СУДАЛГАА СЭЗИС-ийн оюутан С.Энхжин.....	276



МАКРО ЗОХИСТОЙ БОДЛОГО, ТҮҮНИЙ ЭДИЙН ЗАСГИЙН ҮР НӨЛӨӨГ ШИНЖЛЭХ НЬ

СЭЗИС-ийн оюутан О.Номин-Эрдэнэ

ХУРААНГУЙ

Сүүлийн жилүүдэд олон улсад санхүүгийн системийн эрсдэлийг бууруулах макро зохистой бодлогын хэрэглээ нэмэгдэж байна (Kuttner & Shim, 2016). Макро зохистой бодлогыг хэрэгжүүлснээр мөнгөний бодлогын үр нөлөөнд сайнаар нөлөөлж, нийт эдийн засгийн байдлыг сайжруулж байгаа талаар судалгааны ажлуудад дурдсан байдаг. Мөнгөний болон макро зохистой бодлогын үндсэн зорилтууд нь өөр юм. Тухайлбал, мөнгөний бодлого үнийн тогтвортой байдлыг зорилтоо болгодог бол макро зохистой бодлогын хувьд санхүүгийн тогтвортой байдал ажээ (Nier & Kang, 2016). Монгол улсын хувьд 2018 оноос хойш макро зохистой бодлогыг мөнгөний бодлоготой хамтран хэрэгжүүлсэн хэдий ч бодлогын үр нөлөө одоогийн байдлаар макро эдийн засагт ямар нөлөө үзүүлсэн талаарх тодорхой хийгдсэн судалгаа байдагтүй байна.

Энэхүү судалгааны гол зорилго нь Монгол Улсын мөнгөний болон макро зохистой бодлогын эдийн засагт үзүүлэх нөлөөлөл, 2018 оноос хойших мөнгөний болон макро зохистой бодлогын үр нөлөөг тодорхойлоход оршино. Судалгааны шинэлэг тал нь 2017 оныг суурилан Монголбанкны 2018 оны 1 сараас хойш хэрэгжүүлсэн макро зохистой бодлогын мөнгөний бодлоготой хамтран хэрэгжүүлсэн макро эдийн засгийн үр нөлөөг дүгнэсэн, үнэлгээг хийхдээ Монгол улсын хувьд тохирсон эрдэс бүтээгдэхүүний үнийн индекс мөн макро зохистой бодлогын индексийг боловсруулсан гэдгээрээ онцлогтой.

Судалгаанд 2017 оны 1 сараас 2020 оны 12 сар хоорондын макро эдийн засгийн өгөгдөлд тулгуурлан вектор алдааг засварлах загварыг ашиглан мөнгөний болон макро зохистой бодлогын макро эдийн засагт үзүүлэх үр нөлөөг тодорхойллоо. Судалгааны үр дүнгээр (i) Мөнгөний болон макро зохистой бодлого хоорондоо хослох шинж чанартай. Зорилтот макро зохистой бодлогын арга хэмжээнүүдийг мөнгөний бодлоготой хослуулан идэвхтэй ашиглах нь макро эдийн засгийн үр нөлөөнд эрэгээр нөлөөлсөн; (ii) Макро зохистой бодлогын шокууд нь мөнгөний бодлогын шокуудтай ижил төстэйгээр бодит ДНБ, үнийн түвшин, зээлийн хэмжээнд нөлөөлж байна.

УДИРТГАЛ

Сэдвийн нэр: *Мөнгөний болон макро зохицтой бодлого, түүний макро эдийн засгийн үр нөлөөг шинжслэх нь*

Товч танилцуулга: *Дэлхийн эдийн засаг, санхүүгийн хямрал болсны дараа олон улсууд мөнгөний бодлого нь санхүүгийн тогтвортой байдлыг хангахад хангатгүй гэдгийг мэдсэн ба үүнээс хойши макро зохицтой бодлогыг хэрэгжүүлэх болсон юм. Манай улс ч мөн адил уг бодлогыг 2018 оноос хойши хэрэгжүүлэх болсон билээ. Макро зохицтой бодлогыг хэрэгжүүлэх нь мөнгөний бодлогын үр нөлөөнд нөлөөлдөг талаар хэд хэдэн судалгаанд дурдсан байдал ба Монгол улс уг хоёр бодлогыг хамтран хэрэгжүүлснээс хойши бодлогын үр нөлөө нэмэгдсэн байх магадлалтай юм. Иймээс уг судалгааны ажлаар 2017 оныг суурилан 2018 оноос хойши хэрэгжссэн мөнгөний болон макро зохицтой бодлогын эдийн засагт үзүүлэх үр нөлөөг тодорхойлохыг зорилоо. Уг судалгааны үнэлгээг хийхэд 2017 оны 1 сараас 2020 оны 12 сарын өгөгдлийг макро түвшинд цуглуулсан ба Вектор алдааг засварлах загварыг үнэллээ. Судалгааны хувьд (i) Мөнгөний болон макро зохицтой бодлого хоорондоо хослох шинж чанартай ба зорилтот макро зохицтой бодлогын арга хэмжээнүүдийг мөнгөний бодлоготой хослуулан идэвхтэй ашиглах нь макро эдийн засгийн үр нөлөөнд эрэгээр нөлөөлсөн; (ii) Макро зохицтой бодлогын шокууд нь мөнгөний бодлогын шокуудтай ижил төстэйгээр бодит ДНБ, үнийн түвшин, зээлийн хэмжээнд нөлөөлсөн гэсэн үр дүн гарлаа.*

Эдийн засгийн бүтээлийн сэтгүүлийн ангиллын индекс: O53, E4, E5, E6

Түлхүүр үгс: *Монголбанк, мөнгөний бодлого, макро зохицтой бодлого, вектор алдааг засварлах загвар*

ОНОЛЫН УХАГДАХУУН БА СУДАЛГААНЫ АРГАЗУЙ

1.1 Мөнгөний бодлогын санхүүгийн тогтвортой байдалд үзүүлэх нөлөө

Мөнгөний бодлого нь санхүүгийн тогтвортой байдалд сөрөг нөлөө үзүүлэх хэдий ч тохиромжтой макро зохистой бодлого нь сөрөг нөлөөг бууруулан, улмаар бодлогын бэрхшээлийг бууруулж, мөнгөний бодлогод нэмэлт “маневр хийх орон зайд” бий болгож чадна (Nier & Kang, 2016). Зээлдэгчийн зан байдал, банкуудын эрсдэл эрэлхийлэх зан байдал, хөрөнгийн үнэ, валютын ханшийн түвшнээр дамжин ажилладаг хэд хэдэн үр нөлөөг тодорхойлж болно.

Хүснэгт 0-1 Мөнгөний бодлогын санхүүгийн тогтвортой байдалд үзүүлэх нөлөө ба тэдгээр үр нөлөөг арилгах хэрэгсэл

Санхүүгийн тогтвортой байдлын эх үүсвэр	Суваг	↑г үеийн хүлээгдэж буй үр нөлөө (↑ тогтвортой байдлыг өсгөх)	Сөрөг нөлөөг агуулсан хэрэгсэл
Зээлийн хязгаарлалт	Балансын	↑	Зээл орлогын харьцаа эсвэл Өр үйлчилгээ орлогын харьцааны хязгаарлалт
	Анхдагч	↓	
Санхүүгийн байгууллагуудын эрсдэлтэй зан байдал	Эрсдэл хүлээх	↑	Өөрийн хөрөнгө, хөшүүргийн харьцаа
	Эрсдэл шилжүүлэх	↓	Цэвэр тогтвортой эх үүсвэрийн харьцаа, өөрийн хөрөнгө
Нийт үнээр дамжих гадаад байдал	Хөрөнгийн үнэ	↑	Зээл үнэлгээний харьцааны хязгаарлалт
	Валютын ханш	↓	Гадаад валютын заавал байлгах нөөцийн шаардлага, гадаад валютын зээллэгийн хязгаарлалт, гадаад валютын үндсэн бус өр төлбөрт татвар ногдуулах

Эх сурвалж: (Nier & Kang, 2016)

Эдгээр үр нөлөөний хүч нь санхүүгийн мөчлөгөөс хамаарч өөр өөр байж болно. Санхүүгийн тэнцвэргүй байдал бий болохын хэрээр бодлогын хүү бага байх нь өнөөгийн төлөгдөхгүй байдлыг бууруулдаг боловч банкуудыг эрсдэлтэй зээл авахад түлхэц болж, хөшүүргийг нэмэгдүүлдэг. Санхүүгийн мөчлөгийн оргил үед бодлогын хүүг нэмэгдүүлсэн тохиолдолд энэ нь эрсдэлийг шилжүүлэх, зээлдэгч зээлээ төлөх чадваргүй болоход хүргэж болзошгүй юм (Rey, 2015).

1.2 Макро зохистой бодлогын гарцаад үзүүлэх нөлөө

Макро зохистой бодлогыг чангатгах үед зорьж буй үр нөлөө нь санхүүгийн системийн уян хатан чанарыг дээшлүүлэх, хөрөнгийн үнэ болон зээл хоорондын мөчлөгийн үйлчлэлийг багтаах юм. Энэ нь хөшүүргийн, өрийн дарамт, тогтвортгүй санхүүжилтийн тогтвортгүй өсөлтөд хүргэж магадгүй юм (ОУВС, 2013). Гэсэн хэдий ч макро зохистой бодлогын хэрэгслийг чангатгах нь гарцыг бууруулахад зарим талаар нөлөөлж болзошгүй юм.

Макро зохистой бодлогын богино хугацааны үр нөлөө нь авч үзсэн хэрэгслээс хамаардаг (Хүснэгт I-2). Тохируулж болдог зээл үнэлгээний харьцаа нь гарцын бүтцэд болон нийт гарцын өсөлтөд хэмжигдэхүйц хэмжээгээр нөлөөлдөг болохыг баттай нотолжээ. Үүний эсрэгээр, өөрийн хөрөнгө, заавал байлгах нөөцийн шаардлагын гарцаад үзүүлэх нөлөө нь статистикийн хувьд ач холбогдолгүй байгааг олж мэдсэн бөгөөд энэ нь нийт эрэлтэд бага зэргийн нөлөө үзүүлэхийг л харуулжээ. Ерөнхийдөө энэ нь макро зохистой бодлогын хэрэгслийг чангараулснаар гарцаад үзүүлэх нөлөө нь ашигласан хэрэгслийн төрлөөс хамаарах бөгөөд зээл үнэлгээний харьцаа нь бусад макро зохистой хэрэгслүүдээс илүү хүчтэй нөлөө үзүүлдэг болохыг харуулжээ (ОУВС, 2012).

Хүснэгт 0-2 Макро зохистой бодлогын гарцаад үзүүлэх нөлөө

	Өөрийн хөрөнгийн шаардлага	Зээл үнэлгээний харьцааны хязгаарлалт	Заавал байлгах нөөц
Зээлийн өсөлт			
Орон сууцны үнийн өсөлт			
Гарцын өсөлт			

Тэмдэглэл: Хүснэгтэд зээлийн өсөлтийн түвшин, орон сууцны үнийн инфляц, ДНБ-ий өсөлтийн түвшинг хамааран хувьсагч болгон, дараах хувьсагчуудыг хамааралгүй хувьсагч болгон харуулсан панел регрессийн шинжилгээний үр дүнг нэгтгэн харуулав: макро зохистой бодлогын хэрэгслийн индексүүд, ДНБ-ий өсөлтийн хурд, нэрлэсэн хүүгийн түвшний хоцролтын нөхцөл. Хугацаа болон улс орны нөлөөг зассан дамми мөн багтсан ажсээ. Хөгжисж буй зах зээлийн эдийн засагтай 21, хөгжсингүй 15 орных багтаасан 36 эдийн засгийн улирлын мэдээллийг ашиглажээ.

Эх сурвалж: ОУВС-ийн судлаачийн тооцоолол

1.3 Вектор алдааг засварлах загвар (VECM)

Вектор алдааг засварлах загвар нь 2 болон түүнээс дээш хувьсагчийн вектор бүхий систем загвар юм. Тухайлбал хувьсагчдын хооронд коинтеграц хамаарал байгаа бол авторегресс тархсан хожимдолтой загвараас алдаа засварлах загварыг тодорхойлох боломжтой. Өөрөөр хэлбэл VAR загвар дахь тэгшитгэл бүр нь өөрийн өмнөх үеэсээ хамааран тархсан хожимдолтой загвар байдаг. Иймээс VEC загварыг коинтеграц хязгаарлалттай VAR загвар гэж үздэг. Улмаар VEC загварыг ашигласнаар хувьсагчид хоорондын урт ба богино хугацааны хамаарлыг харуулах бөгөөд тухайн үзүүлэлтийн

тэнцвэрт утга руу ямар хурдтайгаар дөхөж байгааг тодорхойлох боломжтой (Jenkin, 2015). Загварын ерөнхий тавил дараах байдлаар илэрхийлэгдэнэ:

$$\Delta y_t = \mu + AB'y_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \Gamma_i \Delta y_{t-i} + e_t \quad (1)$$

Энд:

A - алдаа засварлах коэффицентүүдэд харгалзах матриц

B' - коинтеграцлагдсан векторуудын матриц

AB' - хувьсагчдын урт хугацааны хамаарал

Γ_i - дифференциалтай үеийн хожимдлын параметруудийн матриц буюу богино хугацааны хамаарал

μ - детерминистик вектор

e_t - үлдэгдэл санамсаргүй хэмжигдэхүүн

Тус загвар нь дараах үндсэн шинж чанарыг агуулна. Үүнд:

- Хувьсагчид зөвхөн коинтеграц хамаарлтай байснаар VECM загварыг үнэлэх боломжтой.
- Коинтеграц нь хувьсагчдын хооронд урт хугацааны хамаарал байгаа эсэхийг харуулна.

Вектор алдааг засварлах загварын үнэлгээний үндсэн шаардлага нь тухайн хувьсагчид ижил эрэмбийн интеграцлагдсан процесс байх шаардлагатай. Коинтеграц хамаарал нь үнэлгээний 2 төрлийн хандлагад суурилдаг. Эхнийх нь үлдэгдэл санамсаргүй хэмжигдэхүүнд суурилсан Энгл-Грейнжерийн арга бол нөгөөх нь хамгийн их үнэний хувь бүхий VAR системийг авч үздэг Ёхансений арга юм. Энгл-Грейнжерийн аргын хувьд нэгж язгуурын тест болон коинтеграц хамаарлын тестүүдийн хүрээнд төгсгөлөг түүврийн гажуудалтай тулгардаг. Тухайлбал, тухайн загварт нэгээс олон коинтеграц хамаарлыг илрүүлэх тохиолдолд найдвартай байдал нь алдагддаг. Харин Ёхансений аргачлал нь коинтеграц хамаарлыг илрүүлж, цаашлаад VEC загвар үнэлэх тохиолдолд харьцангуй давуу талтай байдал.

1.4 Коинтегралчлал буюу урт хугацааны хамаарал

Нобелийн шагналнууд болох Роберт Энгл, Клайв Грэйнжер нар коинтегралчлал хэмээх ойлголтыг 1987 онд анх нэвтрүүлсэн юм (Engle & Granger, 1987). Олон хувьсагчтай байгаа үед хамгийн өргөнөөр хэрэглэгддэг коинтеграц загварчлал бол Сорен Ёхансеных юм (Эрдэнэбат, 2017; Johansen, 1995).

Ёхансены арга нь k х k хэмжээст дөрвөлжин матриц бүр k ширхэг хувийн утгатай (eigenvalue) байна, түүний ранг нь нэгээс ялгаатай хувийн утгуудынх нь тоотой тэнцүү гэсэн математикийн үр дүнд тулгуурладаг. Ёхансены аргын гол санаа нь r =ранг(Π)-ыг тодорхойлно гэдэг нь Π -ийн хувийн утгуудын хэд нь эрэг байна гэдгийг шалгах юм. Π -

ийн k хувийн утгыг λ_i ($i=1, \dots, k$) гэж тэмдэглэдэг бөгөөд эдгээр нь утгуудынхаа хэмжээгээр эрэмбэлэгдэнэ. Өөрөөр хэлбэл, $1 > \lambda_1 \geq \lambda_2 \geq \dots \geq \lambda_k$ юм. Ёхансены арга ёсоор эхлээд ранг(Π)= 0 гэсэн өрөнхий тэг таамаглалыг (энэхүү тэг таамаглал нь бүх хувьсагч нь суурин бус ч тэдгээрийн хооронд коинтеграц байхгүй гэсэн санааг агуулна) шалгаж, хэрэв няцаагдвал алхам алхмаар ранг(Π)= k гэсэн таамаглалыг шалгах зүг рүү ахиадаг. Иймээс шалгууруудын дараалал нь доорх байдалтай байна:

$$\begin{aligned} H_{00} : r = 0; \quad H_{A0} : r > 0 \\ H_{01} : r = 1; \quad H_{A1} : r > 1 \\ \vdots \\ H_{0,k-1} : r = k-1; \quad H_{A,k-1} : r = k \end{aligned} \tag{5}$$

H_{0r} няцаагдахаа больсон үед коинтеграцчилдаг хамаарлын тоо болох r -ын үнэлгээ гарч ирнэ. Ёхансен энэхүү процедурыг хэрэгжүүлэхтэй холбоотой хоёр статистик бий болгосон аж.

Эхнийх нь трейсийн (Trace) шалгуур статистик бөгөөд дараах байдлаар тавигдана:

$$\hat{\eta}_r = -T \sum_{i=r+1}^k \ln(1 - \hat{\lambda}_i), \quad r = 0, 1, \dots, k-1 \tag{6}$$

Хэрэв $\hat{\eta}_r$ нь 0-ээс хамаагүй өндөр байх юм бол H_{0r} -ыг няцаана.

Удаах нь хамгийн их хувийн утгын (Maximum eigenvalue) статистик бөгөөд дараах байдлаар тавигдана:

$$\hat{\zeta}_{r+1} = -T \ln(1 - \hat{\lambda}_{r+1}), \quad r = 0, 1, \dots, k-1 \tag{7}$$

Энэ нь тэгээс хамаагүй их байгаа эсэхийг шалгана.

Тодорхой сонгогдсон статистикийн хувьд r -ын хувьд трейс статистик нь үндсэндээ $\lambda_{r+1} = \dots = \lambda_k = 0$ гэдгийг бүлэглэн шалгаж байгаа бол хамгийн их хувийн утгын статистик нь дараагийн хувийн утгыг нь аваад $\lambda_{r+1} = 0$ эсэхийг шалгаж байна. Онолын хувьд бүх (жинхэнэ) хувийн утга сөрөг бус, мөн тэдгээрийг хэмжээгээр нь ихээс бага руу нь эрэмбэлчихсэн байгаа учир нэг утга гараад ирвэл дараах хувийн утгууд нь мөн тэг гэсэн үг болно. Практикт харин жинхэнэ бус үнэлэгдсэн хувийн утгууд байгаа учир хоёр шалгуур статистикууд r -ын зохих утгын талаар үргэлж ижил дүгнэлтэд хүрээд байдаггүй.

Коинтеграцчилдаг векторын тоог тогтоохдоо олон судлаачид $\hat{\eta}_r$ болон $\hat{\zeta}_{r+1}$ -ыг хоёуланг нь ашигладаг. Практикт энэ хоёрын нэгийг нь нөгөөгөөс илүүд үзэх шаардлагатай болвол $\hat{\eta}_r$ нь ганц үнэлэгдсэн хувийн утга дээр бус $\lambda_{r+1} = \dots = \lambda_k = 0$ гэсэн бүлэглэсэн шалгуур гэдэг утгаараа түүний дүгнэлтийг илүү чухалчилдаг ажээ (Эрдэнэбат, 2017).

ЭМПИРИК СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

Загвартаа нийт 8 хувьсагчийг буюу бодлогын хүү (R), макро зохистой бодлогын индекс (PP), Монголын эдийн засгийн өсөлт (MNG_GDP_G), инфляц (INF), нийт зээлийн Үлдэгдлийн өсөлт (CRD_G), чанаргүй зээл (NPL), Хятадын эдийн засгийн өсөлт (CHN_GDP_G), эрдэс бүтээгдэхүүний үнийн индексийн өсөлтийг (COM_INDEX) багтаасан юм.

Хүснэгт 0-1 Загварын шинжилгээний үр дүн - VECM

Үрт хугацаа			
ТАЙЛБАРЛАГЧ ХУВЬСАГЧИД	CointEq1	CointEq2	CointEq3
NPL(-1)	1.000000	0.000000	0.000000
INF(-1)	0.000000	1.000000	0.000000
MNG_GDP_G(-1)	0.000000	0.000000	1.000000
CRD_G(-1)	6.978258*** (1.25896)	-28.64741 (5.16528)	-17.53791 (3.12947)
PP(-1)	1.853749*** (0.41896)	-7.665617 (1.71890)	-4.579002 (1.04143)
R(-1)	13.71229** (5.59611)	-54.51018 (22.9598)	-32.95482 (13.9106)
COM_INDEX(-1)	4.921592*** (0.66249)	-20.04726 (2.71808)	-12.11016 (1.64679)
CHN_GDP_G(-1)	-21.33060 (3.08148)	87.58739*** (12.6427)	51.54140* ** (7.65982)
Const	-199.8644	754.1529	464.9809

Богино хугацаа			
ТАЙЛБАРЛАГЧ ХУВЬСАГЧИД	D(NPL)	D(INF)	D(MNG_ GDP_G)
CointEq1	-0.749295 (0.16216)	-0.264286 (0.17414)	-0.739522 (0.75410)
CointEq2	-0.168862 (0.04499)	-0.088737 (0.04832)	0.248863 (0.20922)
CointEq3	-0.023788 (0.04190)	0.041555 (0.04500)	-0.714983 (0.19486)
D(NPL(-1))	0.096078 (0.14764)	0.389052** (0.15855)	0.080880 (0.68659)
D(INF(-1))	0.292840* (0.15796)	0.254880 (0.16963)	1.396215* (0.73456)

D(MNG_GDP_G(-1))	0.008832 (0.03390)	0.025412 (0.03641)	0.196990 (0.15766)
D(CRD_G(-1))	0.038139 (0.06626)	0.106097 (0.07115)	-0.423728 (0.30811)
D(PP(-1))	0.003649 (0.00875)	0.007435 (0.00940)	-0.030330 (0.04069)
D(R(-1))	0.174352 (0.24769)	0.356352 (0.26600)	-1.315104 (1.15185)
D(COM_INDEX(-1))	0.006802 (0.00625)	0.019030*** (0.00671)	-0.018379 (0.02905)
D(CHN_GDP_G(-1))	0.109755 (0.09519)	-0.202341 (0.10222)	0.321738 (0.44265)
Const	0.107721 (0.11515)	0.014675 (0.12365)	0.049913 (0.53547)
AR²	0.281920	0.323518	0.279383
ТҮҮВРИЙН ТОО	46	46	46

Тайлбар: - Хаалтанд тухайн коэффициентийн стандарт алдааг бичив.

- *, **, *** харгалзан 10 хувь, 5 хувь, 1 хувийн ач холбогдлын түвшинд харгалзах коэффициентийг илэрхийлнэ.

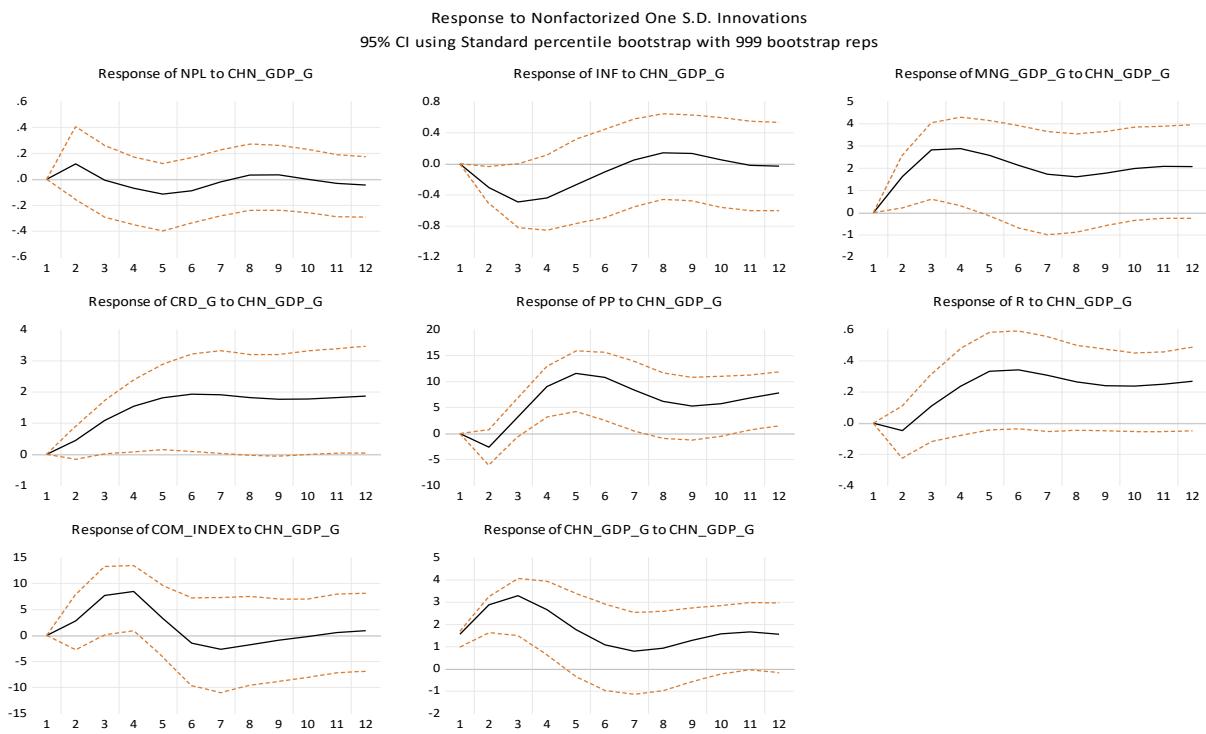
Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол, 2021

Хүснэгт IV-6-д VEC загварын үнэлгээний үр дүнг харууллаа. Урт хугацаанд нийт зээлийн үлдэгдлийн өсөлт, макро зохистой бодлогын индекс, бодлогын хүү, эрдэс бүтээгдэхүүний үнийн индексийн өсөлт нь чанаргүй зээлд нөлөөтэй байна. Тухайлбал, урт хугацаанд нийт зээлийн үлдэгдлийн өсөлт нэмэгдэх, макро зохистой бодлогын индекс чангерах, бодлогын хүү өсөх, эрдэс бүтээгдэхүүний үнийн индексийн өсөлт нэмэгдэх нь чанаргүй зээлийг бууруулна. Харин богино хугацаанд инфляц нэмэгдэх нь чанаргүй зээлийг өсгөж байна. Урт хугацаанд Хятадын эдийн засаг өсөх нь инфляцыг нэмэгдүүлэх ба богино хугацаанд эрдэс бүтээгдэхүүний үнэ өсөх нь инфляцыг өсгөх шалтгаан болж байна. Бусад хүчин зүйл тогтмол байхад богино хугацаанд эрдэс бүтээгдэхүүний үнэ 1 нэгж хувиар өсөхөд инфляцыг 0.019 хувиар нэмэгдүүлнэ. Урт хугацаанд Хятадын эдийн засгийн өсөлт нь Монголын эдийн засгийг өсгөж байна.

2.1.1 Хариу үйлдлийн функц

Вектор алдааг засварлах загварын хариу үйлдлийн шинжилгээгээр Хятадын эдийн засгийн өсөлтийн мөн Хятадын эдийн засгийн бууралтын шок өгөх, уг бууралт дээр нэмээд мөнгөний бодлого, макро зохистой бодлогыг супруулах шок өгөхөд системийн үзүүлэх хариу үйлдлийг харуулна.

Зураг 0-1 Хятадын эдийн засгийн өсөлтийн шоконд хувьсагчдын үзүүлэх хариу үйлдэл

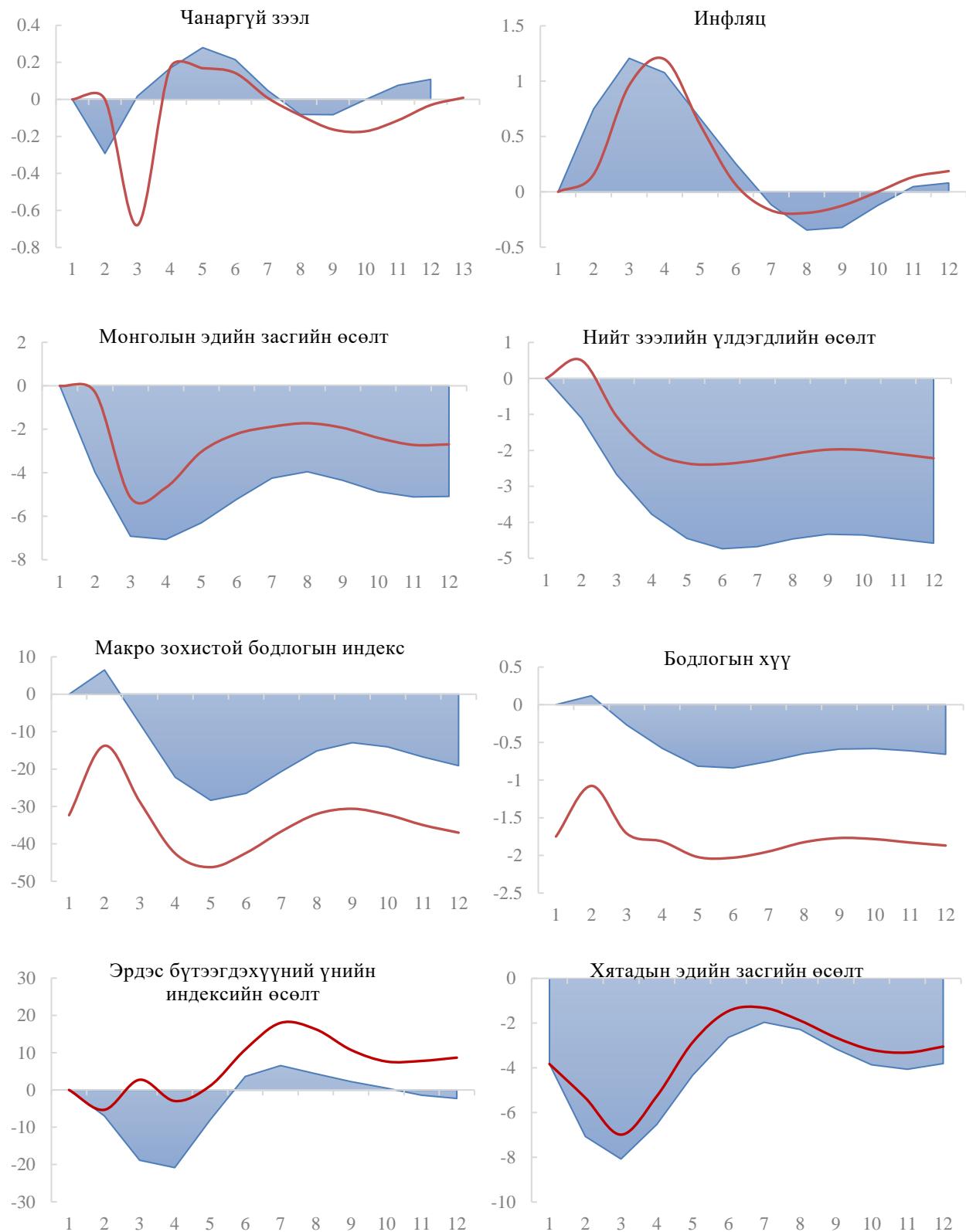


Тайлбар: 95 хувийн итгэх интервалд огтлоцноно.

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол, 2021

Зураг IV-10-т үзүүлснээр Хятадын эдийн засагт шок өгөхөд 1.6 функтээр (1 нэгж хувийн өсөлт) өсч эхэлнэ. Энэ нь 3 сар буюу 1 улирал орчим хадгалагдаж, эдийн засаг нь өсч байна. Хятадын эдийн засгийн энэ нөлөө эрдэс бүтээгдэхүүний үнийн индексийг 1 улирал гаран өсгөх ба 4 сарын дараа нөлөө нь хамгийн их түвшин болох 8.5 хувиар өснэ. Уг нөлөөнөөс үүдээд бодлого боловсруулагчид бодлогын хүүгээ Хятадын эдийн засаг өссөнөөс хойш 1 сарын дараагаас нэмэгдүүлэх төлөвтэй байна. Үүнтэй хамт макро зохицой бодлогоо чангальж буй дүр зураг ажиглагдаж байгаа юм. Үүнээс болоод олгогдож байсан зээлийн инерц хадгалагдаж байгаад мөнгөний болон макро зохицой бодлогууд үр дүндээ хүрснээс хойш зээлийн өсөлт саармагжина. Гэсэн хэдий ч маш багаар саармагжиж буйг онцлох нь зүйтэй. Тухайн оны 2 сард авч хэрэгжүүлсэн бодлогын арга хэмжээ нь 2 сарын дараагаас буюу 4 сард эдийн засагтаа очиж нөлөөлж байна. Харин инфляциад шууд бууруулах нөлөө үзүүлж байгаа ба хамгийн ихдээ 0.49 хувиар унасны дараа буцаад өсөх төлөвтэй болж байгаа юм. Чанаргүй зээлийн хувьд эхний 1 сар өсөөд бууж байна. Түүнчлэн үүнээс Хятадын эдийн засгийн өсөлт, эрдэс бүтээгдэхүүний үнийн өсөлтөөс Монголын эдийн засгийн өсөлт шууд хамаардаг болохыг харж болохоор байна.

Зураг 0-2 Хятадын эдийн засгийн бууралт, бодлогын хүү, макро зохицтой бодлогыг сулруулах шоконд хувьсагчдын узүүлэх хариу үйлдэл



Тайлбар: Сүүдэрлэсэн хэсэг нь суурь загвар буюу Хятадын эдийн засаг унасан нөхцөлд мөнгөний бодлого дээр ямар ч бодлого хэрэгжүүлэгүйгээр инерцээр нь явуулах хариу үйлдлийг харуулна. Харин шулуун график нь Хятадын эдийн засаг унахад мөнгөний болон макро зохицтой бодлогыг хэрэгжүүлсэн загварын хариу үйлдлийг харуулна.

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол, 2021

Суурь загварын хувьд Хятадын эдийн засгийг 1 стандарт алдаагаар буюу 3.829-өөр унагаахад энэ нь тодорхой 2, 3 сарын дотор инерцээрээ унана. Тэр нь эрдэс бүтээгдэхүүний үнийг яг дагаж унагаах ба нөлөө нь 4 сарын турш хадгалагдаж байна. Хятадын эдийн засгийн өсөлт удааширч буй учир манай улс бодлогын хүүгээ мөн макро зохистой бодлогоо 1 сарын дараагаас сулруулж байна. Өөрөөр хэлбэл, эдийн засгаа дэмжих бодлого явуулах юм. Макро зохистой бодлого 3 сарын дараа, мөнгөний бодлогын хүү 4 сарын дараа үр дүндээ хүрч байна. Бодлогыг сулруулснаас хойш 5 сар орчмын дараагаас зээл өсөлтөн дээр нөлөө нь гарч ирж байна. Энэхүү дүр зураг нь 2020 оны Ковидын үеийн нөлөөлөлтэй ижил байна. Тухайлбал, Хятадын эдийн засгийн өсөлт нь 2020 оны эхний улиралд 6.8 хувиар унасан бөгөөд 2020 оны 3 сараас эхлэн Монголбанк нь хүүний коридорын өргөнийг бодлогын хүүнээс +1/-1 өргөнтэй болгож, 4 удаа бодлогын хүүгээ бууруулан 6 хувьд хүргэсэн ба төгрөгийн заавал байлгах нөөцийн хувь хэмжээг 2 удаа бууруулан 6 хувь болгож нийт эдийн засгаа дэмжих бодлого явуулсан хэдий ч зээлийн өсөлтөн дээр тийм ч хүчтэй нөлөө бий болохгүй байгааг энэхүү хариу үлдлийн графикаас харж болж байна. Хятадын эдийн засгийн бууралтын хариуд манай эдийн засаг эхний улиралд хүчтэй унаад дараагийн улирлууддаа харьцангуй өсч байна. Эдийн засгийн өсөлт буурч байгаагаас үүдэн инфляцијаар саарна. Чанаргүй зээлийн хувьд өссөн дүр зураг ажиглагдаж байна.

Харин өргөтгөсөн загварт 1 стандарт алдаагаар буюу Хятадын эдийн засгийг 3.829-өөр унагаан, бодлогын хүүг 1.749-аар, макро зохистой бодлогыг -32.3-аар сулруулах нөлөөг авч үзлээ. Энэ нь суурь загвараас ялгаатай нь Хятадын эдийн засгийн бууралтаас үүдэн эдийн засгийг инерцээр нь явуулалгүй, дагаж бодлого явуулах явдал юм. Хятадын эдийн засаг 3 сар орчим унах бөгөөд эрдэс бүтээгдэхүүний үнэ Хятадын эдийн засгийн өсөлтийг дагаад 1 сарын дараагаас өсөхөөр байна. Хятадын эдийн засгийн бууралтаас хойш 1 сарын дараа буюу тухайн оны 2 сараас бодлогын хүү, макро зохистой бодлогыг суллана. Инерцээр нь явуулалгүй дагаж бодлого явуулсны хүчинд зээлийн өсөлтөд арай илүү нөлөө оруулсан байна. Үүнээс шалтгаалаад эдийн засгийн өсөлт суурь загвартай харьцуулахад арай хурдан болсон байна. Инфляцијын хувьд эдийн засгийн өсөлтөөс үүдэн алгуур өсөх ба энэ нь тодорхой хэмжээнд чанаргүй зээлийг бууруулах нөлөөтэй байна.

Дүгнэн хэлэхэд, энэхүү өргөтгөсөн загвар нь 2020 онд хэрэгжүүлсэн мөнгөний болон макро зохистой бодлого эдийн засагт үр нөлөө үзүүлж чадсан эсэхийг харуулж буй бөгөөд Хятадын эдийн засгийн бууралтын нөлөө явагдахад мөнгөний болон макро зохистой бодлогыг сулруулсан нь суурь загвартай харьцуулахад нийт зээлийн үлдэгдлийн өсөлтийг бий болгоход тодорхой нөлөө үзүүлж чадсан байна. Энэ нь улмаар Монголын эдийн засгийн өсөлтийг нэмэгдүүлж, инфляцијыг алгуур өсгөн чанаргүй зээлийг мөн бууруулжээ. Түүнчлэн мөнгөний бодлогыг сулруулахад (чангарауулахад), макро зохистой бодлогын индекс мөн ижил чиглэлээр өөрчлөгдөж байсан ба макро зохистой бодлогын шок нь мөнгөний шоктой ижил төстэйгээр эдийн засгийн өсөлт, инфляцијаар буюу үнийн түвшин, нийт зээлийн үлдэгдлийн хэмжээнд нөлөөлж байна. Тус хоёр бодлогыг хослуулан идэвхтэй ашиглах нь макро эдийн засгийн үр нөлөөнд эрэггээр нөлөөлж буй үр дүнг үзүүлжээ.

ДҮГНЭЛТ, САНАЛ ЗӨВЛӨМЖ

2018 оны 1 сараас хойш макро зохистой бодлогыг мөнгөний бодлоготой хослуулж хэрэглэсэн ба 2017 оныг суурилан тухайн үеэс хойш ямар өөрчлөлтүүд гараад буйг шинжлэх үүднээс тус судалгааг хийсэн билээ. Мөнгөний болон макро зохистой бодлогын үр нөлөөг судалснаар дараах нэгдсэн үр дүн ажиглагдаж байна. Үүнд:

- Хятадын эдийн засгийн өсөлт нь 2020 оны эхний улиралд 6.8 хувиар унасан бөгөөд 2020 оны 3 сараас эхлэн Монголбанк нь хүүний коридорын өргөнийг бодлогын хүүнээс +1/-1 өргөнтэй болгож, 4 удаа бодлогын хүүгээ бууруулан 6 хувьд хүргэсэн ба төгрөгийн заавал байлгах нөөцийн хувь хэмжээг 2 удаа бууруулан 6 хувь болгож нийт эдийн засгаа дэмжих бодлого явуулсан ба хариу үйлдлийн функцээс харахад Хятадын эдийн засгийн бууралтын нөлөө явагдахад мөнгөний болон макро зохистой бодлогыг сулруулсан нь нийт зээлийн үлдэгдлийн өсөлтийг бий болгоход тодорхой нөлөө үзүүлж чадсан байна. Энэ нь улмаар Монголын эдийн засгийн өсөлтийг нэмэгдүүлж, инфляцыг алгуур өсгөн чанаргүй зээлийг мөн бууруулжээ.
- Мөнгөний бодлогыг сулруулахад (чангараулахад), макро зохистой бодлогын индекс мөн ижил чиглэлээр өөрчлөгдөж байсан ба макро зохистой бодлогын шок нь мөнгөний шоктой ижил төстэйгээр эдийн засгийн өсөлт, инфляц буюу үнийн түвшин, нийт зээлийн үлдэгдлийн хэмжээнд нөлөөлж байна. Тус хоёр бодлогыг хослуулан идэвхтэй ашиглах нь макро эдийн засгийн үр нөлөөнд эерэгээр нөлөөлж буй үр дүнг үзүүлжээ.

НОМ ЗҮЙ

Enders, W. (1995). *Applied Econometric Times Series*.

Engle, R. F., & Granger, C. W. (1987). Co-Integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing. *Econometrica*, 55(2), 251-276. doi:10.2307/1913236

Friedman, B. M. (2001). Monetary Policy. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. doi:10.1016/B0-08-043076-7/02257-9

Jenkin, G. (2015 оны 9 дугаар сар). Determinants of GDP: A VECM Forecasting and Granger Causality Analysis for Eight European Countries - MLitt Thesis. doi:10.13140/RG.2.1.1420.8480

Johansen, S. (1995). *Likelihood-based Inference in Cointegrated Vector Autoregressive Models*. Oxford University Press.

Kuttner, K. N., & Shim, I. (2016). Can non-interest rate policies stabilize housing markets? Evidence from a panel of 57 economies. *BIS working papers*, 433, 31–44. <https://www.bis.org/publ/work433.pdf>-ээс Гаргасан

Nier, E., & Kang, H. (2016). *Monetary and macroprudential policies – exploring interactions*. <https://www.bis.org/publ/bppdf/bispap86e.pdf>-ээс Гаргасан

Rey, H. (2015). Dilemma not Trilemma: The Global Financial Cycle and Monetary Policy Independence. *NBER working paper*, 21162. doi:10.3386/w21162

ОУВС. (2012). The interaction of monetary and macroprudential policies—background paper. <https://www.imf.org/external/np/pp/eng/2013/012713.pdf>-ээс Гаргасан

ОУВС. (2013). Key aspects of macroprudential policies. <https://www.imf.org/external/np/pp/eng/2013/061013b.pdf>-ээс Гаргасан

Эрдэнэбат, Б. (2017). Коинтеграц загварчлал. *Хугацаан цуваан эконометрик* (хуудсд. 158-159).-Д Адмон.

ЭДИЙН ЗАСГИЙН САЛБАРЫН ЦАР ТАХЛЫН НӨЛӨӨЛЛИЙН ШИНЖИЛГЭЭ

СЭЗИС-ийн оюутан Б.Сайханбилэг

ХУРААНГУЙ

Сэдвийн нэр: “Монгол улсын салбаруудын гарцаад цар тахлын нөлөөллийн шинжилгээ”

Товч танилцуулга: Корона вируст цар тахал дэлхий дахинд дэгдснээр бүхий л улс орны нийгэм, эдийн засагт гэнэтийн нөлөө үзүүлсэн. 2021 оны 5-р сарын байдлаар Монгол улсад нийт 44,000 халдварын тохиолдол бүртгэгдсэн ба нийгмийн бүхий л секторт нөлөөлж, эерэг болон сөрөг нөлөө үзүүлсээр байна. Гагцхүү аль салбарт ямар нөлөө үзүүлж буй нь тодорхой бус байна. Иймд энэхүү тодорхой бус байдлыг багасгах зорилгоор Монгол улсын салбаруудын гарцаад энэхүү цар тахал хэрхэн нөлөөлж буйг судалсан юм. Өөрөөр хэлбэл эдийн засагт үүсэж буй тодорхой бус байдлыг судалснаар бид бодлогын зохистой хариу арга хэмжээ авч, энэхүү цар тахлын үүсгэж буй эдийн засгийн хямралыг хурдан хугацаанд даван туулах билээ. Иймд энэхүү судалгааны ажлын хүрээнд эдийн засгийн салбаруудын гарцын өөрчлөлтийг тодорхойлж, Монгол улсын засгийн газрын цар тахлын эсрэг хариу арга хэмжээг үнэлэх, сангийн бодлогын үр нөлөөг тодорхойлж, цаашид хэрэгжүүлж болох макро орчны бодлогын санал, зөвлөмж дэвшүүлэх юм.

Эдийн засгийн бүтээлийн сэтгүүлийн ангиллын индекс: L11, E300

Түлхүүр үгс: Эрэлт, нийлүүлэлт, эдийн засгийн хямрал, сангийн бодлого, макроэкономикс,

ОРШИЛ

Судалгааны үндэслэл

Үндэслэл 1. Монгол улсын засгийн газар цар тахлаас урьдчилан сэргийлэхийн тулд гаргаж буй шийдвэрүүд эдийн засагт эрэлт, нийлүүлэлтийн хосолмол шокыг бий болгож байна Зөвхөн эрэлтийн бодлого хэрэгжүүлэх нь эдийн засгийг сэргээхэд учир дутагдалтай байна. Иймд нийлүүлэлтийн шокийг бүрэн судалж, нийлүүлэлт буюу салбарын гарцаад хэрхэн нөлөөлж буйг судлах нь чухал ач холбогдолтой байна. Энэхүү судалгааг хийснээр салбарын гарц хэрхэн өөрчлөгдсөнийг тооцоолох ба Монгол улсын салбарын бүтцийн өөрчлөлтийг бүрэн тодорхойлно. Улмаар эдийн засгийг сэргээх зохистой бодлогын санал дэвшүүлэх боломжтой билээ.

Үндэслэл 2. Хөл хорионос шалтгаалан хохирсон салбар, ААН-үүд рүү чиглэсэн оновчтой зөв бодлого явуулах шаардлагатай байна. Иймд вируст халдварт гараагүй байсан үеийн салбарын бүтэц хадгалагдаж байсан гэх урьдач нөхцөл дэвшүүлж, Монгол улсын эдийн засгийн салбар бүрийн гарцыг таамаглаж, харьцуулан шинжлэх шаардлагатай байна. Энэхүү макро орчны шинжилгээг хийж зохистой бодлогын санал, зөвлөмж гаргах нь чухал ач холбогдолтой байна.

Монгол улсын эдийн засгийн статистик мэдээлэлд: Монгол улсын эдийн засаг, нийгмийн өнөөгийн байдал статистик мэдээлэлд 2020 онд ДНБ 5.3 хувиар буурч, аж үйлдвэрийн салбарын гарц 1.1 хувиар буурч, уул уурхайн салбарын гарц 9.4 хувиар буурч, үйлчилгээний салбарын гарц 7.1 хувиар буурсан байна. Иймд энэхүү эдийн засгийн уналтыг корона вирусын шокын нөлөө гэж үзэж байгаа ба засгийн газар хөл хорио тогтоож, Монгол улсын хил хаагдснаар голлох салбаруудын хямралын үндэс болж байна. (УСХ, Корона вирус ба эдийн засаг 10-р сар, 2020) Дээрх хоёр судалгааны үндэслэлийн хүрээнд Монгол улсын сүүлийн үеийн статистик мэдээлэлийг ашиглан дүгнэхэд энэхүү судалгаа өндөр ач холбогдолтой судлагаа болж байна.

Судалгааны зорилго, зорилт

Цар тахал Монгол улсын эдийн засгийн салбаруудын гарцаад нөлөөлөх нөлөөллийг шинжлэхэд уг судалгааны ажлын гол зорилго оршино. Мөн ойрын ирээдүйид тухайн салбаруудын өөрчлөлтийг таамаглахад энэхүү судалгааны зорилго чиглэж байна. Үүний үр дүнд эдийн засгийн тодорхой бус байдлыг бууруулах ба эдийн засгийн салбарууд руу чиглэсэн бодлого боловсруулахад шаардлагатай мэдээлэл, судалгааг бэлтгэх нь энэхүү судалгааны гол зорилго болж байна. Энэхүү зорилгодоо хүрэхийн тулд дараах зорилтуудыг дэвшүүлж байна. Үүнд:

- Судалгааны асуудлын харьялагдах судалгааны талбарыг бүхэлд нь судлан, судалгааны аргазүй, судалгаанд ашиглагдсан өгөгдлийн талаар судлах:
- Судалгаа хийх аргазүйг судалж бүрэн танилцах:
- Цар тахал эдийн засагт үзүүлж буй нөлөөг судлах, шинжилгээ хийх:
- Шинжилгээнээс гарсан үр дүнг нэгтгэж, ач холбогдолтой санал хүсэлт гаргаж, бодлогын зөвлөмж бэлтгэх:
- Судалгааны ажлийг нэгтгэн дуусгах:

Судалгааны объект

Тус судалгаа нь Монгол улсын эдийн засгийн бүх салбаруудыг хамарна.

Судалгааны арга зүй

Энэхүү судалгаанд “Орц-гарцын шинжилгээ”-ны аргазүйг ашиглана. Үндэсний статистикийн хорооны “Салбар хоорондын тэнцэл”-г ашиглаж орц гарцын шинжилгээ хийж эдийн засгийн салбаруудын гарцын өөрчлөлтийг тооцоолноно.

Судалгааны таамаглал

Тус судалгааны ажлын хүрээнд дараах таамаглалуудыг дэвшүүлж байна. Үүнд:

Таамаглал 1. Цар тахлаас шалтгаалан эдийн засаг хямарсан.

Хэрэв вируст халдварт гараагүй байсан бол 2020 онд Монгол улсын эдийн засгийн өсөлт 6.3% (АХБ, 2019) гэж таамаглаж байсан бол вируст халдварт дэлхий дахинд тархаж, хатуу хөл хорио тогтоосноор эдийн засгийн өсөлт 2020 оны эхний 9 сарын байдлаар -7.3% (YCX, Үндэсний тооцоо, 2019) байна. Иймд энэхүү вируст тахлаас шалтгаалж эдийн засаг агшссан гэж таамаглаж байна.

Таамаглал 2. Эдийн засгийн салбаруудын гарц буюу нийт бүтээгдэхүүнд цар тахал сөргөөр нөлөөлсөн

Монгол улсын голлох салбар болох уул уурхайн салбарын эдийн засаг 20,7% буурсан, аж үйлдвэр, барилгын салбарын эдийн засаг 5.2% буурсан. (YCX, Корона вирус ба эдийн засаг 10-р сар, 2020) Иймд үйлчилгээний болон бусад салбарууд цар тахлын гэнэтийн шокд өртөж, эдийн засгийн салбаруудын гарцад сөргөөр нөлөөлсөн. Үүнд хөл хорио болон хил хаасан үйл явлууд хамгийн их нөлөөлсөн гэж таамаглаж байна.

Таамаглал 3. Засгийн газрын цар тахлын эсрэг авч буй хариу арга хэмжээ эдийн засгийг дэмжиж, ДНБ-д 4-6 хувийн өсөлтийн нөлөө үзүүлсэн.

Монгол улсын засгийн газрын цар тахлын эсрэг авч буй бодлогын хариу арга хэмжээний хүрээнд хүүхдийн мөнгөн тэтгэмжийг ихэсгэх, НДШ-с чөлөөлөх, татвар болон зээлийн хөнгөлөлт үзүүлэх

шийдвэрүүд багтаж байна. Энэхүү шийдвэрүүд нь энэхүү цар тахлын үед хохирсон салбарууд руу чиглэж эдийн засагт дэмжлэг үзүүлсэн гэж таамаглаж байна.

Судалгааны ажлын практик ач холбогдол

Тус судалгааны үр дүнд үндэслэн цаашид хөл хорио тогтооход эдийн засагт учрах хохирлын хэмжээг бүрэн тооцоолж чадах ба эдийн засгийн голлох салбарыг тодорхойлж, тухайн салбарыг дэмжих бодлого хэрэгжүүлж чадах юм.

Судалгааны ажлын бүтэц

Тус судалгааны ажлын эхний бүлэгт цар тахлын эдийн засагт нөлөөлөх нөлөөллийг судлах арга, арга зүйг дэлгэрэнгүй авч үзлээ. Хоёр дугаар бүлэгт цар тахлын эдийн засагт нөлөөлөх нөллөөллийг тодорхойлж, үр дүнг нэгтгэн харууллаа. Сүүлийн хэсэгт судалгааны үр дүнг дүгнэн, өөрийн саналаа дэвшүүллээ.

I БҮЛЭГ. СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

Уг бүлэгт Монгол улсын засгийн газар цар тахлын эсрэг авч буй арга хэмжээ эдийн засгийн салбаруудын гарцад хэрхэн нөлөөлж буйг судлах шинжилгээний гол аргазүйн талаар дэлгэрэнгүй тайлбарлана. Өөрөөр хэлбэл “Орц-гарцын шинжилгээ”-ний аргазүйн талаар дэлгэрэнгүй авч үзнэ.

1.1 “Салбар хоорондын тэнцлийн шинжилгээ”.

Энэхүү судалгаанд “Орц-гарц”-ын хүснэгтийн шинжилгээний (Input-output analysis) арга зүйг ашиглана. Салбар хоорондын тэнцлийн шинжилгээ нь улс орны эдийн засгийн тэнцвэрт харьцаа, эдийн засгийн салбарын бүтэц, тэдгээрийн харилцан нөлөөлөл, тэргүүлэх салбаруудын гүйцэтгэж буй үүрэг; хөрөнгийн хуримтлал, экспорт, импортын бүтэц зэрэг эдийн засгийн хөгжлийн үндсэн асуудалд макро түвшинд үнэлгээ өгөхөд чиглэдэг. Салбар хоорондын тэнцлийн практикт хамгийн нийтлэг ашигладаг хэрэглээ нь орц-гарцын загвар бөгөөд энэ нь нээлттэй статик Леонтьевийн загвар юм. Бодлого боловсруулагчид уг тэнцэл, түүнд хийсэн дүн шинжилгээний үр дүнг эдийн засаг, нийгмийн хөгжлийн бодлого тодорхойлох, хэтийн төлөв, прогноз, чиг хандлагыг боловсруулахад суурь мэдээлэл болгон ашигладаг. (YCX, Салбар хоорондын тэнцлийн үр дүнг шинжилгээ, судалгаанд ашиглах нь)

“Салбар хоорондын тэнцлийн дэлгэрэнгүй шинжилгээ 2010-2015”-нд (YCX-н Ц.Тэгшжаргал, YХГ-н Г.Цэнд-Аюуш, 2017) салбар хоорондын тэнцлийг дараах байдлаар томьёоллыг дурьджээ. Салбар хоорондын тэнцэл нь эдийн засгийн салбарууд хоорондын орц гарцын харилцан хамаарлыг мөнгөн дүнгээр илэрхийлэн харуулдаг. Тухайн салбарын түүхий эдийн эрэлт хэр ир байгаа нь тухайн салбарын үйлдвэрлэлтэй нягт уялдаатай байдаг. Жишээ нь боловсруулах салбарын арьс, ширний эрэлт хичнээн тооны арьсан болон ширэн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэхтэй шууд хамааралтай.

Салбар хоорондын тэнцэл нь гурван квадрантаас бүрдэж байна.

1. Завсрын хэрэглээ (I квадрант)
2. Эцсийн эрэлт (II квадрант)
3. Нэмүү өртөг (III квадрант)

1.2 СХТ-н томьёолол

I квадрант буюу завсрын хэрэглээ: Энэхүү квадрант нь СХТ-н гол хэсэг бөгөөд нийт эдийн засаг дахь салбар хоорондын харилцааг, тухайлбал салбар хоорондын орц, гарц буюу үйлдвэрлэлийн хэлхээ холбоог харуулдаг. Өөрөөр хэлбэл, тухайн квадрантад тусгасан бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний зардал нь тухайн үйлдвэрлэлийн салбарын хувьд зах зээлд борлуулсан эцсийн бүтээгдэхүүн хэдий ч эдийн засгийн хувьд авч үзвэл завсрын хэрэглээ юм. Уг квадрантын баганаар үйлдвэрлэгч салбаруудын хэрэглээг, мөрөөр салбаруудын үйлдвэрлэлийг харуулдаг. Үүнийг математик хэлбэрт оруулан бичвэл:

Зураг 1 Салбар хоорондын тэнцлийн бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний урсгал

		Худалдан авагч салбар				
		1 ... i ... n				
	1	z ₁₁ ... z _{1j} ... z _{1n}				
<i>Нийлүүлэгч салбар</i>	:		:	:	:	
	i	z _{i1}	...	z _{ij}	...	z _{in}
	:		:	:	:	
	n	z _{n1}	...	z _{nj}	...	z _{nn}

Эдийн засагт n салбар байх бөгөөд нэг салбарын гарц нь нөгөө салбарын орц байх тул салбар тус бүрийн орц гарцыг Z_{ij} – р тэмдэглэдэг. Өөрөөр хэлбэл, тус квадрантын баганаар тухайн салбарын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг үйлдвэрлэхэд бусад салбараас авч ашигласан орц буюу зардлыг илэрхийлдэг. Харин мөрөөр тухайн салбарын бусад салбарт бүтээгдэхүүн, үйлчилгээгээ түүхий эд байдлаар бэлтгэн нийлүүлсэн гарц буюу худалдан авалтыг илэрхийлдэг. Салбарууд бие биенээ бүтээгдэхүүн, үйлчилгээгээр хангаж, үйлдвэрлэл явуулахаас гадна импортоор бүтээгдэхүүн үйчилгээ худалдан авч болно. Салбар хоорондын тэнцэлд импортыг хоёр аргаар тусгаж болдог.

Үүнд

- Импортын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг дотоодын үйлдвэрлэл, эцсийн хэрэглээнд ашигласан хэсгээс нь салгаж бүртгэх арга.
- Импортын бүтээгдэхүүн үйлчилгээг дотоодын үйлдвэрлэлд ашиглагдах хэсгийг орц болгон завсрын хэрэглээ, эцсийн хэрэглээнд бүртгээд импортыг сөрөг тэмдэгтэйгээр баганад бүртгэх арга.

Импортыг m гэж өрөнхий тэмдэглэвэл эхний хоёр салбарын импортыг m_1 болон m_2 гэж тэмдэглэдэг.

II квадрант буюу эцсийн эрэлт: Эдийн засагт салбарууп бие биендээ эрэлт үүсгэхээс гадна тэдгээрийн үйлдвэрлэсэн бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг худалдан авагчид буюу өрх, засгийн газар болон гадаад худалдаагаар дамжуулан эрэлт үүсгэдэг. Өрх, засгийн газар болон гадны орнуудын бүтээгдэхүүн үйлчилгээний эрэлтийг эцсийн эрэлт гэж нэрлэх ба загварт экзоген байдлаар тусгадаг. Эцсийн хэрэглээг f -р тэмдэглэдэг. Эцсийн хэрэглээ нь өрхийн хэрэглээ (C), хөрөнгийн хуримтлал (I), засгийн газрын хэрэглээ (G) болон экспорт (E) гэсэн хэсгээс бүрддэг. Үүнийг математик хэлбэрт оруулан бичвэл:

$$f_i = C_i + I_i + G_i + E_i \quad [1]$$

III квадрант буюу нэмүү өртөг: Энэ квадрантад шинээр бий болсон нэмүү өртгийг (V) бүрдүүлэгч орлогын төрлүүдийг авч үздэг. Өөрөөр хэлбэл, тус квадрантад ажилчдын цалин хөлс

(L), үндсэн хөрөнгийн элэгдэл, үйлдвэрлэлийн бусад цэвэр татвар, импорт (M), үйл ажиллагааны цэвэр холимог орлог зэрэг багтдаг. Ажилчдын цалин хөлснөөс бусад нэмүү өртгийг (N) – р тэмдэглэж салбарын хувьд нэмүү өртгийг томъёолбол:

$$V_i = M_i + L_i + N_i \quad [2]$$

CXT-г дээрх 3 квадрантаар, 2 салбарын хувьд схемчилбэл:

Хүснэгт 1 CXT-н орц-гарцын схем, 2 салбартай тэнцэл

		Завсрыйн хэрэглээ 1 2	Эцсийн эрэлт	Нийт хэрэглээ
Бараа үйлчилгээ	1 2	z_{11} z_{21}	z_{12} z_{22}	$c_1 \quad i_1 \quad g_1 \quad e_1$ $c_2 \quad i_2 \quad g_2 \quad e_2$
Нэмүү өртөг	Импорт	m_1	m_2	
	Ажилчдын цалин	l_1	l_2	
	Бусад	n_1	n_2	
Нийт үйлдвэрлэл		x_1	x_2	

Тухайн салбарын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг хэдий хэмжээний өртөг зардалтай үйлдвэрлэж буйг I, III квадрант харуулана. Нийт үйлдвэрлэл болон импорт нь салбаруудын нийт нөөцийг илэрхийлнэ. Харин эдгээр бүтээгдэхүүнийг хаана, юунд зориулж зарцуулсан гэдгийг I, II квадрантад тусгадаг. Иймд квадрантууд нь бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг завсрыйн, эцсийн буюу өрхийн хэрэглээ, хуримтлал, гадаад зах зээлд гэх зэргээр ашиглалтын сувгуудаар харуулдаг. Тухайн эдийн засгийн салбар бүрийн ашигласан нөөц буюу нийт үйлдвэрлэл нь хуваарилсан нөөцтэй буюу нийт хэрэглээтэй тэнцүү байна.

1.3 CXT ба Орц-гарцын загвар

Салбар хоорондын тэнцлийн шинжилгээ нь салбар хоорондын холбоог харуулдаг. Тухайн салбарын нийт үйлдвэрлэлийг x_i -р, тус салбарын эцсийн эрэлтийг f_i -р тэмдэглэвэл i дугаар салбарын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний үйлдвэрлэлийг дараах байдлаар илэрхийлдэг.

$$x_i = z_{i1} + \dots + z_{ij} + \dots + z_{in} + f_i = \sum_{j=1}^n z_{ij} + f_i \quad [3]$$

Үүнд: z_{ij} – i дугаар салбарын бусад j салбарт нийлүүлж буй бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний үйлдвэрлэл болно.

Эдийн засгийг n салбарт хуваагддаг гэж үзвэл 3-р тэгшитгэлийг дараах хэлбэрт оруулан бичиж болно:

$$x_1 = z_{11} + \dots + z_{1j} + \dots + z_{1n} + f_1$$

...

$$x_i = z_{i1} + \dots + z_{ij} + \dots + z_{in} + f_i \quad [4]$$

...

$$x_n = z_{n1} + \dots + z_{nj} + \dots + z_{nn} + f_n$$

CXT-н шинжилгээнд техникийн коэффициент буюу орцын коэффициентийг тодорхойлж, ашигладаг. Тодруулбал z_{ij} -р өнгөрсөн жилийн арьс ширэн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн салбарыг (j) -р, арьс, ширний хэрэглээг (i) -р, арьс ширэн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн салбарын нийт үйлдвэрлэлийг (x_j) -р тус тус тэмдэглэвэл орцын коэффициентийг дараах байдлаар томъёолно:

$$a_{ij} = \frac{z_{ij}}{x_j} = \frac{\text{тайлант хугацааны арьс, ширний хэрэглээ}}{\text{тайлант хугацааны арьс, ширэн бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэл}} \quad [5]$$

Үүнд: a_{ij} – Арьс, ширэн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийн салбарын нэг төгрөгийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэхэд ХАА-н салбараас хичнээн төгрөгийн арьс, шир шаардлагатай болохыг харуулж байна.

5-р тэгшитгэлийн орцын коэффициентыг $a_{ij}x_j = z_{ij}$ хэлбэрт бичиж болно. Үүнийг 4-р тэгшитгэлд орлуулан бичвэл дараах хэлбэртэй бичигдэнэ:

$$\begin{aligned} x_1 &= a_{11}x_1 + \cdots + a_{1i}x_i + \cdots + a_{1n}x_n + f_1 \\ &\dots \\ x_i &= a_{i1}x_1 + \cdots + a_{ii}x_i + \cdots + a_{in}x_n + f_i \\ &\dots \\ x_n &= a_{n1}x_1 + \cdots + a_{ni}x_i + \cdots + a_{nn}x_n + f_n \end{aligned} \quad [6]$$

Дээрх тэгшитгэлүүдийн f_i -г баруун талд нь ялгаж бичвэл:

$$\begin{aligned} x_1 - a_{11}x_1 - \cdots - a_{1i}x_i - \cdots - a_{1n}x_n &= f_1 \\ &\dots \\ x_i - a_{i1}x_1 - \cdots - a_{ii}x_i - \cdots - a_{in}x_n &= f_i \\ &\dots \\ x_n - a_{n1}x_1 - \cdots - a_{ni}x_i - \cdots - a_{nn}x_n &= f_n \end{aligned}$$

Дээрх тэгшитгэлүүдийн x_i -уудыг хаалтанд оруулж эмхэтгэвэл:

$$\begin{aligned} (1 - a_{11})x_1 - \cdots - a_{1i}x_i - \cdots - a_{1n}x_n &= f_1 \\ &\dots \\ -a_{i1}x_1 - \cdots + (1 - a_{ii})x_i - \cdots - a_{in}x_n &= f_i \\ &\dots \\ -a_{n1}x_1 - \cdots - a_{ni}x_i - \cdots + (1 - a_{nn})x_n &= f_n \end{aligned} \quad [7]$$

7-р тэгшитгэлийг матрицаан хэлбэрт оруулан бичихэд $n \times n$ хэмжээстэй I гэх нэгж матриц болон $(I - A)$ матрицыг ашиглан дараах хэлбэртэй бичиж болно:

$$(I - A)x = f \quad [9]$$

Үүнд:

$$I = \begin{bmatrix} 1 & \dots & 0 \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & \dots & 1 \end{bmatrix} \quad (I - A) = \begin{bmatrix} (1 - a_{11}) & -a_{12} & \dots & -a_{1n} \\ -a_{21} & (1 - a_{22}) & \dots & -a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ -a_{n1} & -a_{n2} & \dots & (1 - a_{nn}) \end{bmatrix}$$

9-р тэгшитгэлд дурьдагдсан матриц нь өгөгдсөн f - уудад харгалзах n ширхэг хувьсагчтай шугаман тэгшитгэлийн систем юм. Тэгшитгэлийн системийн шийдтэй байх эсэх нь $(I - A)$ -н урвуу буюу $(I - A)^{-1} = L$ орших эсэхээс хамаарах юм. 9-р тэгшитгэлийн шийд:

$$x = (I - A)^{-1}f = Lf \quad [10]$$

10-р тэгшитгэлийн $(I - A)^{-1} = L$ - ийг Леонтьевийн урвуу буюу бүрэн зардлын матриц гэж нэрлэдэг. Леонтьевийн урвуу матриц:

$$(I - A)^{-1} = I + A + A^2 + A^3 + \dots$$

Үүнд: I – Анхдагч үр нөлөө,

A – Шууд нөлөө,

$A^2 + A^3 + \dots$ – Шууд бус нөлөө.

Өөрөөр хэлбэл, 10-р тэгшитгэлийн бүрэн зардлын матриц нь тухайн салбарын эцсийн бүтээнгдэхүүний нэг нэгжийг үйлдвэрлэхэд салбаруудын бүтээгдэхүүнээс ямар хэмжээтэй орохын заадаг. Мөн шууд нөлөөг эхний шатны үр нөлөө, шууд бус нөлөөг салбарыг дэмжсэн үр нөлөө гэж тайлбарладаг байна.

1.4 Орц-гарцын загварын үргүүлэгчийн шинжилгээ

Льеонтьевийн урвуу матриц болон орцын коэффициентыг ашиглан салбар хоорондын тэнцлийн шинжилгээнд үргүүлэгч тооцож ашигладаг. Үүнд:

- Үйлдвэрлэлийн үргүүлэгч
- Орлогын үргүүлэгч
- Хөдөлмөрийн үргүүлэгч багтдаг.

Үргүүлэгч тус бүрийн хувьд анхдагч болон нийт нөлөөг тооцоход ашигладаг. Мөн шууд болон шууд бус нөлөө ба хэрэглээг дэмжсэн нөлөөг тооцох боломжтой билээ. Үүнд шууд болон шууд бус нөлөө тооцсныг энгийн үргүүлэгч гэдэг. Харин дам нөлөөг хамтад нь тооцсныг нийт үргүүлэгч гэдэг.

Үйлдвэрлэлийн үржүүлэгч: j – р салбарын эцсийн эрэлт нэг төгрөгөөр нэмэгдэхэд түүнийг хангахад шаардлагатай эдийн засгийн бүх салбарын үйлдвэрлэлийг илэрхийлдэг. Тоон жишээ ашиглан эцсийн эрэлтэд гарсан өөрчлөлт үйлдвэрлэлийг хэрхэн нэмэгдүүлэхийг Леонтьевийн урвуу матриц ашиглан тайлбарлавал:

Хялбарчлах үүднээс эдийн засагт 2 салбар байдаг гэж үзэн нийт үйлдвэрлэлийн өөрчлөлтийг 10-р тэгшитгэлийг ашиглан дараах байдаар тодорхойлье.

$$\Delta x(1) = \begin{bmatrix} 1.254 & 0.330 \\ 0.264 & 1.122 \end{bmatrix} \begin{bmatrix} 1 \\ 0 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1.254 \\ 0.264 \end{bmatrix} \quad [11]$$

Энд:

$$A = \begin{bmatrix} 0.15 & 0.25 \\ 0.20 & 0.05 \end{bmatrix} \quad (I - A)^{-1} = L = \begin{bmatrix} 1.254 & 0.330 \\ 0.264 & 1.122 \end{bmatrix} \quad \Delta f(1) = \begin{bmatrix} 1 \\ 0 \end{bmatrix}$$

11-р тэгшитгэлээс $\Delta x(1) = \begin{bmatrix} 1.254 \\ 0.264 \end{bmatrix}$ буюу Леонтьевийн урвуу матрицын эхний багана буюу эдийн засгийн утга нь эхний салбарын эцсийн эрэлт нэг төгрөгөөр нэмэгдэхэд тухайн салбараас 1.254 төгрөгийн, хоёр дугаар салбараас 0.264 төгрөгийн үйлдвэрлэл шаардагдахаар байгааг харуулж байна. Иймд 1-р салбарын үйлдвэрлэлийн үржүүлэгч нь Леонтьевийн урвуу матрицын эхний баганын нийлбэр байна. Бусад салбарын хувьд тухайн салбарт харгалзах баганын нийлбэрээр үйлдвэрлэлийн үржүүлэгч тодорхойлогдоно. Энэхүү тодорхойлолтыг нэгж вектор ашиглан математик хэлбэрт оруулж үйлдвэрлэлийн үржүүлэгчийг томъёолбол:

$$m(o)_j = i^{\dagger} \Delta x(j) = \sum_{i=1}^n l_{ij}$$

Үүнд:

$$i^{\dagger} = [1 \dots, 1]$$

Баганын нийлбэрээр тодорхойлогдож байгаа үйлдвэрлэлийн үржүүлэгчийг энгийн үйлдвэрлэлийн үржүүлэгч гэж нэрлэдэг. Өрхийн хэрэглээгээр өдөөгдсөн нөлөөг тооцоолон нийт үржүүлэгчийг тооцоолох боломжтой. Салбаруудын нэмэлт бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэлийг бий болгох явцад өрхийн сектор хийсэн ажлынхаа үр дүнд цалин авах ба энэхүү орлогынхоо зарим хэсгийг эсвэл бүгдийг нь бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ худалдан авахад зарцуулдаг.

Тухайн салбарын нийт үйлдвэрлэлийг нэмэлт нэг нэгжээр нэмэгдүүлэхэд үзүүлэх анхны хэрэглээг анхдагч үр нөлөө илэрхийлэх бол эхний шатны үр нөлөө нь тухайн салбарын эцсийн эрэлт нэмэлт нэг нэгжээр нэмэгдэхэд бүх салбаруудаас шаардагдах нийт үйлдвэрлэлийн хэмжээг харуулдаг байна.

Орлогын үржүүлэгч: Өрхийн орлогын үржүүлэгч нь эцсийн өөрчлөлт өрхийн орлогыг хэрхэн өөрчилж буйг харуулдаг. Хөдөлмөр-орцын коэффициентыг нэн түрүүнд тооцоолж, орлогын үржүүлэгчийг тооцоолоход ашигладаг. Хөдөлмөр-орцын коэффициент нь нэгж бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ үйлдвэрлэхэд зарцуулж буй хөдөлмөрийн зардал буюу цалингийн хэмжээг илэрхийлдэг.

Бид энэхүү шинжилгээнд орлогын үргүүлэгч болон хөдөлмөрийн үргүүлэгчийг тодорхойлох нь ач холбогдол багатай. Иймд орлогын болон хөдөлмөрийн үргүүлэгчийн математик тооцоллыг томъёолж, дэлгэрэнгүй авч үзэх шаардлагагүй юм.

1.5 Буцах болон урагшлах холбоо

Салбар хоорондын тэнцлийн үр дүнд тулгуурлан хийх шинжилгээний нэг чухал бүрэлдэхүүн хэсэг бол тухайн салбарын үйлдвэрлэл эдийн засаг дахь бусад салбаруудын үйлдвэрлэлд хэрхэн нөлөөлж буйг тодорхойлох юм. Тодруулбал тухайн салбарын нийт үйлдвэрлэл өссөн гэвэл энэ нь тухайн салбарын эрэлтийг нэмэгдүүлэх бөгөөд ингэснээр энэ салбарын үйлдвэрлэлд хэрэглэгдэх бусад салбарын бүтээгдэхүүн буюу орц нэмэгдэнэ. Үүний үр дүнд тухайн салбарын бусад салбаруудаас худалдан авах орцын хэмжээг тодорхойлох шаардлагатай тул үүнийг **буцах холбоо** гэж нэрлэдэг. Мөн тухайн салбарын нийт үйлдвэрлэлийн өсөлт нь тэр салбарын бүтээгдэхүүний хэмжээг өсгөж, өөрийн үйлдвэрлэлд зарцуулах бусад салбарын бүтээгдэхүүний хэрэглээг нэмэгдүүлдэг. Энэ нь бусад салбарын үйлдвэрлэл дэх тухайн салбарын бүтээгдэхүүний хэрэглээг мөн нэмэгдүүлнэ. Ингэснээр энэхүү үр дун тодорхой нэг салбарын бусад салбарууд руу бүтээгдэхүүний үйлчилгээг нийлүүлэхэд чиглэсэн харилцан холбоог илэрхийлэх бөгөөд үүнийг **урагшлах холбоо** гэж нэрлэдэг. Буцах болон урагшлах холбооны үзүүлэлт нь хамгийн өндөр байх салбаруудыг хамгийн үр ашигтай салбар гэж үздэг. Энэ урагшлах болон буцах холбоо нь шууд болон бүрэн гэх хоёр үндсэн хэлбэртэй байдаг. Шууд буцах холбоог шууд орцын матриц буюу А матрицын баганын дагуу нэмж тодорхойлно. Шууд буцах холбоог математик хэлбэрт бичвэл:

$$BL(d)_j = \sum_{i=1}^n a_{ij}$$

Харин бүрэн буцах холбоо нь Леонтьевийн урвуу матрицын баганын дагуух нийлбэртэй тэнцүү байна. Шууд урагшлах холбоог шууд гарцын матрицын мөрийн дагуу нэмж тодорхойлдог. Бүрэн урагшлах холбоог гарцын урвуу матрицын мөрийн дагуу нэмж тодорхойлдог байна.

II БҮЛЭГ. ЭМПИРИК СУДАЛГАА

1.1 Судалгаанд ашиглах өгөгдлийг сонгох

Орц-гарцын шинжилгээнд салбар хоорондын тэнцэл, (20x20) хүснэгтийг ашиглана. Энэхүү тэнцэл нь үйлдвэрлэлийн үйл ажиллагааны бараа, үйлчилгээний ашиглалт, үйлдвэрлэлийн үр дүнд бий болсон орлогыг нэгтгэж харуулсан загвар хүснэгт юм. 2018 оны СХТ-н өгөгдлийг ашиглана. Энэхүү өгөгдөл нь хоёр жилийн буюу хугацааны хоцрогдолтой нийтлэгддэг. Хэдий 2 жилийн хоцрогдолтой өгөгдөл боловч эдийн засгийн салбарын гарцын хэмжээ, бүтцийн өөрчлөлт өндөр савалгаатай байдаггүй. Өөрөөр хэлбэл 2020 оны эдийн засгийн салбарын шинжилгээ хийхэд 2018 оны өгөгдлийг ашиглавал шинжилгээний гажуудал бага байх болно.

Хүснэгт 2 Өгөгдлийн ерөнхий мэдээлэл

№	Мета мэдээлэл	Товч тайлбар
1	Тодорхойлолт	CХТ нь үйлдвэрлэлийн үйл ажиллагааны бараа, үйлчилгээний ашиглалт, үйлдвэрлэлийн үр дүнд бий болсон орлогыг нэгтгэж харуулсан загварт хүснэгт юм.
2	Аргачлал, арга зүйн нэр	Нөөц ашиглалтын хүснэгт, салбар хоорондын тэнцэл байгуулах аргачлал(УСХ-н даргын 2013 оны 12 сарын 25-ны 01/151 тоот тушаал)
3	Тооцох аргачлал	Салбар хоорондын тэнцлийг олон улсын аргачлалын дагуу нөөц, ашиглалтын хүснэгтээс хөрвүүлж байгуулна. СХТ-н мөр нь салбаруудын нийт үйлдвэрлэлийг харуулах бөгөөд энэ нь салбаруудын завсрын хэрэглээ болон эцсийн хэрэглээ гэж хуваагдана.
4	Үзүүлэлтийг тооцох давтамж	Жил
5	Хэмжих нэгж	Сая.төгрөг
6	Мэдээлэл шинэчилсэн хугацаа	2020-04-08
7	Эх сурвалж	CХТ байгуулах тусгайлсан судалгаа, үйлдвэрлэгчийн үнийн индекс, хэрэглээний үнийн статистик, татварын мэдээлэл, бизнес регистр, ААН-н тооллого, бизнес статистик, ОНЭЗС, засгийн газрын санхүүгийн статистик, мөнгөний статистик, ажиллах хүчиний статистик, ХАОСТ, ХАА-н тооллого, гадаад худалдааны статистик, төлбөрийн тэнцэл, далд эдийн засгийн судалгаа.

Эх сурвалж: УСХ, Салбар хоорондын тэнцэл

2.2 Өгөгдлийн шинжилгээ

2.2.1 Эдийн засгийн салбарын бүтэц

Тус хэсэгт салбар хоорондын тэнцлийн ерөнхий шинжилгээг дэлгэрэнгүй авч үзэх ба салбар хоорондын тэнцлийн хүснэгтийг (хавсралт 1) - с харна уу. Монгол улсын эдийн засгийн 20 салбарын бүтэц завсрын болон эцсийн хэрэглээ гэж хуваагддаг. ХАА-н салбарын нийт үйлдвэрлэлийн 57.4% нь эцсийн бүтээгдэхүүн болдог бол уул уурхайн салбарын 90.2% нь, боловсруулах үйлдвэрлэлийн салбарын 75.1% нь, барилгын салбарын 72.4% нь, зочид

буудал нийтийн хоолны 70.4% нь, үл хөдлөх хөрөнгийн 76.4% нь, үйлчилгээний салбаруудын бүтээгдэхүүний 90 гаруй хувь нь эцсийн бүтээглэхүүн болж байна.

Зураг 2. Салбаруудын нийт бүтээгдэхүүний бүтэц



Эх сурвалж: YCX, Салбар хоорондын тэнцэл

Шууд зардлын буюу А матриц (хавсралт 2) нь бүтээгдэхүүн хуваарилалтын бүтцийг судлахад ашигласан ба ХАА-н салбарын бүтээгдэхүүний 16.6% нь боловсруулах үйлдвэрлэлд, уул уурхайн салбарын бүтээгдэхүүний 10.8% нь цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамжид, боловсруулах үйлдвэрлэлийн салбарын 25% нь зочид буудал, нийтийн хоолны салбард зарцуулагдаж байна. Харин цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамжийн салбарын 37% нь өөртөө, 19.9% нь цэвэрлэх үйл ажиллагааны салбарт, барилгын салбарын 11.9% нь үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагааны салбарт, бөөний болон жижиглэн худалдааны салбарын 10.4% нь барилгын салбарт зарцуулагдаж байна. (Хавралт-с бүрэн зардлын матрицыг харна уу)

Зураг 3 Салбаруудын эцсийн бүтээгдэхүүний бүтэц



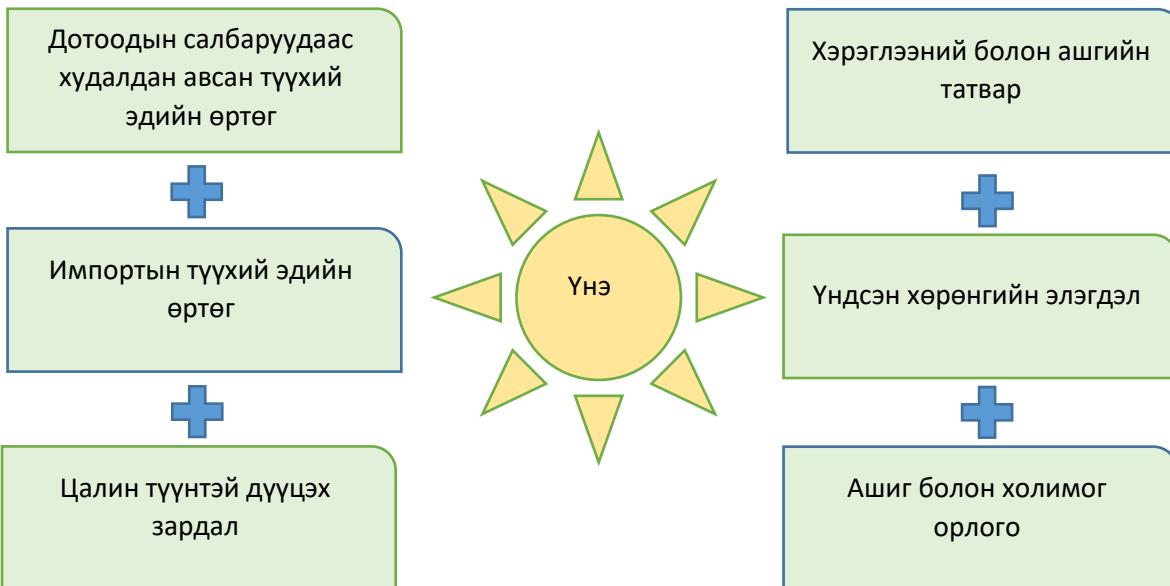
Эх сурвалж: YCX, Салбар хоорондын тэнцэл

Салбаруудын эцсийн бүтээгдэхүүний (зураг 3) хувьд ХАА-н салбарын 19.7% нь экспортын бүтээгдэхүүн болж байгаа бол уул уурхай, олборлох салбарын 95.3% нь, бөөний болон жижиглэн худалдааны салбарын 15.4% нь, Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагааны салбарын 68.1% нь, зочид буудал, нийтийн хоолны салбарын 27.7% нь, Мэдээлэл, холбооны салбарын 20.3% нь, Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан, техникийн үйл ажиллагааны салбарын 56.3% нь тус тус экспортын бүтээгдэхүүн болж байна.

2.2.2 Салбар хоорондын тэнцэл ба үнийн шижилгээ

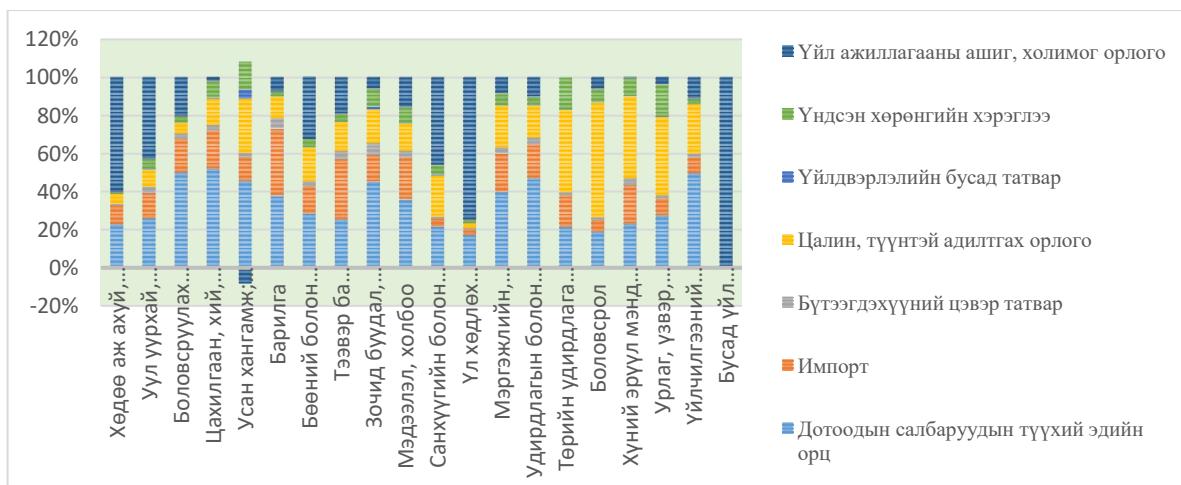
Салбар хоорондын тэнцлийн шижилгээнд салбаруудад үйлдвэрлэгдэх бүтээгдэхүүний хэмжээг тодорхойлохын зэрэгцээ тэнцвэрт үнийг тодорхойлох боломжтой байдаг. Өөрөөр хэлбэл тэнцвэрт үнэ буюу нэгж бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэхэд хэр хэмжээний өртөг орж буйг тооцоолох боломжтой. Тэнцвэрт үнэ тогтоход шаардагдах үзүүлэлтүүдийг схемчилбэл:

Зураг 4 Нэгж бүтээгдэхүүний үнэ ба өртөг



Эх сурвалж: YCX, Салбар хоорондын тэнцлийн дэлгэрэнгүй шинжилгээ 2010-2015

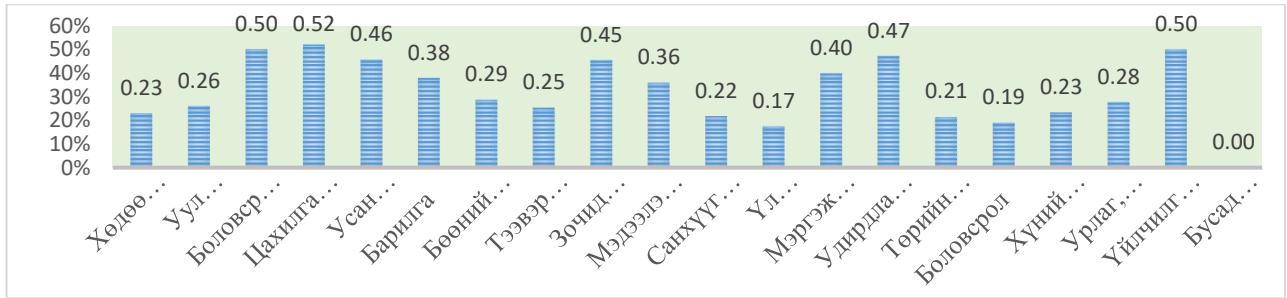
Зураг 5 Нэгж бүтээгдэхүүний үнэ ба орц



Эх сурвалж: YCX, Салбар хоорондын тэнцэл

Үнийн бүтцийг дэлгэрэнгүй задалж үзвэл боловсруулах үйлдвэрлэлийн салбарын үнийн 50.1% нь, цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамжийн салбарын үнийн 52% нь дотоодын салбаруудаас түүхий эд авахад зарцуулагдаж байна. Харин уул уурхайн салбарын нэгж бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэхдээ түүний 26.1% нь дотоодын салбаруудаас түүхий эд авч хэрэглэхэд зарцуулагдаж байна.(Зураг 6)

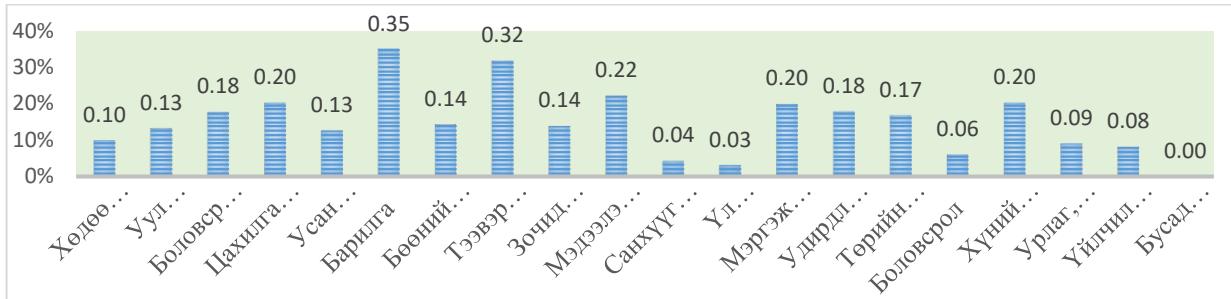
Зураг 6 Дотоодын салбаруудын түүхий эдийн орц



Эх сурвалж: YCX, Салбар хоорондын тэнцэл

Харин дотоодын салбаруудын бүтээгдэхүүний үнийн бүтцэд импортын орцын эзлэх хувийг харуулав. Үүнд барилгын салбар үнийн 35.4%-г, тээвэр болон агуулахын салбарын үнийн 31.7%-г импортийн орцоор хэрэглэж байна. (Зураг 7)

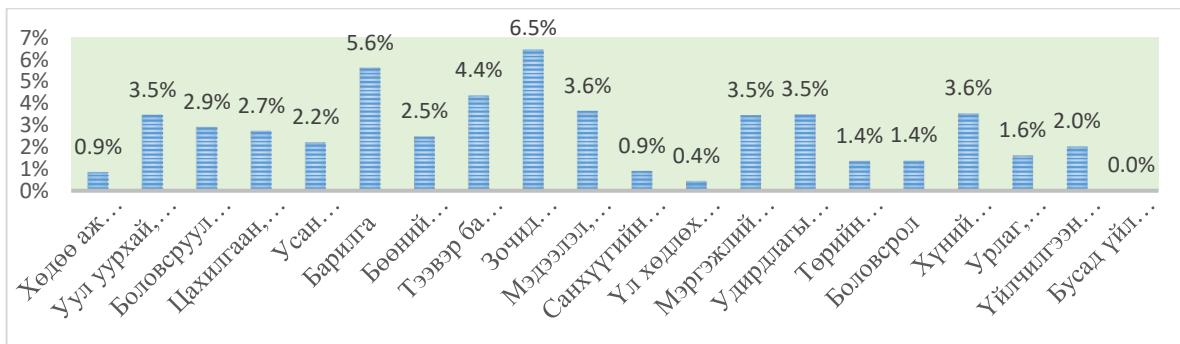
Зураг 7 Импортын орц



Эх сурвалж: YCX, Салбар хоорондын тэнцэл

Харин зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны салбарын бүтээгдэхүүний үнийн 6.5%-г, барилгын салбарын бүтээгдэхүүний үнийн 5.6%-г бүтээгдэхүүний цэвэр татвар эзэлж байна. (Зураг 8)

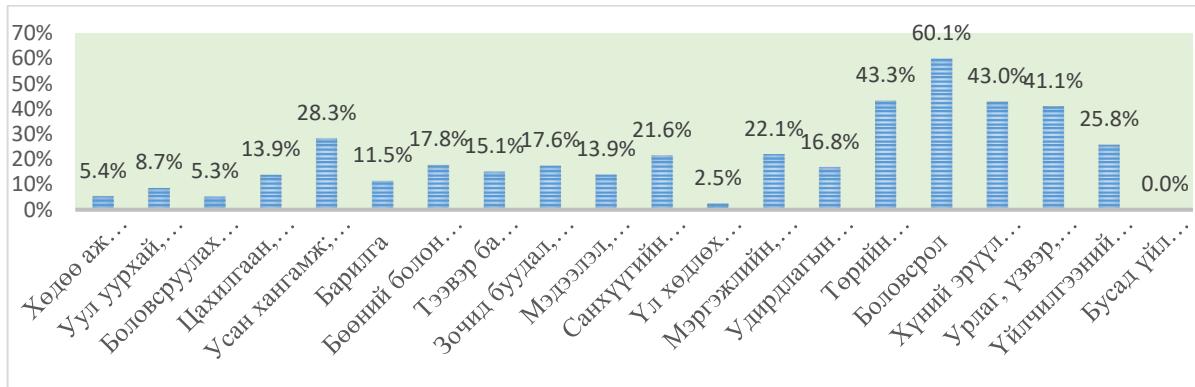
Зураг 8 Бүтээгдэхүүний цэвэр татвар



Эх сурвалж: YCX, Салбар хоорондын тэнцэл

Дотоодын салбаруудын бүтээгдэхүүний үнэд ажилчдын цалин дараах байдлаар шингэсэн байна.(Зураг 9) Үүнд боловсролын салбарын бүтээгдэхүүний үнийн 60.1% нь, Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалалын салбарын бүтээгдэхүүний үнийн 43.3% нь ажилчдын цалинд шингэсэн байна. Өөрөөр хэлбэл нэгж бүтээгдэхүүний өргтийн хэдэн хувийг цалинд зарцуулагдаж буйг бид бүхэн харж байна.

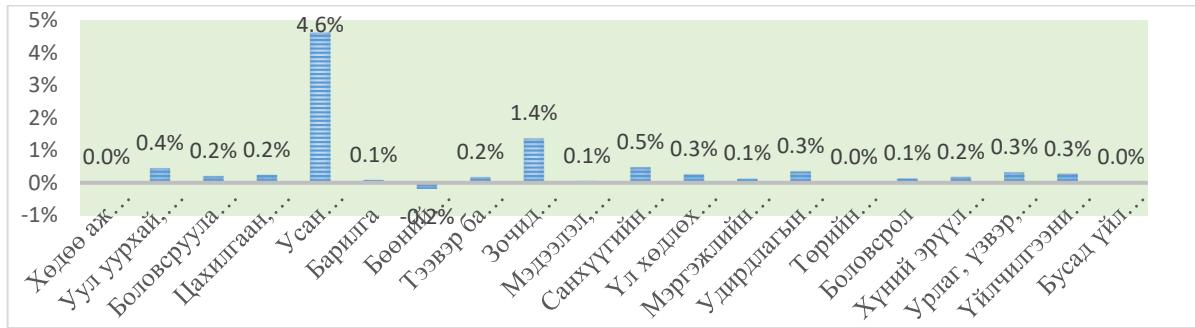
Зураг 9 Ажиллагчдын цалин, түүнтэй адилтгах орлого



Эх сурвалж: YCX, Салбар хоорондын тэнцэл

Мөн салбаруудын үнийн тодорхой хэмжээ нь (Зураг 10)-д дурьдагдсан байдлаар үйлвэрлэлийн бусад татварт зарцуулагдаж байна.

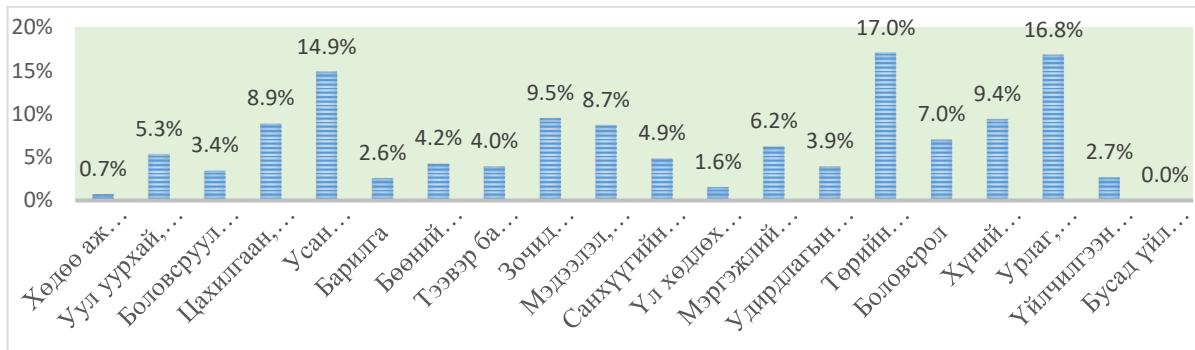
Зураг 10 Үйлдвэрлэлийн бусад татвар, цэвэр



Эх сурвалж: YCX, Салбар хоорондын тэнцэл

Үндсэн хөрөнгийн хэрэглээ буюу элэгдэл дараах байдлаар бүтээгдэхүүний үнэд шингэж байна. Тодруулбал урлаг, үзвэр, тоглоом, наадмын салбарын үнийн 16.8% нь элэгдэлд зарцуулагддаг байна. (Зураг 11)

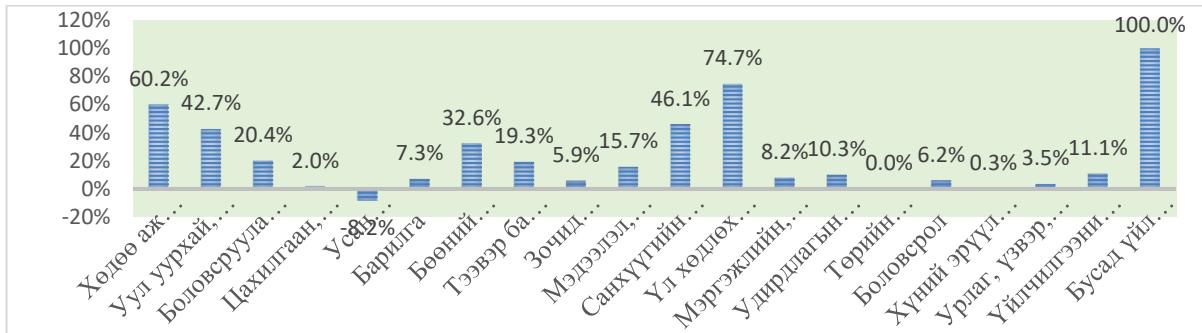
Зураг 11 Үндсэн хөрөнгийн хэрэглээ



Эх сурвалж: YCX, Салбар хоорондын тэнцэл

ХАА-н салбарын бүтээгдэхүүний үнийн 60.2%-г үйл ажиллагааны цэвэр ашиг эзэлж байна. Энэхүү салбарын ажилчид буюу малчид цалин авдаггүй тул хувиараа эрхлэх аж ахуйн орлогыг холимог орлогоор бүртгэж ашгийн их байгаа мэт ажиглагдаж байна. Мөн түүнчлэн үл хөдлөх хөрөнгийн салбар хамгийн их ашигтай буюу үнийн 74.7%-г цэвэр ашиг эзэлж байна. (Зураг 12)

Зураг 12 Үйл ажиллагааны ашиг / холимог орлого, цэвэр

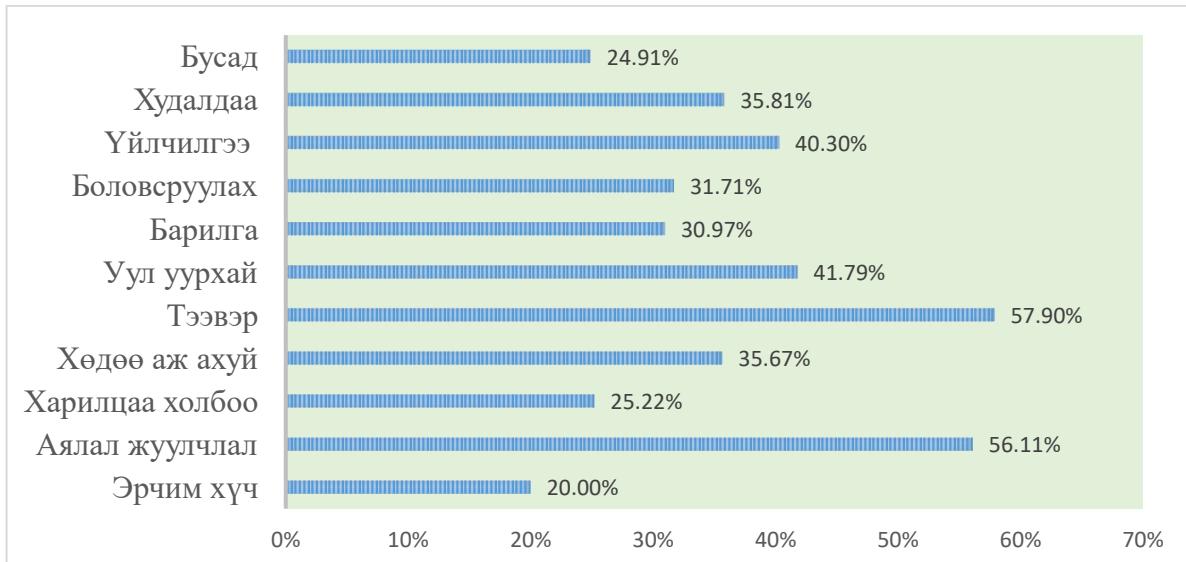


Эх сурвалж: YCX, Салбар хоорондын тэнцэл

2.3 Шинжилгээнд авсан урьдаач нөхцлүүд

Вируст халдварт гараагүй байх үеийн салбарын бүтэц хадгалагдаж байгаа гэх урьдаач нөхцөл дэвшүүлж байна. Мөн түүнчлэн “Ковид-19 цар тахлын Монголын бизнест үзүүлэх нөлөөллийн судалгаа” (Г.Батхуяг, Б.Мөнхбаяр, 2020)-ны үр дүнг энэхүү судалгааны урьдаач нөхцлөөр сонгон шинжилгээ хийсэн. Энэ судалгааны “Бизнесийн салбаруулын орлого буюу борлуулалтанд нөлөөлөх нөлөө” гэх үзүүлэлт шинжилгээний өндөржүүлсэн бэлэн байдлын үед үүсэж буй нийлүүлэлтийн талын шокыг тооцох урьдаач нөхцлөөр ашиглав.

Зураг 13 Салбаруудын борлуултын дундаж бууралтын хувь



Эх сурвалж: СЭЗИС, Цар тахлын Монголын бизнест үзүүлэх нөлөөллийн судалгаа

Монгол улсын засгийн газар цар тахлаас урьдчилан сэргийлэхийн тулд тогтоосон өндөржүүлсэн бэлэн байдал эдийн засгийн салбаруудын гарцад нийлүүлэлтийн шок хэлбэрээр нөлөөлж байна. Үүнд худалдааны салбарын борлуулалт 35.81%-р, үйлчилгээний салбарын борлуулалт 40.30%-р, боловсруулах үйлдвэрлэлийн салбарын борлуулалт 31.71%-р, барилгын салбарын борлуулалт 30.97%-р, уул уурхайн салбарын борлуулалт 41.79%-р, тээврийн салбарын борлуулалт 57.90%-р, хөдөө аж ахуйн борлуулалт 35.67%-р, харилцаа холбооны салбарын борлуулалт 25.22%-р, аялал жуулчлалын салбарын борлуулалт 56.11%-р, эрчим хүчиний салбарын борлуулалт 20.00%-р тус тус буурсан байна.

Зураг 14 Хатуу хөл хорионы үед салбаруудын бүрэн зогсох хувь хэмжээ



Эх сурвалжс: MYXAYT, Хатуу хөл хорионы үеийн бизнесийн нөхцөл байдал

Хатуу хөл хорио буюу бүх нийтийн бэлэн байдлын зэрэгт шилжихэд үүсэж буй нийлүүлэлтийн талын шокын нөлөөг тогтооход (MYXAYT, “Хөл хорионы үеийн бизнесийн тайлан”, 2020) -н “Хөл хорионы үед аж ахуй нэгжийн үйл ажиллагаа явуулж буй байдал” гэх үзүүлэлтийг ашиглав. Монголын үндэсний худалдаа аж үйлдвэрлэлийн тэнхимийн хийсэн энэхүү судалгаанд хатуу хөл хорионы үед бөөний болон жижиглэн худалдааны салбарын 62% нь, үйлчилгээний салбарын 79% нь, боловсруулах үйлдвэрлэлийн салбарын 86% нь, барилгын салбарын 75% нь, уул уурхай олборлолтын салбарын 36% нь, тээвэр агуулахын үйл ажиллагааны салбарын 61% нь, ХАА-н салбарын 47% нь, мэдээлэл холбооны салбрын 36% нь, зочид буудал, нийтийн хоолны салбарын 83% нь бүрэн зогсон буюу үйл ажиллагаа явуулаагүй байна. Иймд гарцын хэмжээ энэхүү харьцаагаар шууд буурна гэж хатуу хөл хорионы үеийн урьдач нөхцлийг дэвшүүлж байна.

2.4 Эмпирик шинжилгээний хэсэг

2.4.1 Өндөржүүлсэн бэлэн байдлын зэрэг ба нийлүүлэлтийн шок

Цар тахлын үеийн **нийлүүлэлтийн шокыг** 4 сарын турш доорх (хүснэгт 2-1-г харна уу) харуулсан харьцаагаар салбарын эцсийн хэрэглээ буурсан гэж тооцоолж байна. 2020 оны турш цар тахлаас урьдчилан сэргийлэхийн тулд улс даяар өндөржүүлсэн бэлэн байдлын зэрэгт шилжсэн боловч 2020 оны 5 сараас эхлэн хөл хорионы дэглэм аажмаар багасч, иргэд болон аж ахуй нэгжүүд энгийн амьдралын хэв маягт **бараг** шилжсэн билээ. Хил хааж нүүрсний экспортыг зогсоо шийдвэрээс шалтгаалж уул уурхайн салбарын эцсийн бүтээгдэхүүн буурсан боловч энэ салбарын нийлүүлэлтийн шокыг мөн 4 сарын турш үргэлжилсэн гэж тооцоолж байна.

Хүснэгт 3 Өндөржүүлсэн бэлэн байдлын урьдач нөхцөл

Урьдач нөхцөл	
Салбаруудын эцсийн хэрэглээний дундаж бууралтын хувь	
Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	20.00%
Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	56.11%
Мэдээлэл холбоо	25.22%
Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	35.67%
Тээвэр агуулахын үйл ажиллагаа	57.90%
Уул уурхай, олборлолт	41.79%
Барилга	30.97%
Боловсруулах үйлдвэрлэл	31.71%
Үйлчилгээ	40.30%
Бөөний болон жижиглэн худалдаа	35.81%
Бусад	24.91%

Салбар хоорондын тэнцлийн шинжилгээнд эцсийн бүтээгдэхүүний өөрчлөлт эдийн засгийн салбаруудын нийт бүтээгдэхүүний өөрчлөлтөд хэрхэн нөлөөлж буйг харуудаг. Иймд 2020 онд өндөржүүлсэн бэлэн байдлын зэрэгт шилжихэд эдийн засгийн салбаруудын нийт бүтээгдэхүүний хэмжээ хэрхэн өөрчлөгдөж буйг болон ДНБ-н өөрчлөлтийг тооцоолсон юм.

Хүснэгт 4 Өндөржүүлсэн бэлэн байдлын нийлүүлэлтийн шок

№	Салбарууд	Өөрчлөлт	
		Эцсийн хэрэглээ	Нийт хэрэглээ
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	-11.9%	-11.4%
2	Уул уурхай, олборлолт	-13.9%	-13.7%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	-10.6%	-10.7%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	-6.7%	-8.8%
5	Усан хангамж; бохир ус, хог, хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	0.0%	-2.1%
6	Барилга	-10.3%	-10.2%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	-11.9%	-11.6%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	-19.3%	-15.4%
9	Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	-18.7%	-16.3%
10	Мэдээлэл, холбоо	-8.4%	-9.3%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	0.0%	-8.1%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	0.0%	-2.3%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	0.0%	-4.9%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	0.0%	-6.5%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалалт	0.0%	-0.9%
16	Боловсрол	0.0%	-0.2%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	0.0%	-0.7%
18	Урлаг, үзүүр, тоглоом, наадам	-36.9%	-30.1%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	0.0%	-2.9%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.0%
Дотоодын нийт бүтээгдэхүүн		-10.3%	-10.4%

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

2020 оны турш өндөржүүлсэн бэлэн байдлын зэрэгт байж, хил хаах, зорчигч тээврийн хөдөлгөөнийг зогсоох, цагаан сарыг өргөнөөр тэмдэглэхгүй байх, орон нутаг болон хотын хооронд тээврийн хэрэгслийн хөдөлгөөнийг хязгаарлах, олон нийт оролцсон арга хэмжээг хязгаарлах, зарим үйлчилгээний цагийг хязгаарлах гэх мэт цар тахлаас урьдчилан сэргийлэхийн тулд авч буйзасгийн газрын арга хэмжээнээс шалтгаалж

2020 оны эдийн засаг 10.4%-р агшсан байна. Дотоодын салбаруудын хувьд нийт хэрэглээ буюу нийт бүтээгдэхүүнийг тооцолоход ХАА-н салбарын нийт бүтээгдэхүүн 11.4%-р, уул уурхайн салбарын нийт бүтээгдэхүүн 13.7%-р, боловсруулах үйлдвэрлэлийн салбарын нийт бүтээгдэхүүн 10.7%-р, цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтыг хангамжийн салбарын нийт бүтээгдэхүүн 8.8%-р тус тус буурсан байна. Харин барилгын салбарын хувьд 10.2%-р, бөөний болон жижиглэн худалдааны салбарын хувьд 11.6%-р, тээвэр болон агуулахын үйл ажиллагааны салбарын хувьд 15.4%-р, зочид буудал болон нийтийн хоолны үйлчилгээний салбарын хувьд 16.3%-р, мэдээлэл холбооны салбарын хувьд 9.3%-р нийт бүтээгдэхүүн нь тус тус буурсан байна. Энэхүү тооцоололд 2020 оны 11-р сарын хатуу хөл хориог тооцоогүй юм. Өндөржүүлсэн бэлэн байдлын зэргийг чангатгаж Монгол улс түүхэндээ анх удаа бүх нийтийн бэлэн байдлын зэрэгт шилжиж улмаар хатуу хөл хорио тогтоосон. Шинжилгээний дараагийн хэсэгт өндөржүүлсэн бэлэн байдлын зэрэгт шилжсэнээр нийлүүлэлтийн талд үүсэж буй шокын нөлөөг, бүх нийтийн бэлэн байдлын буюу хатуу хөл хорионы нөлөөтэй нэгтгэж шижилгээ хийх юм.

2.4.2 Бүх нийтийн бэлэн байдал ба нийлүүлэлтийн шок

Монгол улсын застгийн газар 2020.11.11-с эхлэн хатуу хөл хорио тогтоосон ба 2020 оны хувьд бүтэн нэг сарын турш бүх нийтийн бэлэн байдлын зэрэгт байв.

Хүснэгт 5 Хатуу хөл хорио ба салбаруудын гарцын өөрчлөлт, урьдач нөхцөл

Урьдач нөхцөл	
Салбаруудын эцсийн хэрэглээний дундаж бууралтын хувь	
Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	83.0%
Мэдээлэл холбоо	36.0%
Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	47.0%
Тээвэр агуулахын үйл ажиллагаа	61.0%
Уул уурхай, олборлолт	36.0%
Барилга	75.0%
Боловсруулах үйлдвэрлэл	86.0%
Үйлчилгээ	79.0%
Бөөний болон жижиглэн худалдаа	62.0%

Эх сурвалжс: MYXAYT, Хатуу хөл хорионы үеийн бизнесийн нөхцөл байдал

(MYXAYT, Хөл хорионы үеийн бизнесийн нөхцөл байдлын судалгааны үр дүн, 2020)-н үр дүн болох “Хөл хорионы үед аж ахуй нэгжийн үйл ажиллагаа явуулж буй байдал” гэх үзүүлэлтийг ашиглан бизнесийн салбаруудын бүрэн зогсолтын хувийг шинжилгээнд ашиглахад:

Нэг сарын хугацаанд хатуу хөл хорио тогтоосноор ДНБ-д 4.2%-р бууралтын нөлөө үзүүлж байна. ХАА-н салбарын хувьд 4.9%-р, уул уурхай, олборлолтын салбарын хувьд 3.2%-р, боловсруулах үйлдвэрлэлийн салбарын хувьд 6.7%-р нийт хэрэглээ нь тус тус буурчээ. Харин барилгын салбар нийт бүтээгдэхүүнийхээ 5.5%-г, бөөний болон жижиглэн худалдааны салбар нийт бүтээгдэхүүнийхээ 5.0%-г нэг сарын хатуу хөл хорионы улмаас алджаа.

Хүснэгт 6 Хатуу хөл хорионы үеийн нийлүүлэлтийн шок

Хатуу хөл хорионы нийлүүлэлтийн шок		Өөрчлөлт	
№	Салбарууд	Эцсийн хэрэглээ	Нийт хэрэглээ
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	-3.9%	-4.9%
2	Уул уурхай, олборлолт	-3.0%	-3.2%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	-7.2%	-6.7%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	0.0%	-3.4%
5	Усан хангамж; бохир ус, хог, хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	0.0%	-1.0%
6	Барилга	-6.3%	-5.5%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	-5.2%	-5.0%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	-5.1%	-4.6%
9	Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	-6.9%	-6.1%
10	Мэдээлэл, холбоо	-3.0%	-3.6%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	0.0%	-3.3%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	0.0%	-0.9%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	0.0%	-2.0%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	0.0%	-2.5%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалалт	0.0%	-0.4%
16	Боловсрол	0.0%	-0.1%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	0.0%	-0.3%
18	Урлаг, узвэр, тоглоом, наадам	-8.3%	-7.0%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	0.0%	-1.2%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.0%
Дотоодын нийт бүтээгдэхүүн		-3.9%	-4.1%

Эх сурвалжс: Судлаачийн тооцоолол

2.4.3 Цар тахал 2020 оны Монгол улсын эдийн засагт нөлөөлөх нь

Энэхүү хэсэгт 2020 оны Монголын эдийн засаг цар тахлаас шалтгаалж хэр их хохирсыг тооцоолсон. Өөрөөр хэлбэл өндөржүүлсэн бэлэн байдоын зэрэг болон бүх нийтийн бэлэн байдлын зэрэгт шилжих үед үүссэн нийлүүлэлтийн талын шокыг нэгтгэж тооцоолов.

Хүснэгт 7 Цар тахал 2020 оны Монгол улсын эдийн засагт нөлөөлөх нь

Цар тахал 2020 оны Монголын эдийн засагт нөлөөлөх нөлөөлөл		Өөрчлөлт	
№	Салбарууд	Эцсийн хэрэглээ	Нийт хэрэглээ
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	-15.8%	-16.4%
2	Уул уурхай, олборлолт	-16.9%	-16.9%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	-17.7%	-17.3%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	-6.7%	-12.2%
5	Усан хангамж; бохир ус, хог, хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	0.0%	-3.1%
6	Барилга	-16.6%	-15.7%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	-17.1%	-16.6%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	-24.4%	-20.0%
9	Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	-25.6%	-22.4%
10	Мэдээлэл, холбоо	-11.4%	-12.9%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	0.0%	-11.4%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	0.0%	-3.2%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	0.0%	-6.9%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	0.0%	-9.0%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалалт	0.0%	-1.2%
16	Боловсрол	0.0%	-0.2%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	0.0%	-1.1%
18	Урлаг, узвэр, тоглоом, наадам	-38.6%	-31.8%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	0.0%	-4.1%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.0%
Дотоодын нийт бүтээгдэхүүн		-14.2%	-14.5%

Эх сурвалжс: Судлаачийн тооцоолол

Хэрэв бодлогын хариу арга хэмжээ аваагүй бол Монгол улсын ДНБ-н өсөлт 14.5%-р буурах байсан. Үүнд ХАА-н салбар 16.4%-р, уул уурхайн салбар 16.9%-р, боловсруулах үйлдвэрлэл 17.3%-р, барилгын салбар 15.7%-р тус тус агшсан байна. Иймд дараагийн хэсэгт цар тахлын эсрэг засгийн газрын хэрэгжүүлж буй бодлогын хариу арга хэмжээ 2020 оны Монгол улсын эдийн засагт хэрхэн нөлөөлж буйг тооцоолох юм.

2.4.4 2020 он, цар тахлын эсрэг хэрэгжүүлж буй бодлогыг үнэлэх нь

Монгол улсын засгийн газар корона вируст цар тахлын эсрэг хэрэгжүүлж буй бодлогын үр нөлөөг энэхүү хэсэгт үнэлэнэ. 2020 онд иргэд, ААН-г дэмжих нийт **2.4 их наяд төгрөгийн** татвар, нийгмийн даатгалын шимтгэлийн хөнгөлөлт чөлөөлөлт, хүүхдийн мөнгө, халамжийн шууд дэмжлэг үзүүлсэн билээ. Үүнд хүүхдийн мөнгөн тэтгэмжийг нэмэгдүүлэх, сар бүр 100,000 төгрөг олгох, халамжийн тэтгэврийг мөн 100,000 төгрөгөөр нэмэгдүүлэх, хүнсний талоны хэмжээг 2 дахин нэмэгдүүлэх шийдвэрүүд багтаж байна. Мөн түүнчлэн НДШ-с чөлөөлөх, хувь хэмжээг багасгах, аж ахуй нэгжүүдэд татварын хөнгөлөлт үзүүлэх ажлууд багтаж байна.

Хүснэгт 8 Цар тахлын эсрэг авч буй засгийн газрын бодлого

№	Бодлого	Тайлбар	Хэмжээ
1	Хүүхдийн мөнгөн тэтгэмж	2020 оныг дуустал хүүхдийн тэтгэмжийг 100,000 төгрөг болгож нэмэгдүүлсэн. Нийт 1,250,000 хүүхдэд зарцуулагдсан.	852.2 тэрбум
2	Хувийн хэвшилд ажиллаж буй иргэдийн цалингаас орлогын албан татварыг чөлөөлөх	Хувийн хэвшилд ажиллаж буй 989.4 мянган иргэдийн цалингаас 198.9 тэрбум төгрөгийн татварыг 2020.04-2020.10 хооронд чөлөөлсөн.	198.9 тэрбум
3	НДШ-с чөлөөлөх	Үйл ажиллагаа нь доголдсон боловч ажлын байраа хадгалж байгаа ажил олгогч болон даатгуулагчийн төлөх НДШ-г 2020.10.1 хүртэл тэглэсэн. Уг арга хэмжээг 2020 оны 10-12 дугаар саруудад шимтгэлийн хөнгөлөлт байдлаар хэсэгчлэн үргэлжлүүлсэн.	715.5 тэрбум
4	Тэтгэврийн зээлийг чөлөөлөх	228 мянган иргэний тэтгэврийн зээлийг чөлөөлөв. Тэтгэвэр авагчид тэтгэврийн зээлгүй болсноор тэдний нийгмийн баталгаа хангагдаж, амьжиргааны түвшин сайжрахад бодит нөлөө үзүүлжээ.	694.9 тэрбум

Эх сурвалж: Монгол улсын сангийн яам

Монгол улсын засгийн газарцаар тахлын эсрэг хэрэгжүүлж буй дээрх бодлогын шийдвэр нь иргэдэд шууд нөлөөлж байна. Энэхүү нөлөөлөл нь иргэдийн сарын орлогод шууд нэмэгдэж, бэлэн мөнгө хэлбэрээр очиж байна. Иймд бид салбар хоорондын тэнцлийг ашиглан мөнгөн тэтгэмжийн дотоодын нийт бүтээгдэхүүний гарцад шууд нөлөөлж, эцсийн бүтээгдэхүүнийг нэмэгдүүлнэ гэж тооцов. Үндэсний статик хорооноос тогтмол гаргадаг “Өрхийн нийгэм, эдийн засгийн судалгааны 2020 оны II улирлын тайлан”-д өрхийн сарын дундаж зарлага, мөнгөн зарлагыг дэлгэрэнгүй тайлагнажээ. Үүнд өрхийн хэрэглээндээ зарцуулж буй мөнгөн хэмжээг бүтээгдэхүүнээр нь ангилсан байна. Энэхүү тооцооллыг

шинжилгээнд ашиглана. Өөрөөр хэлбэл өрхүүдэд орлого болж очиж буй мөнгө, хэрэглээний зардал болж эдийн засгийн салбаруудад зарцуулагдана. Энэ нь эдийн засгийн салбаруудыг шууд дэмжих бодлогын арга хэрэгсэл юм. Иймд аль салбарт, хэр их хэмжээний орлого болж очин, эцсийн бүтээгдэхүүнд нөлөөлж буйг тооцох шаардлагатай, мөн түүнчлэн дотоодын нийт бүтээгдэхүүнд хэрхэн нөлөөлж буйг тооцоолох билээ.

Хүснэгт 9 2020 он, Өрхийн хэрэглээний зардал I

Хүнсний бүтээгдэхүүний зарлага	
Мах, махан бүтээгдэхүүн	102735
Үр тариа, гурил, гурилан бүтээгдэхүүн	74288
Сүү, сүүн бүтээгдэхүүн, өндөг	36509
Хүнсний ногоо, булцуут, навчт үргамал	24997
Элсэн чихэр, чихэрлэг бүтээгдэхүүн, амттан	14254
Цэвэр үс, ундаа, жимсний шүүс	12289
Жимс самар	8808
Төрөл бүрийн өөх тос	7559
Цай, кофе	5728
Нийт	287167

Өрхийн зарлагыг хүнсний бүтээгдэхүүний зарлага, хүнсний бус бараа, үйлчилгээний зарлага, бусад зарлага, бусад өгсөн бэлэг дурсгал гэж хэсэгт хуваадаг. Бусад зарлага, бусад өгсөн бэлэг дурсгалын зарлагууд сарын дундаж зардалд өндөр хувь эзэлдэггүй билээ.

Эх сурвалж: YCX, Өрхийн нийгэм эдийн засгийн судалгаа, 2020 он, II улирал

Хүснэгт 10 2020 он, Өрхийн хэрэглээний зардал II

Хүнсний бус бараа, үйлчилгээний зарлага	
Бэлэн хувцас	70335
Тээврийн хэрэгслийн сэлбэг засвар	68660
Харилцаа холбооны үйлчилгээ	53906
Эм, эмнэлгийн хэрэгсэл, үйлчилгээ	46746
Боловсрол	42051
Гутал, хос	37968
Сууцны төлбөр	31292
Түлш	26637
Чөлөөт цаг болон соёлын үйлчилгээ	26510
Цахилгаан	26026
Тээврийн үйлчилгээ	20862
Нийт	152662

Хүснэгт 4-8-д өрхийн зардлын хэмжээг дэлгэрэнгүй харуулж байна. Эдгээр бүтээгдэхүүнүүдийг салбаруудаар нь ангилбал бид нэг өрх сард зарцуулж буй зардлын хэмжээг салбараар нь илэрхийлэх болно.

Эх сурвалж: YCX, Өрхийн нийгэм эдийн засгийн судалгаа, 2020 он, II улирал

Хүснэгт 11 2020 он, Өрхийн хэрэглээний зардал, Салбараар

Өрхийн сарын дундаж зарлага, салбараар	
Боловсрол	5.7%
ХАА	34.5%
Боловсруулах	18.8%
Тээвэр	2.8%
Эрүүл мэнд	6.3%
Бөөний болон жижиглэн худалдаа	13.1%
Харилцаа холбоо	7.3%
Халаалт	3.5%
Сууц түрээс	4.2%
Урлаг	3.6%
Нийт	100%

Цар тахлын улмаас ААН-н үйл ажиллагаа доголдож, иргэдийн орлогын эх үүсвэр тасалдсан. Иймд засгийн газар халамжийн бодлогоор, тэрхүү тасалдсан орлогыг нөхөж байна. Иймд засгийн газрын олгож буй мөнгөн дэмжлэг, бизнесийн салбаруудын эцсийн бүтээгдэхүүнийн хэмжээнд хүснэгт 4-9-д дурьдсан хэмжээгээр нөлөөлнө.

Эх сурвалж: YCX, Өрхийн нийгэм эдийн засгийн судалгаа, 2020 он, II улирал

Хүүхдийн мөнгөн тэтгэмжийг нэмэгдүүлэх, халамжийн бодлого явуулснаар дотоодын нийт бүтээгдэхүүнд 2.0%-н өсөлтийн нөлөөтэй байна. (Хүснэгт 4-10) Үүнд ХАА-н салбарын нийт бүтээгдэхүүнийг 6.8%-р, боловсруулах үйлдвэрлэлийн салбарын нийт гарцыг 1.9%-р, бөөний болон жижиглэн худалдааны салбарын нийт гарцыг 2.8%-р, мэдээлэл холбооны салбарын гарцыг 5.6%-р тус тус нэмэгдүүлсэн байна.

Хүснэгт 12 Хүүхдийн мөнгөний тэтгэмжийн нөлөө

Хүүхдийн мөнгө, нийгмийн халамжийн бодлогын үр нөлөө		
№	Салбарууд	Өөрчлөлт
		Эцсийн хэрэглээ
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	9.7%
2	Уул уурхай, олборлолт	0.0%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	2.0%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	15.8%
5	Усан хангамж, бохир ус, хог, хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	0.0%
6	Барилга	0.0%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	4.0%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	1.3%
9	Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	0.0%
10	Мэдээлэл, холбоо	10.5%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	0.0%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	2.0%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	0.0%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	0.0%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалал	0.0%
16	Боловсрол	3.1%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	5.7%
18	Урлаг, үзвэр, тоглоом, наадам	21.9%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	0.0%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%
Нийт		2.1%
		2.0%

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Мөн нийгмийн даатгалын шимтгэлийг 2020.04.01-2020.10.01 хооронд чөлөөлсөн ба 2020.10.01-2020.12.31 хөнгөлөлтт байдлаар шилжүүлсэн. Энэхүү бодлогын нөлөө иргэдэд бэлэн мөнгө хэлбэрээр үлдэх буюу иргэд энэхүү шимтгэлтэй дүйцэх орлоготой болсон. Өөрөөр хэлбэл өрхийн орлого нэмэгдсэн. Энэхүү орлогын нэмэгдэл эдийн засгийн салбаруудад хэрэглээ болж нөлөөлөх ба салбаруудын эцсийн бүтээгдэхүүнд хүснэгт 4-11-д үзүүлснээр нөлөөлнө.

Нийгмийн даатгалын хөнгөлөлт ХАА-н салбарын хувьд 4.7%-р, боловсруулах үйлдвэрлэлийн салбарын хувьд 1.6%-р, мэдээлэл холбооны салбарын хувьд 5.8%-р нийт бүтээгдэхүүнийг нэмэгдүүлжээ. Харин дотоодын нийт бүтээгдэхүүнд 1.6%-н өсөлтийг үзүүлж байна.

Хүснэгт 13 НДШ-н хөнгөлөлтийн нөлөө

НДШ-н хөнгөлөлтийн үр нөлөө			
№	Салбарууд	Өөрчлөлт	
		Эцсийн хэрэглээ	Нийт хэрэглээ
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	8.2%	5.7%
2	Уул уурхай, олборлолт	0.0%	0.1%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	1.7%	1.6%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	0.0%	1.4%
5	Усан хангамж; бохир ус, хог, хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	0.0%	0.7%
6	Барилга	0.0%	0.3%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	3.4%	2.4%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	1.1%	1.3%
9	Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	0.0%	0.5%
10	Мэдээлэл, холбоо	8.8%	4.7%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	0.0%	1.3%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	1.7%	1.8%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	0.0%	1.1%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	0.0%	1.1%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалал	2.2%	2.1%
16	Боловсрол	0.0%	0.1%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	4.8%	4.6%
18	Үрлаг, үзвэр, тоглоом, наадам	18.4%	14.6%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.7%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.0%
Нийт		1.7%	1.6%

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Мөн Монгол улсын засгийн газрын хийсэн том шийдвэрүүдийн нэг нь тэтгэврийн зээлийг чөлөөлөх буюу зээлтэй иргэдийн зээлийг төлөх байв. Энэхүү шийдвэрийн хүрээнд 228 мянган иргэний тэтгэврийн зээлийг чөлөөлсөн.

Хүснэгт 14 Тэтгэврийн зээлийг чөлөөлөх шийдвэрийн нөлөө

Тэтгэврийн зээлийг чөлөөлөх шийдвэрийн нөлөө			
№	Салбарууд	Өөрчлөлт	
		Эцсийн хэрэглээ	Нийт хэрэглээ
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	7.9%	5.5%
2	Уул уурхай, олборлолт	0.0%	0.1%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	1.7%	1.5%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	12.8%	3.1%
5	Усан хангамж; бохир ус, хог, хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	0.0%	0.4%
6	Барилга	0.0%	0.3%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	3.3%	2.3%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	1.1%	1.2%
9	Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	0.0%	0.5%
10	Мэдээлэл, холбоо	8.5%	4.6%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	0.0%	1.3%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	1.7%	1.7%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	0.0%	0.8%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	0.0%	1.1%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалал	0.0%	0.1%
16	Боловсрол	2.5%	2.5%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	4.7%	4.4%
18	Үрлаг, үзвэр, тоглоом, наадам	17.8%	14.0%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.6%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.0%
Нийт		1.7%	1.7%

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Тэтгэвэр авагчид тэтгэврийн зээлгүй болсноор тэдний нийгмийн баталгаа хангагдаж, амьжиргааны түвшин сайжрахад бодит нөлөө үзүүлжээ. Энэхүү шийдвэрийн нөлөөгөөр (зураг 15) ДНБ-д 5.8 хувийн өсөлт үзүүлжээ.

Хүснэгт 15 Цар тахлын эсрэг эдийн засгийг дэмжих бодлогын нийт нөлөө

№	Салбарууд	Хүүхдийн мөнгө, нийгмийн хalamжийн бодлогын үр нөлөө	
		Өөрчлөлт Эцсийн хэрэглээ	Нийт хэрэглээ
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	27.4%	19.1%
2	Уул уурхай, олборлолт	0.0%	0.5%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	5.7%	5.3%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	44.4%	10.8%
5	Усан хангамж; бохир ус, хог, хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	0.0%	1.3%
6	Барилга	0.0%	1.2%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	11.3%	8.0%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	3.6%	4.3%
9	Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	0.0%	1.6%
10	Мэдээлэл, холбоо	29.5%	15.8%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	0.0%	4.4%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	5.8%	5.9%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	0.0%	2.9%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	0.0%	3.7%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалал	0.0%	0.3%
16	Боловсрол	8.8%	8.6%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	16.1%	15.3%
18	Урлаг, узвэр, тоглоом, наадам	61.6%	48.5%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	0.0%	2.2%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.0%
	Нийт	5.8%	5.8%

Эх сурвалжс: Судлаачийн тооцоолол

Монгол улсын засгийн газар цар тахлын эсрэг эдийн засгийг дэмжих бодлого авсны үр дүнд Монгол улсын дотоодын салбарын гарцыг 5.8 хувиар нэмэгдүүлсэн байна. Үүнд ХАА-н салбарын нийт бүтээгдэхүүнийг 19.1 хувиар, боловсруулах үйлдвэрлэлийн салбарын нийт бүтээгдэхүүнийг 5.3 хувиар, бөөний болон жижиглэн худалдааны салбарын нийт бүтээгдэхүүнийг 8.0 хувиар, мэдээлэл холбооны салбарын нийт бүтээгдэхүүнийг 15.8 хувиар тус тус нэмэгдүүлсэн байна.

Цар тахлын сөрөг шок болон засгийн газрын бодлогын эерэг шокын нөлөөгөөр Монгол улсын эдийн засгийн салбаруудын эцсийн бүтээгдэхүүн 8.4 хувиар, ДНБ 8.7 хувиар тус тус агшжээ. Тодруулбал ХАА-н салбарын гарц 2.8 хувиар, хүний эрүүл мэндийн салбарын гарц 14.3 хувиар өссөн байна. Харин уул уурхайн салбарын өсөлт 16.4 хувиар, боловсруулах үйлдвэрлэлийн салбарын өсөлт 12.0 хувиар, барилгын салбарын өсөлт 14.5 хувиар, бөөний болон жижиглэн худалдааны салбарын өсөлт 8.6 хувиар, зочид буудал, нийтийн хоолны үйлчилгээний салбарын өсөлт 20.8 хувиар тус тус буурчээ. (Хүснэгт 15)

Хүснэгт 16 2020 оны Монгол улсын салбаруудын гарц, ДНБ

2020 оны Монгол улсын ДНБ			
№	Салбарууд	Өөрчлөлт	
		Эцсийн хэрэглээ	Нийт хэрэглээ
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	11.6%	2.8%
2	Уул уурхай, олборлолт	-16.9%	-16.4%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	-12.0%	-12.0%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	37.7%	-1.4%
5	Усан хангамж; бохир ус, хог, хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	0.0%	-1.7%
6	Барилга	-16.6%	-14.5%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	-5.8%	-8.6%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	-20.7%	-15.7%
9	Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	-25.6%	-20.8%
10	Мэдээлэл, холбоо	18.1%	2.9%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	0.0%	-7.0%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	5.8%	2.6%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	0.0%	-4.0%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	0.0%	-5.4%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалал	0.0%	-0.9%
16	Боловсрол	8.8%	8.4%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	16.1%	14.3%
18	Урлаг, үзвэр, тоглоом, наадам	23.0%	16.6%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	0.0%	-1.9%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.0%
	Нийт	-8.4%	-8.7%

Эх сурвалжс: Судлаачийн тооцоолол

2.4.5 Цар тахал 2021 оны Монгол улсын эдийн засагт нөлөөлөх нь

Хүснэгт 17 Цар тахал 2021 оны Монгол улсын эдийн засагт нөлөөлөх нь

Цар тахал 2021 оны Монгол улсын салбарын гарцаад нөлөөлөх нь			
№	Салбарууд	Өөрчлөлт	
		Эцсийн хэрэглээ	Нийт хэрэглээ
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	-13.3%	-14.7%
2	Уул уурхай, олборлолт	-12.9%	-13.1%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	-18.0%	-17.3%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	-3.8%	-10.6%
5	Усан хангамж; бохир ус, хог, хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	0.0%	-2.8%
6	Барилга	-16.3%	-15.0%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	-15.4%	-14.9%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	z	-16.5%
9	Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	-22.2%	-19.5%
10	Мэдээлэл, холбоо	-9.8%	-11.5%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	-11.0%	-13.1%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	0.0%	-2.9%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	0.0%	-6.5%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	0.0%	-7.9%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалал	0.0%	-1.1%
16	Боловсрол	0.0%	-0.2%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	0.0%	-1.0%
18	Урлаг, үзвэр, тоглоом, наадам	-18.7%	-16.2%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	0.0%	-3.9%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.0%
	Нийт	-12.5%	-12.9%

Эх сурвалжс: Судлаачийн тооцоолол

2021 оны 5 сарын 1 байдлаар Монгол улсын засгийн газар нийт 51 хоног хатуу хөл хорио тогтоож, үлдсэн 69 хоног өндөржүүлсэн бэлэн байдлын зэрэгт шилжүүлжээ. 2021 оны I, II-р улирлын байдлаар Монгол улсын ДНБ-н өсөлт хөл хорионоос шалтгаалан 12.9 хувиар, эцсийн бүтээгдэхүүн 12.5 хувиар тус тус буурчээ. Тодруулбал ХАА-н салбарын

гарц 14.7 хувиар, уул уурхайн салбарын гарц 13.1 хувиар, боловсруулах үйлдвэрлэлтийн салбарын гарц 17.3 хувиар, барилгын салбарын гарц 15.0 хувиар, бөөний болон жижиглэн худалдааны салбарын гарц 14.9 хувиар, тээвэр ба агуулахын салбарын гарц 16.5 хувиар тус тус буурсан байна.

2.4.6 2021 он, цар тахлын эсрэг хэрэгжүүлж буй бодлогыг үнэлэх нь

Хүснэгт 18 2021 он, Засгийн газар цар тахлын эсрэг хэрэгжүүлж буй бодлого

№	Бодлого	Тайлбар	Хэмжээ
1	Хүүхдийн мөнгөн тэтгэмж	2021.07.01-г дуустал хүүхдийн тэтгэмжийг 100,000 төгрөг болгож нэмэгдүүлсэн. Нийт 1,250,000 хүүхдэд зарцуулагдана.	750 тэрбум
2	Иргэн бүрд тэтгэмж өгөх	Цар тахлаас шалтшаалан үүсэж буй хямрааас сэргийлэхийн тулд Монгол улсын засгийн газар иргэн бүрд 300,000 төгрөг олгох шийдвэр гаргасан.	1007 тэрбум

Эх сурвалж: Монгол улсын сангийн яам

2021 онд Монгол улсын засгийн газар корона вируст цар тахлын эсрэг эдийн засгийг сэргээх бодлогын хүрээнд хүүхдийн мөнгөн тэтгэмжийг 100,000 төгрөг хүртэл нэмэгдүүлж 2021/07/1 хүртэл олгохоор шийдсэн ба Монгол улсын иргэн бүрд 300,000 төгрөг олгох шийдвэр гагасан. Дээрх шийдвэрүүд цар тахлын үед тасалдсан орлогын эх үүсвэрийг нөхөх, хямралд өртсөн ААН-үүдийг сэргээх нөлөө үзүүлж байна.

Хүснэгт 19 2021 он, Хүүхдийн мөнгөн тэтгэмжийн нөлөө

2021 Хүүхдийн мөнгө олгох бодлогын үр нөлөө			
№	Салбарууд	Өөрчлөлт	
		Эцсийн хэрэглээ	Нийт хэрэглээ
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	8.6%	6.0%
2	Уул уурхай, олборлолт	0.0%	0.2%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	1.8%	1.7%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	13.9%	3.4%
5	Усан хангамж; бохир ус, хог, хаягдын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	0.0%	0.4%
6	Барилга	0.0%	0.4%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	3.5%	2.5%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	1.1%	1.3%
9	Зочид буудал, байр, сүүц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	0.0%	0.5%
10	Мэдээлэл, холбоо	9.2%	4.9%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	0.0%	1.4%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	1.8%	1.8%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	0.0%	0.9%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	0.0%	1.1%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалал	0.0%	0.1%
16	Боловсрол	2.7%	2.7%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	5.0%	4.8%
18	Урлаг, үзвэр, тоглоом, наадам	19.2%	15.1%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.7%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.0%
	Нийт	1.8%	1.8%

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Хүүхдийн мөнгөн тэтгэмжийг нэмэгдүүлэн олгосноор 2021 оны ДНБ-д 1.8 хувийн өсөлтийн нөлөө үзүүлжээ.

Хүснэгт 20 2021 он, иргэн бүрд 300 мянган төгрөг олгох шийдвэрийн нөлөө

№	Салбарууд	2021 онд иргэн бүрд 300 мянган төгрөг олгох нөлөө	
		Өөрчлөлт Эцсийн хэрэглээ	Нийт хэрэглээ
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	11.5%	8.0%
2	Уул уурхай, олборлолт	0.0%	0.2%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	2.4%	2.2%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	18.6%	4.5%
5	Усан хангамж; бохир ус, хог, хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	0.0%	0.6%
6	Барилга	0.0%	0.5%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	4.8%	3.4%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	1.5%	1.8%
9	Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	0.0%	0.7%
10	Мэдээлэл, холбоо	12.4%	6.6%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	0.0%	1.9%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	2.4%	2.5%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	0.0%	1.2%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	0.0%	1.5%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалал	0.0%	0.1%
16	Боловсрол	3.7%	3.6%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	6.7%	6.4%
18	Урлаг, үзвэр, тоглоом, наадам	25.8%	20.3%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.9%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.0%
	Нийт	2.5%	2.4%

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Монгол улсын засгийн газрын цар тахлын эсрэг авч буй хариу арга хэмжээ болох иргэн бүрд 300 мянган төгрөг олгосноор ДНБ-д 2.4 хувийн өсөлтийн нөлөө үзүүлж байна.

Хүснэгт 21 Эдийн засгийг дэмжих бодлогын нөлөө, 2021 он

№	Салбарууд	2021 онд эдийн засгийг дэмжих бодлогын нөлөө	
		Өөрчлөлт Эцсийн хэрэглээ	Нийт хэрэглээ
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	20.0%	14.0%
2	Уул уурхай, олборлолт	0.0%	0.4%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	4.2%	3.9%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	32.5%	7.9%
5	Усан хангамж; бохир ус, хог, хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	0.0%	1.0%
6	Барилга	0.0%	0.9%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	8.3%	5.9%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	2.7%	3.1%
9	Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	0.0%	1.2%
10	Мэдээлэл, холбоо	21.6%	11.5%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	0.0%	3.2%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	4.2%	4.3%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	0.0%	2.1%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	0.0%	2.7%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалал	0.0%	0.2%
16	Боловсрол	6.4%	6.3%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	11.8%	11.2%
18	Урлаг, үзвэр, тоглоом, наадам	45.1%	35.5%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	0.0%	1.6%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.0%
	Нийт	4.3%	4.2%

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Хүүхдийн мөнгөн тэтгэмжийн хүрээнд 750 тэрбум төгрөг, харин иргэн бүрд олгох 300 мянган төгрөгийн тэтгэмжийн хүрээнд 1007 тэрбум төгрөг тус тус зарцуулагджээ. Энэхүү хоёр шийдвэр Монгол улсын ДНБ-д 4.2 хувийн өсөлтийн нөлөө шууд байдлаар үзүүлжээ.

Хүснэгт 22 2021 оны эдийн засгийн төлөв байдал I, II-р улирал

2021 оны I,II улирлын Монгол улсын эдийн салбарын гарц			
№	Салбарууд	Өөрчлөлт	
		Эцсийн хэрэглээ	Нийт хэрэглээ
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	6.7%	-0.7%
2	Уул уурхай, олборлолт	-12.9%	-12.7%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	-13.8%	-13.4%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	28.7%	-2.7%
5	Усан хангамж; бохир ус, хог, хаягдын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	0.0%	-1.8%
6	Барилга	-16.3%	-14.2%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	-7.1%	-9.0%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	-16.8%	-13.3%
9	Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	-22.2%	-18.3%
10	Мэдээлэл, холбоо	11.8%	0.1%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	-11.0%	-9.9%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	4.2%	1.4%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	0.0%	-4.3%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	0.0%	-5.3%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалал	0.0%	-0.8%
16	Боловсрол	6.4%	6.1%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	11.8%	10.3%
18	Урлаг, үзвэр, тоглоом, наадам	26.4%	19.3%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	0.0%	-2.3%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.0%
	Нийт	-8.2%	-8.6%

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Хил хаах, зорчигч тээврийн хөдөлгөөнийг зогсоох, цагаан сарыг өргөнөөр тэмдэглэхгүй байх, орон нутаг болон хотын хооронд тээврийн хэрэгслийн хөдөлгөөнийг хязгаарлах, олон нийт оролцсон арга хэмжээг хязгаарлах, зарим үйлчилгээний цагийг хязгаарлах шийдвэрүүдийн нөлөө буюу цар тахлын **сөрөг шок** болон цар тахалтай тэмцэх эдийн засгийн сэргээх бодлогуудын үүсгэж буй **эрэг шокын** нөлөөгөөр 2021 оны эхний хагас жилийн Монгол улсын ДНБ 8.6 хувиар агшиж байна. Үүнд ХАА-н салбарын гарц 12.7 хувиар, боловсруулах үйлдвэрлэлийн гарц 13.4 хувиар, барилгын салбарын гарц 14.2 хувиар, тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагааны салбарын гарц 13.3 хувиар тус тус буусан байна. Харин боловсролын салбарын гарц 6.1 хувиар, эрүүл мэндийн салбарын гарц 10.3 хувиар өссөн байна.

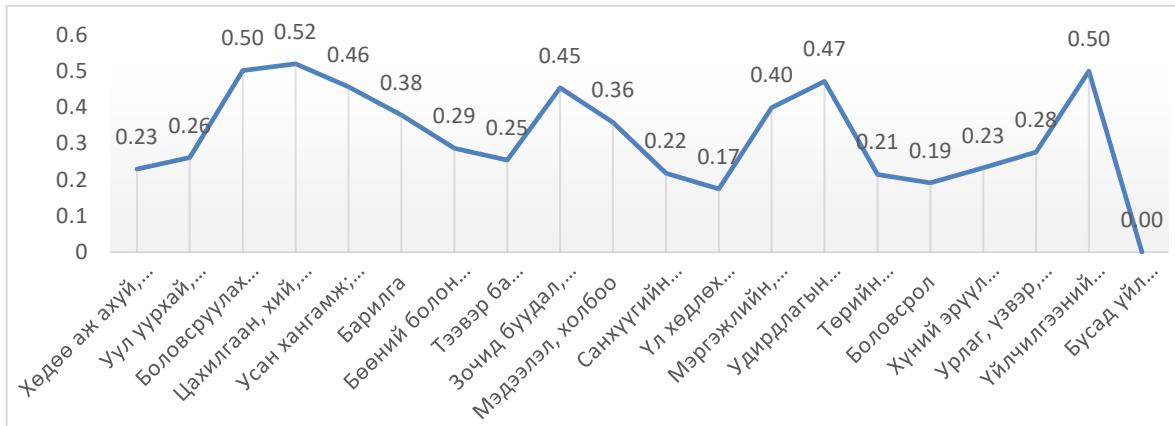
Вакцинжуулалт идэвхитэй явагдаж 2021/05/04-ны байдлаар 1 сая иргэнд I, II тунг хийсэн байна. Хэрэв энэ хурдаар нийт иргэдийн 60-70 хувийг дархлаажуулж чадвал 6 сард цар тахлаас бүрэн ангижирж, ахин хөл хорио тогтоож, зай барих, ААН-үүдийн үйл ажиллагааг хязгаарлахгүй юм. Иймд хэрэв дархлаажуулалт сайн байвал цар тахлын нийлүүлэлтийн шок эдийн засагт нөлөө үзүүлэхгүй билээ. Дараагийн хэсэгт цар тахлын хямарлаас гарах арга, хэрэгслийн талаар болон бодлогын зөвлөмжийг дэлгэрэнгүй авч үзнэ.

2.5 Урагшлах болон буцах холбоо

Салбаруудын буцах холбоо нь тухайн үйлдвэрлэлийн салбар болон түүний завсрлын бусад орцоо авдаг бусад салбаруудын харилцан хамаарлыг харуулдаг. Өөрөөр хэлбэл тухайн салбарын нийт үйлдвэрлэл өсвөл тухайн салбарын эрэлтийг нэмэгдүүлэх (худалдан авалт) бөгөөд ингэснээр энэ салбарын үйлдвэрлэлд хэрэглэгдэх бусад салбарын бүтээгдэхүүн (орц) нэмэгдэнэ. Энэ нь тухайн салбарын бусад салбаруудаас худалдан авах орцын хэмжээ буюу буцах холбоо юм. Эдийн засгийн салбаруудын хувьд боловсруулах үйлдвэрлэлийн болон цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамжийн салбарууд буцах

холбоо өндөр байна. Мөн зочид буудал, байр сууц болон нийтийн хоолны салбар, удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагааны салбар, үйлчилгээний бусад үйл ажиллагааны салбарууд буцах холбоо ихтэй буюу тухайн салбарын нийт бүтээгдэхүүний 48 хувь нь орц буюу бусад салбараас авч буй түүхий эд байна. (зураг 15)

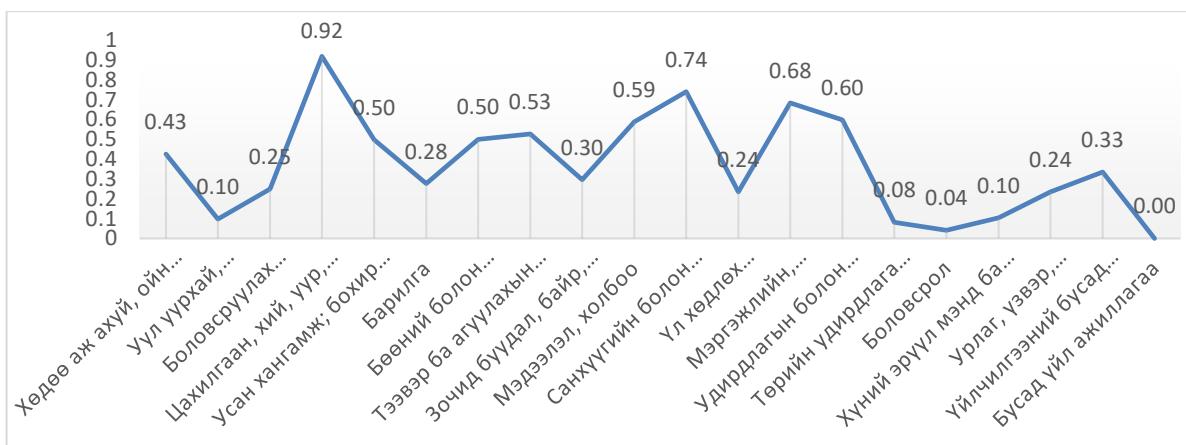
Зураг 15 Салбаруудын буцах холбоо



Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Харин урагшлах холбоо нь тухайн салбарын үйлдвэрлэл бусад салбаруудад хэрэглэгдэж байгаа харилцаа холбоог харуулдаг. Үүнд эдийн засгийн салбаруудын хувьд цахилгаан, хий, уур хангамжийн салбар, санхүүгийн болон даатгалын салбар, мэргэжлийн шинжлэх ухаан техникийн үйл ажиллагааны салбарууд хамгийн өндөр урагшлах холбоотой байна. (зураг 16)

Зураг 16 Салбаруудын урагшлах холбоо



Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Буцах болон урагшлах холбоо хамгийн өндөр салбарууд эдийн засгийн хамгийн үр ашигтай салбарууд байдаг. Өөрөөр хэлбэл тухайн үр ашигтай салбарын үйлдвэрлэл өсөхөд бусад салбаруудын үйлдвэрлэлд эерэгээр нөлөөлж, эрэлтийг өсгөж, нийлүүлэлтийг мөн өсгөх боломжтой байдаг. Иймд эдийн засгийн үр ашигтай буюу онцлох салбарууд руу чиглэсэн бодлого боловсруулж тухайн салбарын үйлдвэрлэл өсөж, улмаар үржүүлэгчийн нөлөөгөөр эдийн засагт дэмжлэг болдог билээ. Иймд Монгол улсын голлох буюу онцлох салбарууд дараах 9 салбарыг гэж үзэж байна.

Хүснэгт 23 Эдийн засгийн үр ашигтай салбарууд

№	Үр ашигтай салбарууд, онцлох салбарууд	Коэффицент
1	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	1.44
2	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	1.08
3	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	1.07
4	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	0.96
5	Усан хангамж; бохир ус, хог, хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	0.95
6	Мэдээлэл, холбоо	0.95
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	0.79
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	0.78
9	Боловсруулах үйлдвэрлэл	0.75

Иймд бид эдийн засгийг цаашид сэргээхийн тулд эдийн засгийн хамгийн үр ашигтай 9 салбаруудыг дэжсэн бодлого, хөтөлбөр явуулснаар энэхүү эдийн засгийн хямралыг хурдан хугацаанд даван туулж чадах юм.

2.6 Хөл хорио тогтоосноор үүсэх хохирол

2021 оны 6-р сараас хойш өндөржүүлсэн бэлэн байдлын зэрэгт байвал үүсэх нийлүүлэлтийн шокыг тооцоолов. Хэрэв нэг сарын турш тогтоовол ДНБ-д 2.6 хувийн, хоёр сарын турш тогтоовол ДНБ-д 5.2 хувийн, зургаан сар буюу хагас жилийн турш тогтоовол ДНБ-д 15.7 хувийн алдагдал тус тус үүсэж байна. Иймд цаашид өндөржүүлсэн бэлэн байдлын зэргийг бууруулж бүх салбарын үйл ажиллагааг нээх шаардлагатай.(Хүснэгт 24)

Хүснэгт 24 Өндөржүүлсэн бэлэн байдал тогтоосноор үүсэх хохирол

№	Салбарууд	Нийт хэрэглээний өөрчлөлт		
		1 сарын турш	2 сарын турш	6 сарын турш
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	-2.9%	-5.7%	-17.2%
2	Уул үүрхай, олборлолт	-3.4%	-6.8%	-20.5%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	-2.7%	-5.3%	-16.0%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж	-2.3%	-4.5%	-13.5%
5	Усан хангамж; бохир ус, хог, хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	-0.5%	-1.1%	-3.3%
6	Барилга	-2.6%	-5.1%	-15.4%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	-2.9%	-5.8%	-17.5%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	-3.9%	-7.7%	-23.1%
9	Зочид буудал, байр, сууц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	-4.1%	-8.2%	-24.5%
10	Мэдээлэл, холбоо	-2.4%	-4.7%	-14.1%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	-2.0%	-4.1%	-12.2%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	-0.6%	-1.2%	-3.6%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	-1.3%	-2.6%	-7.8%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	-1.7%	-3.3%	-10.0%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалал	-0.2%	-0.4%	-1.3%
16	Боловсрол	0.0%	-0.1%	-0.2%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	-0.2%	-0.4%	-1.2%
18	Урлаг, үзвэр, тоглоом, наадам	-6.8%	-13.7%	-41.1%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	-3.0%	-6.1%	-18.2%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.0%	0.0%
	Нийт	-2.6%	-5.2%	-15.7%

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Хүснэгт 25 Хатуу хөл хорионоос үүсэх хохирол

№	Салбарууд	Цаашид бүх нийтийн бэлэн байдал тогтоосноор үүсэх нөлөө			
		7 хоног	14 хоног	21 хоног	28 хоног
1	Хөдөө аж ахуй, ойн аж ахуй, загас барилт, ан агнуур	-1.1%	-2.3%	-3.4%	-4.5%
2	Уул уурхай, олборлолт	-0.7%	-1.5%	-2.2%	-3.0%
3	Боловсруулах үйлдвэрлэл	-1.5%	-3.1%	-4.6%	-6.2%
4	Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хамгамж	-0.8%	-1.6%	-2.4%	-3.2%
5	Усан хамгамж; бохир үс, хог, хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа	-0.2%	-0.5%	-0.7%	-0.9%
6	Барилга	-1.3%	-2.5%	-3.8%	-5.1%
7	Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ	-1.1%	-2.3%	-3.4%	-4.6%
8	Тээвэр ба агуулахын үйл ажиллагаа	-1.1%	-2.1%	-3.2%	-4.3%
9	Зочид буудал, байр, сүүц болон нийтийн хоолны үйлчилгээ	-1.4%	-2.8%	-4.2%	-5.6%
10	Мэдээлэл, холбоо	-0.8%	-1.7%	-2.5%	-3.4%
11	Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа	-0.8%	-1.5%	-2.3%	-3.1%
12	Үл хөдлөх хөрөнгийн үйл ажиллагаа	-0.2%	-0.4%	-0.7%	-0.9%
13	Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа	-0.5%	-1.0%	-1.5%	-2.0%
14	Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа	-0.6%	-1.2%	-1.8%	-2.4%
15	Төрийн удирдлага ба батлан хамгаалах үйл ажиллагаа, албан журмын нийгмийн хамгаалал	-0.1%	-0.2%	-0.2%	-0.3%
16	Боловсрол	0.0%	0.0%	0.0%	-0.1%
17	Хүний эрүүл мэнд ба нийгмийн үйл ажиллагаа	-0.1%	-0.2%	-0.2%	-0.3%
18	Урлаг, үзвэр, тоглоом, наадам	-1.6%	-3.3%	-4.9%	-6.5%
19	Үйлчилгээний бусад үйл ажиллагаа	-1.3%	-2.6%	-3.9%	-5.2%
20	Бусад үйл ажиллагаа	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Нийт	-1.0%	-1.9%	-2.9%	-3.8%

Эх сурвалжс: Судлаачин тооцоолол

Хатуу хөл хориог цаашид ахин тогтоовол бизнесийн салбаруудын гарцад хэрхэн өөрчлөлт орохыг тооцоолов. (Хүснэгт 25) Хэрэв 7 хоног хатуу хөл хорио тогтоовол ДНБ-д 1 хувийн агшилт үүсэж байна. Харин 14 хоног хатуу хөл хорио тогтоовол ДНБ-д 1.9 хувийн, 21 хоног тогтоовол 2.9 хувийн, 28 хоног тогтоовол 3.8 хувийн агшилтын нөлөө үзүүлж байна.

III БҮЛЭГ. ДҮГНЭЛТ

Бид энэхүү судалгааны хүрээнд Монгол улсын салбар хоорондын тэнцэл дээр орц-гарцын шинжилгээг хийж, корона вируст цар тахлын нийгэм, эдийн засагт үзүүлж буй нөлөөг тооцсон ба одоо үүсэж буй тодорхой бус байдлыг багасгаж чадсан юм. Мөн Монгол улсын засгийн газрын цар тахлын эсрэг авч буй хариу арга хэмжээний үр дүнг тодорхойлсон юм. Тодруулбал 2020 оны хувьд хил хаах, зорчигч тээврийн хөдөлгөөнийг зогсоох, цагаан сарыг өргөнөөр тэмдэглэхгүй байх, орон нутаг болон хотын хооронд тээврийн хэрэгслийн хөдөлгөөнийг хязгаарлах, олон нийт оролцсон арга хэмжээг хязгаарлах, зарим үйлчилгээний цагийг хязгаарлах шийдвэрүүдийн нөлөө буюу цар тахлын **серөг шок** (14.5%-н ДНБ бууралт) болон цар тахалтай тэмцэх эдийн засгийн сэргээх бодлогуудын үүсгэж буй **эрэг шокын** нөлөөгөөр (5.8%-н ДНБ өсөлт) 2020 оны Монгол улсын ДНБ 8.7%-р агшжээ.

Харин 2021 оны хувьд Монгол улсын эдийн засаг тус оны эхний хагас жилийн Монгол улсын ДНБ 8.6 хувиар агшиж байна. Үүнд цар тахлын эсрэг хэрэгжүүлж буй бодлогын нөлөөгөөр ДНБ 4.2 хувиар өссөн бол цар тахлын улмаас ДНБ 12.9 хувиар агших нөлөө харагдаж байна. Энэ нь зөвхөн 2021 оны эхний хагас жилд эдийн засагт үүсэх нөлөөг тооцсон статистик үр дүн юм. Иймд цаашид дархлаажуулалтын ажил үр дүнтэй байж хөл хорио суларж ААН-үүдийн бизнес хэвийн горимд шилжвэл 2021 оны ДНБ 8.6 хувиар агшина. Харин цар тахал намжихгүй өнгөрсөн нэг жил гаран байсан шиг хагас болон бүтэн хөл хорио байсаар байвал эдийн засгийн төлөв байдал, хэрхэн өөрчлөгдж, ямар байх таамаглалыг дэвшүүллээ. (хүснэгт 24, хүснэгт 25)

Энэхүү эдийн засгийн хямраалаас хурдан хугацаанд гаражын тулд голлох салбаруудын алдагдлыг багасагахаас гадна буцах болон урагшлах холбоо хамгийн өндөр

салбаруудын гарцыг ихэсгэх, ДНБ-д эзлэх хувийг өсгөх шаардлагатай. Учир нь буцах болон урагшлах холбоо хамгийн өндөр салбарууд эдийн засгийн хамгийн үр ашигтай салбарууд байдаг. Өөрөөр хэлбэл тухайн үр ашигтай салбарын үйлдвэрлэл өсөхөд бусад салбаруудын үйлдвэрлэлд эерэгээр нөлөөлж, эрэлтийг өсгөж, нийлүүлэлтийг мөн өсгөх боломжтой байдаг. Иймд эдийн засгийн үр ашигтай буюу онцлох салбарууд руу чиглэсэн бодлого боловсруулж тухайн салбарын үйлдвэрлэл өсөж, улмаар үргүүлэгчийн нөлөөгөөр эдийн засагт дэмжлэг болдог билээ. Иймд Монгол улсын голлох буюу онцлох салбаруудыг дараах 9 салбар гэж тооцоолж байна.

- Цахилгаан, хий, уур, агааржуулалтын хангамж
- Мэргэжлийн, шинжлэх ухаан болон техникийн үйл ажиллагаа
- Удирдлагын болон дэмжлэг үзүүлэх үйл ажиллагаа
- Санхүүгийн болон даатгалын үйл ажиллагаа
- Усан хангамж, бохир ус, хог хаягдлын менежмент болон цэвэрлэх үйл ажиллагаа
- Мэдээлэл холбоо
- Бөөний болон жижиглэн худалдаа, машин, мотоциклийн засвар, үйлчилгээ
- Тээвэр болон агуулахын үйл ажиллагаа
- Боловсруулах үйлдвэрлэл

Монгол улсын эдийн засгийн цар тахлын хариу арга хэмжээний хүрээнд хэрэгжүүлж буй төсвийн буюу сангийн бодлого үр дүнтэй байсан гэж дүгнэж байна. 2020 онд тус бодлогын хүрээнд ДНБ-д 5.8%-н өсөлтийн нөлөө, 2021 онд ДНБ-д 4.2%-н өсөлтийн нөлөөг үзүүлсэн байна. Өөрөөр хэлбэл хариу арга хэмжээ авч эдийн засагт үүсэж буй орлогын бууралтын шокыг нөхөж өгснөөр бид харьцангуй бага хямралтай нүүр тулаад байна. Цаашид урт хугацаанд илүү үр дүнтэй бодлогуудыг хэрэгжүүлэх шаардалагатай. Үүнд:

Хөл хорионы үед ААН-үүд бизнесээ зогсоосон ба энэ үед эргэлтийн хөрөнгийн хомсдолтой болсон. Иймд энэхүү хямарсан ААН-үүдийг дэмжих зорилгоор, эргэлтийн хөрөнгийн тусламж үзүүлж болно. Өөрөөр хэлбэл Оюун-Эрдэнэ ерөнхий сайдын шинэ засгийн газрын 10 их наядын төсөлд багтсан 3 хувийн ААН-г дэмжих зээл шаардлагатай тусламж болох юм. Энэхүү зээлийн шаардлагыг сулруулж, аль болох их ААН-үүдэд бизнесээ сэргээх эргэлтийн хөрөнгийн дэмжлэг үзүүлж байж энэ хямралаас гарж чадна.

Энэхүү цар тахал нэг талаас маш том хямралыг үүсгэж байгаа ч нөгөө талаас эдийн засгийн салбаруудын бүтцийг өөрчлөх боломж олгож байна. Өөрөөр хэлбэл эдийн засгийн үр ашиг өндөр 9 салбарыг хөгжүүлснээр ДНБ-н өсөлт нэмэгдэж, тухайн салбаруудын нийт бүтээгдэхүүн нэмэгдэх ба улмаар бусад салбарын нийт бүтээгдэхүүнд үргүүлэгчийн нөлөөгөөр их хэмжээний нөлөөг үзүүлж чадах юм.

Хүүхдийн мөнгөн тэтгэмжийг 2021 оны 7-р сарын 1 хүртэл 100,000 болгосон шийдвэрийг эргэн харж, тус хугацаанд шууд болих тохиолдолд хөл хорионоос болж тасалдаад байсан орлогод их хэмжээний нөлөө үзүүлнэ. Өөрөөр хэлбэл 2020 онд тус бодлогын нөлөөнд үүссэн 2 хувийн өсөлт, 2021 онд тус бодлогын хүрээнд үүссэн 1.8 хувийн өсөлтүүд шууд байхгүй болно. Иймд хэвийн үйл ажиллагаагаа явуулж чадаагүй иргэдийн орлого тус хэмжээгээр буурч мөнгөний эргэлтийн бууралт үснэ. Зах зээл бэлэн мөнгөний гачигдалд орно. Иймд тус мөнгөн тэтгэмжийг шууд багасгалгүй, шат дарааллын дагуу бууруулвал гэнэтийн нөлөө ажиглагдахгүй юм.

НОМ ЗҮЙ

- АХБ. (2019). Монгол улсын эдийн засаг-202.
- Г.Батхуяг, Б.Мөнхбаяр. (2020). “*Ковид-19 цар тахлын Монголын бизнест узүүлэх нөлөөллийн судалгаа*”.
- MYXAYT. (2020). “*Хөл хорионы үеийн бизнесийн тайлан*”.
- MYXAYT. (2020). *Хөл хорионы үеийн бизнесийн нөхцөл байдлын судалгааны үр дүн*.
- MYXAYT.
- YCХ. (2019). *Үндэсний тооцоо*.
- YCХ. (2020). *Корона вирус ба эдийн засаг 10-р сар*. Улаанбаатар: YCХ.
- YCХ. (n.d.). *Салбар хоорондын тэнцлийн үр дүнг шинжилгээ, судалгаанд ашиглах нь*. Улаанбаатар: YCХ.
- YCХ-н Ц.Тэгшжаргал, YХГ-н Г.Цэнд-Аюуш. (2017). *Салбар хоорондын тэнцлийн үндсэн шинжилгээ 2010-2015*.

ХАВСРАЛТ

Хавсралт 1 СХТ-н 20x20 загвар

Хавсралт 2 СХТ-н А матриц

№	A matrix																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	0.083	0.001	0.166	0.000	0.001	0.000	0.032	0.000	0.000	0.001	0.001	0.002	0.003	0.008	0.000	0.003	0.000	0.003	0.000	
2	0.001	0.025	0.061	0.108	0.005	0.011	0.002	0.003	0.004	0.006	0.001	0.000	0.003	0.009	0.001	0.001	0.000	0.003	0.006	0.000
3	0.015	0.024	0.083	0.006	0.010	0.124	0.016	0.013	0.250	0.020	0.009	0.003	0.027	0.037	0.010	0.029	0.035	0.010	0.066	0.000
4	0.004	0.017	0.030	0.371	0.199	0.014	0.023	0.010	0.023	0.032	0.012	0.012	0.023	0.049	0.031	0.079	0.042	0.078	0.066	0.000
5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.084	0.002	0.000	0.000	0.004	0.001	0.000	0.000	0.000	0.011	0.001	0.005	0.005	0.002	0.002	0.000
6	0.017	0.044	0.023	0.007	0.010	0.022	0.008	0.006	0.009	0.010	0.006	0.119	0.015	0.007	0.012	0.013	0.011	0.024	0.039	0.000
7	0.030	0.044	0.059	0.012	0.018	0.104	0.029	0.075	0.052	0.053	0.006	0.006	0.037	0.037	0.010	0.013	0.047	0.017	0.026	0.000
8	0.017	0.049	0.018	0.010	0.024	0.014	0.095	0.063	0.017	0.019	0.005	0.002	0.067	0.076	0.012	0.006	0.004	0.013	0.030	0.000
9	0.000	0.004	0.003	0.001	0.004	0.005	0.011	0.005	0.004	0.013	0.004	0.000	0.012	0.025	0.001	0.002	0.003	0.012	0.005	0.000
10	0.001	0.007	0.010	0.002	0.006	0.014	0.010	0.021	0.009	0.092	0.032	0.004	0.036	0.042	0.016	0.007	0.007	0.013	0.032	0.000
11	0.045	0.026	0.026	0.001	0.056	0.035	0.028	0.023	0.009	0.016	0.035	0.004	0.068	0.052	0.004	0.004	0.002	0.012	0.004	0.000
12	0.002	0.004	0.004	0.000	0.007	0.002	0.031	0.007	0.012	0.021	0.026	0.009	0.024	0.035	0.007	0.005	0.002	0.030	0.057	0.000
13	0.003	0.006	0.007	0.000	0.021	0.014	0.004	0.003	0.008	0.018	0.058	0.005	0.064	0.024	0.072	0.016	0.023	0.034	0.090	0.000
14	0.007	0.006	0.007	0.001	0.006	0.004	0.009	0.017	0.035	0.006	0.002	0.014	0.055	0.003	0.001	0.001	0.007	0.033	0.000	
15	0.000	0.003	0.001	0.000	0.006	0.009	0.003	0.002	0.002	0.010	0.000	0.001	0.005	0.008	0.000	0.002	0.003	0.000	0.000	
16	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.003	0.000	0.001	0.001	0.015	0.009	0.000	0.002	0.004	0.000	
17	0.000	0.001	0.001	0.000	0.000	0.000	0.002	0.003	0.000	0.002	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.040	0.000	0.008	
18	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.009	0.007	0.000	0.000	0.017	0.006	0.000	
19	0.002	0.001	0.001	0.000	0.001	0.002	0.000	0.008	0.012	0.008	0.000	0.002	0.000	0.000	0.000	0.001	0.001	0.022	0.000	
20	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	

Хавсралт 3 СХТ-н Б матриц буюу Бүрэн зардлын матриц

	B=(I-A)^{-1}																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	1.05622	0.008636	0.201116	0.004478	0.005286	0.028135	0.006097	0.00492	0.086766	0.008391	0.004228	0.00468	0.013606	0.006203	0.010106	0.017526	0.005595	0.02165	0	
2	0.005106	1.033144	0.077494	0.178485	0.047821	0.026264	0.010257	0.008593	0.029824	0.018578	0.00697	0.006448	0.014061	0.027003	0.009856	0.018227	0.012909	0.020749	0.029287	0
3	0.024934	0.039612	1.10799	0.020581	0.023871	0.149432	0.029292	0.023961	0.283567	0.0392	0.020139	0.023371	0.046004	0.065262	0.020192	0.038641	0.047145	0.024254	0.094918	0
4	0.01458	0.037778	0.066243	1.599921	0.356203	0.042134	0.048976	0.028579	0.06276	0.072378	0.030797	0.026471	0.055058	0.102541	0.063559	0.133637	0.080458	0.137324	0.131542	0
5	0.000186	0.000398	0.000621	0.000313	0.001607	0.00264	0.00052	0.000744	0.004798	0.001529	0.000474	0.000423	0.000824	0.001029	0.011669	0.001219	0.005844	0.002575	0.002866	0
6	0.022204	0.050549	0.036544	0.020844	0.019726	1.031464	0.016251	0.011072	0.023267	0.020315	0.014352	0.125202	0.025432	0.020459	0.017931	0.017883	0.016061	0.032969	0.057644	0
7	0.0425	0.063022	0.088334	0.034905	0.037151	0.128762	1.0478	0.0911	0.065356	0.07442	0.01806	0.023524	0.060859	0.064541	0.022434	0.023803	0.06132	0.032051	0.057874	0
8	0.027911	0.064475	0.042626	0.032198	0.042911	0.03788	0.111891	1.081122	0.040515	0.039947	0.015646	0.008978	0.089652	0.103091	0.024931	0.014212	0.016997	0.026196	0.057849	0
9	0.001944	0.005918	0.006244	0.002645	0.007217	0.008781	0.013826	0.008291	1.007274	0.017273	0.006708	0.001819	0.015967	0.030459	0.003433	0.003582	0.004563	0.014467	0.009997	0
10	0.007048	0.014431	0.020367	0.007579	0.015157	0.025437	0.029313	0.030263	0.019854	1.110436	0.042301	0.008588	0.051758	0.059949	0.024201	0.011709	0.012244	0.020554	0.049146	0
11	0.0563	0.035963	0.048662	0.010518	0.071865	0.050884	0.037722	0.032724	0.029061	0.028985	1.0405	0.011868	0.085295	0.069488	0.014767	0.009408	0.009935	0.021162	0.024786	0
12	0.006005	0.00929	0.010852	0.003327	0.021708	0.009782	0.036205	0.013918	0.019434	0.030396	0.032189	1.011612	0.033136	0.046351	0.012003	0.00752	0.005776	0.034476	0.067509	0
13	0.008645	0.012124	0.014975	0.003848	0.031954	0.023159	0.009785	0.008108	0.01594	0.027633	0.06823	0.009581	1.077497	0.037046	0.079973	0.019516	0.027848	0.041301	0.106002	0
14	0.001005	0.010573	0.013079	0.004453	0.010933	0.010158	0.014331	0.022017	0.023802	0.04441	0.010866	0.00386	0.021966	1.066007	0.006326	0.003605	0.00423	0.011286	0.042819	0
15	0.000661	0.003819	0.002893	0.001018	0.007079	0.011025	0.003853	0.004247	0.003572	0.012287	0.001171	0.002207	0.006838	0.010523	1.001155	0.002281	0.03843	0.001467	0.00257	0
16	0.000275	0.000501	0.000492	0.000368	0.000937	0.000693	0.000478	0.000807	0.001838	0.003401	0.00025	0.001747	0.001393	0.015189	1.00194	0.000712	0.002738	0.004604	0	
17	0.000455	0.001252	0.002	0.000478	0.000715	0.003302	0.000405	0.002316	0.001395	0.002917	0.000527	0.000626	0.001304	0.001212	0.000379	0.000381	1.042003	0.000545	0.008883	0
18	0.000209	0.000516	0.000648	0.00022	0.000345	0.000516	0.000828	0.000791	0.000882	0.00116	0.000411	0.000226	0.001701	0.009922	0.007723	0.000315	0.000237	1.017134	0.007189	0
19	0.002857	0.000203	0.002977	0.000958	0.002013	0.003968	0.002879	0.002045	0.010387	0.013583	0.00916	0.002518	0.003961	0.000832	0.000086	0.000072	0.001891	1.024436	0	
20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

КОВИД-19-ИЙН ҮЕИЙН МАКРО ОНОВЧТОЙ БОДЛОГУУД, ЦААШДЫН ЧИГ ХАНДЛАГА

СЭЗИС-ийн оюутан Ц.Дагвацэнд,Х.Хашбат

ХУРААНГУЙ

2020 оны хувьд COVID-19 тахалтай холбоотойгоор ихэнх салбарын үйл ажиллагааг хязгаарлаж, улмаар нийт үйлдвэрлэл буурч эдийн засгийн хүндхэн сорилттой тулгарсан жил байлаа. Үүний эсрэг Монголбанк болон Засгийн газраас хэд хэдэн бодлого хэрэгжүүлсэн юм. Тухайлбал, бодлогын хүүг 6 хувь хүртэл бууруулж, хүүхдийн мөнгийг 100,000 төгрөг болгож, НДШ-ийн хэмжээг бууруулж, хөл хорионы үед иргэн бүрд 300,000 төгрөгийн дэмжлэг үзүүлэх гэх мэт бодлогууд хэрэгжүүлээд байна. Эдгээр бодлогууд нь нийт хэрэглээг урамшуулах замаар нийт эрэлтийг дэмжиж эдийн засгийг сэргээнэ гэсэн таамаглалтай байсан боловч бодит байдал дээр хүмүүсийн хадгаламжийн хэмжээ эрс нэмэгдэж, хэрэглээ хумигдаж байгаа нь эдийн засагчид, судлаачдын анхаарлыг татсан сонирхолтой сэдэв болоод байна.

Судалгаанаас үзэхэд хэрвээ бодлогын хүүг 1 хувиар нэмэгдүүлбэл эдийн засаг эхний хэдэн улирлал буурч, инфляцын түвшин буурч, төгрөгийн ханш чангарах төлөвтэй байна. Мөнгөний нийлүүлэлтийг өсгөх нь эдийн засагт ээрэг нөлөөтэй хэдий ч инфляцын түвшинг ихээр нэмэгдүүлж, төгрөгийн ханшийг сулруулж байгаа үр дүн гарав. Харин иргэн бүрд 300,000 төгрөгийг дахин тараавал эдийн засаг 1.5 хувиар эхний 3 улирал өсөх хэдий ч инфляц 4-р улирлаас 4 гаруй хувиар өсөж, төгрөгийн ханш 3.8 хувиар сулрахаар байна. Стресс тестийн арга ашиглан монголын эдийн засгийг таамаглахад хамгийн муудаа 18 хувиар унах боломжтой хэмээн үзсэн. Мөн хадгаламжийн хэмжээ яагаад өсөөд байгааг гурван аргумент дэвшүүлж түүнийгээ эмпирик байдлаар баталсан билээ.

Түлхүүр үгс: Мөнгөний бодлого, Төсвийн бодлого, Ковид-19, SVAR загвар, Хадгаламж

УДИРТГАЛ

Макро эдийн засгийн бодлого нь Мөнгөний бодлого болон Төсвийн бодлого гэсэн хоёр бодлогоор дамжин хэрэгжиж, нийт эрэлтийг дэмжих замаар эдийн засагт нөлөөлдөг. Мөнгөний бодлого нь мөнгөөр дамжуулан эдийн засгийн өсөлт, инфляц, валютын ханш, төлбөрийн тэнцэл зэрэгт нөлөөлдөг бол Төсвийн бодлого нь засгийн газрын зардал, татварын бодлогоор дамжин урт хугацааны эдийн засгийн тогтвортой өсөлтийг бий болгодог бодлогын арга хэрэгслүүд билээ. 2020 он гарснаас хойш Мөнгөний бодлогын хорооны ээлжит болон ээлжит бус хурлын шийдвэрээр бодлогын хүүг нийт 5 нэгж хувиар бууруулж б хувьд хүргэжээ (Хавсралт 1). Бодлогын хүүг бууруулах шийдвэр нь инфляцын зорилтыг алдагдуулахгүйгээр эдийн засгийн болон санхүүгийн тогтвортой байдлыг дэмжихэд чиглэсэн арга хэмжээ юм. Үүний зэрэгцээ засгийн газраас эдийн засгийн тогтвортой өсөлтийг бий болгохын тулд 18 нас хүртэлх хүүхэд бүрд олгож байсан хүүхдийн мөнгөн тэтгэмжийг нэмэгдүүлж 100'000 төгрөг болгож, мөн 2021 оны 4-р сарын 10-ны өдрийн хөл хориогоор иргэн бүрд 300'000 төгрөгийн дэмжлэг үзүүлэх гэх мэт бодлогууд хэрэгжүүлээд байгаа билээ (Хавсралт 2).

Монголбанкнаас хэрэгжүүлж байгаа мөнгөний бодлогын арга хэмжээнүүд болон засгийн газраас авч хэрэгжүүлж байгаа төсвийн бодлогууд нь эдийн засгийн өсөлт, инфляц, валютын ханш гэх мэт эдийн засгийн үзүүлэлтүүдэд ямар нөлөө үзүүлсэн бэ? Цаашид ямар бодлого хэрэгжүүлэх нь богино хугацаандаа илүү үр дүнгээ өгөх вэ? гэдэг асуудлууд бидний өмнө тулгарч байна. Үүнийг шийдвэхийн тулд динамик шинжилгээ хийн харуулах бөгөөд цаашид хэрэгжүүлэх бодлогын талаар SVAR (бүтцийн авторегрессив) загварын үнэлгээг ашиглан, хэд хэдэн бодлогын хувилбаруудыг санал болгох нь чухал ач холбогдолтой юм. Тухайлбал, Ковид-19 цар тахлын үед хэрэгжүүлсэн арга хэмжээнүүд болох бодлогын хүүгийн бууралт, мөнгөний нийлүүлэлтийн өсөлт, хүүхдийн мөнгөн тэтгэмж болон төрөл бүрийн зорилтот халамжуудын хэмжээг нэмэгдүүлэх арга хэмжээнүүд нь нийт эдийн засагт хэрхэн үр нөлөөтэй байгааг тодорхойлж, цаашид Хятадын эдийн засаг сэргэх, түүхий эдийн үнэ өсөх, төсвийн зарлагыг нэмэгдүүлэх, татварын орлогыг өсгөх, бодлогын хүүг өсгөх нь эдийн засагт хэрхэн нөлөөлөх талаар авч үзэж, цаашдын чиг хандлагыг тодорхойлоход энэхүү судалгааны гол зорилго оршино.

1. СУДЛАГДСАН БАЙДАЛ

1.1 Монголд судлагдсан байдал

Ц.Батсүх (2020) нь 2019 оны сүүлчээс тархсан шинэ төрлийн коронавирусээс үүдэлтэй Хятадын эдийн засгийн удаашралт дэлхийн зах зээл дэх эрдэс бүтээгдэхүүний үнийг бууруулснаар, гадаад худалдааны сувгаар дамжин Монгол Улсын эдийн засагт үзүүлж буй нөлөөг хугацааны цувааны вектор авторегрессив загвар ашиглан, динамик шинжилгээ хийсэн байна. Энэхүү судалгааг хийхдээ 2001 оны I улирлаас 2020 оны IV улирлын үзүүлэлтүүдийг ашиглажээ. Уг судалгааны үр дүнд экспортын хувьд хилийн хоригийг түргэн цуцлахын хэрээр алдагдал харьцангуй багасах ба валютын ханшийг тогтвортжуулах зорилгоор интервенц хийх, төсвөөс эдийн засгийг өсөлтийг дэмжих зарлагыг нэмэгдүүлэх бодлогууд нь экспортын бууруултыг ихэсгэх нөлөөтэй байна гэжээ. Мөн богино хугацаанд дотоодын эдийн засгийн голлох үзүүлэлтүүд болох эдийн засгийн өсөлт, инфляцийн төлөв, зээлийн захын нөхцөлөө харвал бодлогын хүү бууруулах, заавал байлгах нөөцийн нормыг багасгах зэргээр мөнгөний нийлүүлэлтийг нэмэгдүүлэх, иргэдэд орлогын дэмжлэг үзүүлэх, татвараас чөлөөлж төсвөөс эдийн засгийг дэмжих бодлогын үйлдлүүд 1-ээс 2 улирлын туршид үр дүнгээ өгч, тодорхой эерэг нөлөө гарахаар байна хэмээн үзжээ (Ц.Батсүх, 2020).

Л.Даваажаргал, О.Цолмон (2019) нар “Төсвийн бодлого эдийн засгийн өсөлтийг дэмждэг үү?” хэмээх судалгааны ажлаараа Монгол улсын төсвийн бодлогын макро эдийн засагт үзүүлж буй нөлөөллийг VAR болон Threshold SVAR (Босго утгат бүтцийн VAR) загвар ашиглан судалжээ. Тус судалгааны үр дүнгээс харахад Монгол улсын төсвийн алдагдал нэмэгдэх нь эдийн засгийн өсөлтийг сааруулах (төсвийн алдагдал 10 хувиар нэмэгдэхэд ДНБ-ийн өсөлт 3 нэгжээр буурч байна), ханш сулруулах, бодлогын хүүг өсгөх нөлөөтэй байдаг байна. Мөн төсвийн бодлогын шокийн бодит эдийн засагт нөлөөлөх 4 гол сувгийг нарийвчлан судалсан бөгөөд эдгээрээс гадаад өрийн суваг хамгийн хүчтэй нөлөөтэй байна гэж үзжээ (Л.Даваажаргал; О.Цолмон, 2019).

П.Гантөмөр, Ж.Дэлгэрсайхан (2019) нар нь “Монгол Улсын Төсөв-Мөнгөний бодлогын хэрэгжилт, харилцан хамаарал, эдийн засагт үзүүлэх нөлөө” судалгааны ажлаар мөнгө, сангийн бодлогын хэрэгжилт, тэдгээрийн макро эдийн засгийн хүчин зүйлсэд үзүүлэх нөлөөлөл болон хоорондын харилцан хамаарлыг тодорхойлох, үр дүнг ашиглан төсөв, мөнгөний бодлогын хүрээнд санал зөвлөмж боловсруулжээ. Судалгааны үр дүнд 2018 онд мөнгөний тэлэх бодлого,

сангийн хумих бодлого хэрэгжүүлсэн бөгөөд энэ нь нийт үйлдвэрлэлд эерэгээр нөлөөлсөн гэсэн үр дүн гарчээ. Мөн DOLS загварын үнэлгээ хийсэн ба ДНБ-д бодлогын хүүнээс бусад мөнгөний үзүүлэлтүүд хүчтэй нөлөөлдөг ба төсвийн зардалд мөнгөний нийлүүлэлт, бодлогын хүү нөлөөтэй, бодлогын хүүд төсөв нөлөөгүй гэсэн үр дүнгүүд тус тус гарсан байна (П.Гантэмөр, Ж.Дэлгэрсайхан, 2019).

1.2 Гадаадад судлагдсан байдал

Христиан Грисс (2020) нь Швейцарын мөнгөний бодлого валютын ханшид хэрхэн нөлөө үзүүлэхийг бүтцийн VAR загварын тусламжтайгаар 2000-2011 оны долоо хоногийн өгөгдлийг ашиглан судалсан байна. Швейцар шиг жижиг нээлттэй эдийн засагтай улс орны хувьд валютын ханш нь мөнгөний бодлогыг дамжуулах чухал сувгуудын нэг билээ. Судалгааны үр дунд бодлогын хүүгийн өсөлт нь валютын ханшыг буюу Швейцарын франкыг өсгөж гэж дүгнэжээ (Grisse, 2020).

Туле, Онипеде болон Годдэй (2019) нар нь “Жижиг нээлттэй эдийн засаг дахь мөнгөний болон төсвийн бодлогын хослол: Нигер улсын жишээ” хэмээх судалгааны ажлаараа мөнгөний болон төсвийн бодлогын хоорондын уялдаа холбоог Нигер улсын 2003-2017 оны сарын өгөгдлийг ашиглан SVAR загварын тусламжтайгаар үнэлжээ. Судалгааны үр дунд мөнгөний тэлэх бодлого нь эдийн засагт эерэг нөлөөтэй бол төсвийн тэлэх бодлого нь эдийн засгийн өсөлтийг шууд бий болгодоггүй ба хүүгийн түвшинд нөлөө үзүүлдэггүй болохыг харуулжээ. Түүнчлэн хариу үйлдлийн муруйнаас харахад төсвийн бодлогын шок нь инфляцид хүчтэй нөлөөтэй байсан бол газрын тосны үнийн шок нь эдийн засгийн өсөлтөд хүчтэй эерэг нөлөө үзүүлж байсан байна. (Moses, Samuel, & Godday, 2019)

Форхад, Хомайфар, Салимулах (2017) нар нь Бангладешийн мөнгөний бодлогын шилжилтийн нөлөөг 1972-2014 оны өгөгдөл ашиглан SVAR загварын үнэлгээ хийсэн юм. Судалгааны үр дунд мөнгөний бодлогын шокын нөлөө нь богино хугацаанд бодит нийт үйлдвэрлэл, үнэ, валютын ханшид нөлөөлдөг болох нь тогтоогдсон байна. Мөнгөний нийлүүлэлтийн өсөлтийн нөлөө нь инфляцид дарамт үзүүлж улмаар Бангладешийн Такагийн ханшийг сулруулдаг гэж үзжээ (A.R. Forhad, G.A. Homaifar, A.H.M. Salimullah, 2017).

2. ОНОЛ АРГА ЗҮЙ

Бүтцийн векторавторегрессив загвар (SVAR)

Судалгаа, шинжилгээнд макро эдийн засгийн дотоод, гадаад олон хувьсагчийн хамаарлыг илүү нарийн тусгах эконометрикийн загварууд нь VAR (вектор авторегрессив) төрлийн загвар юм. Энэ төрлийн загварууд нь динамик хамаарлыг илэрхийлэх боломжтой байдаг тул макро эдийн засгийн судалгаанд өргөн ашиглагддаг. Ялангуяа бүтцийн вектор авторегрессив (SVAR) загвар нь эдийн засгийн онол, макро эдийн засгийн ерөнхий тэнцвэрийн загваруудад тулгуурлан хувьсагчдын харилцан хамаарлыг тогтоодог учир сүүлийн үед өргөн ашиглагдах болжээ.

Макро эдийн засгийн бүтцийн ерөнхий хамаарлыг стандарт VAR загвараар дараах байдлаар илэрхийлж болно гэж үздэг (Pfaff, 2008).

$$Ay_t = C(L)y_t + Bu_t \quad (1)$$

Энд:

y - макро эдийн засгийн хувьсагчуудын хэмжээст вектор

u - үл хамаарах, нэгэн ижил тархалттай стохастик шокын вектор, $u_t \sim N(0, I)$

$I_{k \times k}$ - нэгж матриц

A - агшин зуурын хамаарлыг илэрхийлэгч матриц

$C(L)$ - хугацааны хожимдлын оператор

B - стохастик шокын стандарт алдааны матрицыг тус тус илэрхийлнэ.

Уг тэгшитгэл нь эх олонлогийн загвар бөгөөд үүнийг үнэлэхийн тулд A матрицыг үл бөхөх матриц байна гэсэн нөхцөл тавьсны үндсэн дээр дараах хэлбэрт хувирган стандарт VAR загвар буюу хязгаарлалтгүй VAR загварыг үнэлдэг.

$$y_t = A^{-1}C(L)y_t + A^{-1}Bu_t \quad (2)$$

Дээрх тэгшитгэлийг дараах байдлаар эмхэтгэн бичиж болно:

$$y_t = \Phi(L)y_t + e_t \quad (3)$$

Энд $\Phi(L) = A^{-1}C(L)$, $e_t = A^{-1}B$ –тэй тэнцүү байна. Сүүлийн хэлбэрийн хязгаарлалтгүй VAR загварыг үнэлж, e_t - үлдэгдлийг олж, гэнэтийн шокод үзүүлэх хариу үйлдлийг шинжилдэг. Хязгаарлалтгүй VAR загварт системийн бүтцийн хувьд эдийн засгийн онолын үүднээс тодорхой хязгаарлалтуудыг тавьснаар бүтцийн VAR загвар тодорхойлогддог. VAR загварын e_t - үлдэгдлийг олсноор санамсаргүй стохастик үлдэгдэл $A^{-1}Bu_t$ –ийг дараах байдлаар үнэлэх боломжтой.

$$A^{-1}Bu_t = e_t \quad (4)$$

Тэгшитгэлийг доорх байдлаар хувирган бичье:

$$Ae_t = Bu_t \quad (5)$$

Энэ тэгшитгэлийн A болон B матрицад хязгаарлалт тавих замаар SVAR загварыг үнэлдэг. Хязгаарлалтыг үндсэндээ хоёр байдлаар хийдэг бөгөөд хамгийн түгээмэл ашиглагддаг арга нь Чолескийн задаргаа юм. Чолескийн задаргаагаар A болон B матрицуудыг доорх хэлбэртэй байна гэсэн шаардлагыг тавьдаг:

$$A = \begin{pmatrix} 1 & 0 & \cdots & 0 \\ a_{21} & 1 & \cdots & 0 \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{k1} & a_{k2} & \cdots & 1 \end{pmatrix}, \quad B = \begin{pmatrix} b_{11} & 0 & \cdots & 0 \\ 0 & b_{22} & \cdots & 0 \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & 0 & \cdots & b_{kk} \end{pmatrix} \quad (6)$$

Дээрх хязгаарлалтын тусламжтайгаар макро эдийн засгийн хувьсагчдын шокуудын бие биедээ үзүүлэх нөлөөг системтэйгээр тогтоож байгаа бөгөөд A матрицын 1-р мөрөнд хамгийн экзоген шинжтэй хувьсагч буюу гаднаас тодорхойлогддог хувьсагч, матрицын мөрийн дугаар нэмэгдэхийн хэрээр хувьсагчид илүү эндоген шинжтэй болж, хамгийн сүүлийн мөрөнд харгалзах хувьсагч бусад сонгогдсон хувьсагчдаас хамгийн эндоген хувьсагч буюу бусад бүх үзүүлэлтүүдээс хамаардаг хувьсагч байх байдлаар хувьсагчдын харилцан хамаарлыг эрэмбэлж байгааг илэрхийлдэг (Enders, 1995).

3. ШИНЖИЛГЭЭНИЙ ХЭСЭГ

Энэхүү хэсэгт YCX, Монголбанкнаас гаргасан 2000 оны I улирлаас 2020 оны IV улирал хүртэлх өгөгдлийг улирлын нөлөөг арилгаж, өмнөх оны тухайн улиралтай харьцуулсан өсөлтийн хувийг ашиглаж шинжилгээ хийсэн болно.

3.1 Өгөгдлийн шинжилгээ

Хүснэгт 1. Хувьсагчдын тодорхойлогч статистик

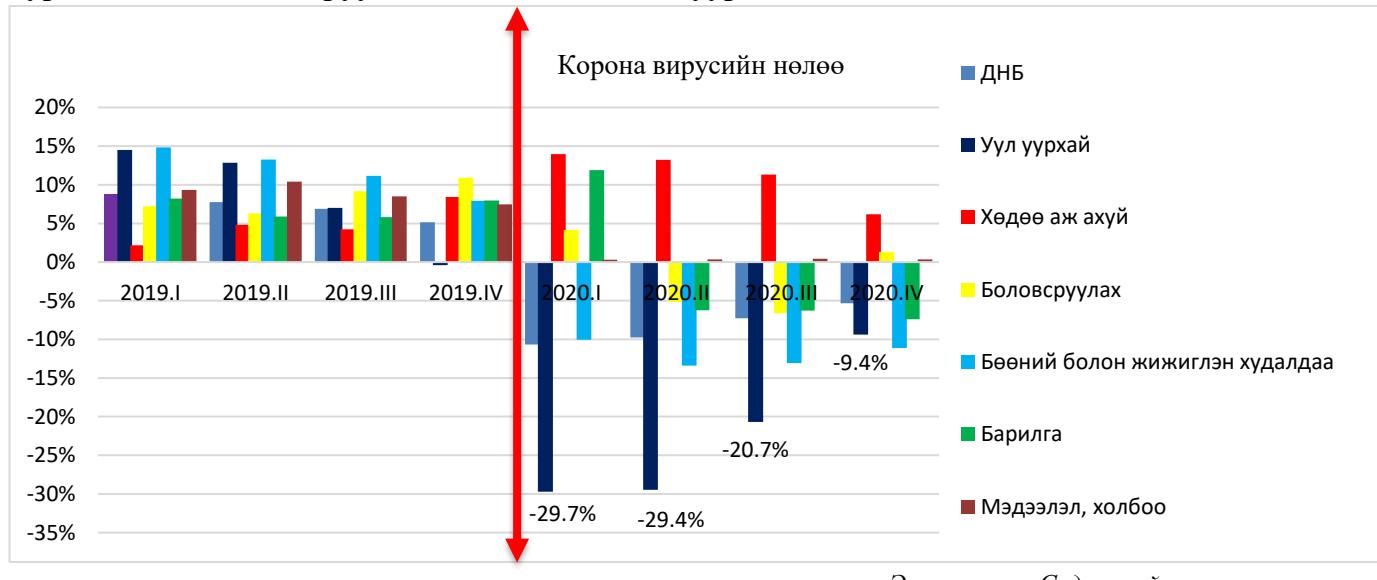
	Хятадын эдийн засгийн өсөлт	Түүхий эдийн үйний индекс	Экспортын өсөлт	Мөнгөний нийлүүлэлт ийн өсөлт	Төсвийн зарлагын ДНБ-д эзлэх %	Татварын орлогын ДНБ-д эзлэх %	Монголын эдийн засгийн өсөлт	Инфляцийн түвшин	Ам долларын хангшийн өсөлт	Чанаргүй зээл	Бодлогын хүү
Дундаж	8.7	4.9	17.3	26.2	60.3	46.5	7.0	8.2	5.3	7.6	10.8
Медиан	8.1	7.9	16.9	24.2	54.1	46.6	7.2	6.7	3.5	6.7	11.0
Хамгийн их	14.6	49.2	72.6	66.6	126.5	93	20.4	32.5	30.5	17.4	15.7
Хамгийн бага	-6.6	-40.4	-44.3	-5.6	22.3	16.6	-10.2	-1.9	-12.9	2.8	4.3
Стандарт хазайлт	3.0	20.2	28.0	16.7	29.5	21.91	6.4	6.4	8.8	3.3	2.7
Хэлтийлт	-1.4	-0.2	-0.1	0.2	0.5	0.4	-0.1	1.5	0.8	1.0	-0.6
Овойлт	8.0	-0.4	-0.6	-0.2	2.1	2	0.1	3.4	0.8	0.8	-0.1
Жаркью-Верагийн тест	240.2	1.4	1.5	0.5	6.1	5.4	0.1	68.0	10.8	15.9	4.7
Магадлал	0.00	0.49	0.47	0.79	0.04	0.06	0.95	0.00	0.00	0.00	0.09

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

- 2001 оны I улирлаас 2020 оны IV улирал хүртэлх өгөгдөл Хятадын эдийн засгийн өмнөх жилийн тухайн үетэй харьцуулсан улирлын өсөлтийн дундаж нь 8.7 хувь, медиан өсөлт нь 8.1 хувь, хамгийн их өсөлт нь 15 хувь, хамгийн багадаа 6.6 хувиар буурсан байна.
- Түүхий эдийн үнийн индексийн өсөлт хамгийн ихдээ 49.2 хувиар өссөн бол хамгийн багадаа 40.4 хувиар буурчээ. Дундаж өсөлт нь 4.9 хувь, медиан өсөлт 7.9 хувь байна.
- Монгол улсын экспортын өсөлт хамгийн ихдээ 72 хувиар өссөн бол хамгийн багадаа 44 хувиар буурсан ажээ. Дундаж өсөлт 17 хувь, медиан өсөлт 16.9 хувьтай байна.
- Монгол улсын мөнгөний нийлүүлэлтийн улирлын дундаж өсөлт 26 хувь, медиан өсөлт 24 хувьтай байна. Мөн мөнгөний нийлүүлэлтийн өсөлт хамгийн ихдээ 66 хувиар өссөн бол хамгийн багадаа 5.6 хувиар буурч байжээ.
- Төсвийн зарлагын дундаж өсөлт 20 хувь, медиан өсөлт 16.7 хувь байна.
- Монголын эдийн засгийн өсөлт хамгийн ихдээ 32.5 хувиар өссөн бол хамгийн багадаа 2 хувиар буурчээ. Мөн дундаж өсөлт 8.2 хувьтай байна.
- Инфляцийн түвшин хамгийн ихдээ 32.5 байсан бол хамгийн багадаа -1.9 байжээ. Дундаж инфляц 8.2 хувь байна.
- Ам.долларын ханшийн дундаж өсөлт 5.3 хувь байгаа бол хамгийн ихдээ 30.5 хувиар өссөн үзүүлэлттэй байна.
- Чанаргүй зээлийн нийт зээлд эзлэх дундаж хувь хэмжээ 7.6 хувь, медиан хэмжээ 6.7 хувь байгаа бол хамгийн ихдээ 17.4 хувь байна.
- Төв банкны бодлогын хүү хамгийн ихдээ 15 хувь, дундаж хувь нь 10.8, медиан хувь 11 байна.

3.2 Ковид 19 ба Эдийн засаг

Зураг 1. Голлох салбаруудын 2020 оны өсөлт, бууралт



- Манай улсын эдийн засаг 2019 онд харьцангуй тогтвортой өсөлттэй байсан бөгөөд 2020 оны 1-р улиралд 10.7 хувь хүртэл унаж, аажмаар сэргэн 2020 оны 4-р улиралд 5.3 хувийн уналттай байна.
- Уул уурхайн салбар нь 2020 онд хамгийн их уналттай байсан бөгөөд эхний 2 улиралд 30 орчим хувиар буурч аажмаар өсөн 4-р улиралд 9.4 хувиар буурсан үзүүлэлттэй байна. Энэхүү бууралт нь хэд хэдэн удаагийн хил хаасантай холбоотой мөн дэлхийн зах зээл дээрх түүхий эдийн үнүүдийн бууралттай холбоотой билээ.
- Хөдөө аж ахуйн салбарын хувьд 2020 онд бусад салбаруудаасаа хамгийн өндөр өсөлттэй байсан бөгөөд эхний 2 улиралд 14 орчим хувиар өссөн байна. Энэ салбарын хувьд цар тахлын сөрөг нөлөө харьцангуй бага байгаа нь малын ашиг шимиийн бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэл 5.9 хувиар өссөнтэй холбоотой.
- Бөөний болон жижиглэн худалдаа салбар нь 2020 оны турш 10-13 хувийн уналттай байсан билээ. Энэхүү уналт нь хил хаасантай мөн хэд хэдэн удаагийн хөл хориотой холбоотой. Хүмүүсийн хэрэглээ буурч, улмаар нийт эрэлтийг бууруулж энэхүү салбарт хүчтэй сөрөг нөлөө үзүүлээд байгаа билээ.
- Барилга, боловсруулах үйлдвэрлэлийн хувьд тодорхой хэмжээний уналттай байсан хэдий ч харьцангуй тогтвортой харин мэдээлэл, харилцаа холбооны салбарын хувьд бага зэргийн өсөлттэй байсан байна.

3.3 Ковид 19 ба нийт хадгаламж

Ковид-19 цар тахлын үеэр хүмүүсийн хэрэглээ буурч, хуримтлал, дансны үлдэгдэл нэмэгдээд байгаа буюу онолын ойлголтоос зөрөөд байгаа юм. Энэхүү үйл явц нь бодлого боловсруулагчид, судлаачдын анхаарлыг ихээхэн татаад байна. Ковид-19 цар тахалтай байсан сүүлийн 12 сарын хугацаанд эдийн засаг дахь нийт мөнгө буюу M2 мөнгө өмнөх оны мөн үеэс 19.8 хувиар өссөн харагдаж байна. Харин нийт хадгаламж өмнөх оны мөн үеэс 25.2 хувиар өссөн байна (Хавсралт 6).

Яагаад хадгаламж өсөх болов? гэдэг асуултад хариулах гурван аргументийг авч үзье.

1. Цар тахлын үед засгийн газраас хэд хэдэн бодлогын арга хэмжээ явуулсантай холбоотой. Тухайлбал, хүүхдийн мөнгөн тэтгэмжийг 100,000 төгрөг болгож, НДШ-ийн хэмжээг бууруулж, ипотекийн зээлийн төлбөрийг хүү хуримтлагдахгүйгээр хойшлуулах, ус, цахилгааны төлбөрийг чөлөөлсөн гэх бодлогуудыг хэрэгжүүлээд байна. Мөн 2021.04.10-ны өдөр хөл хорио тогтоохтой холбоотой иргэн бүрт 300,000

төгрөгийн дэмжлэг үзүүлээд байгаа нь хуримтлал үүсэх, хадгаламж нэмэгдэх нөхцөлийг үүсгээд байна.

2. Манай улсын хувьд цар тахлын үед хэд хэдэн удаа онцгой байдал зарлаж, хөл хорио тогтоосон билээ. Энэ үед хүмүүсийн хөдөлгөөний эрчим эрс буурч, өрхүүд зайлшгүй шаардлагатай зүйлсэд л зарцуулалт хийхээс бусдаар зардал, хэрэглээгээ бууруулсан (зарим дэлгүүр, үйлчилгээний газрууд нь угаасаа ажиллахгүй) тул хуримтлал нэмэгдэхэд нөлөөлсөн. (Хавсралт 7)-с харахад 2020 оны 11-р сарын 10-ны өдрөөс 12-р сарын 10-ны өдрийн хөл хорио нь хүмүүсийн хөдөлгөөний эрчимиийг их хэмжээгээр бууруулсан буюу -70 орчимд хүргэсэн байна. Харин 2020.12.23-aac 2021.01.06 хүртэлх тогтоосон хөл хориогоор хүмүүсийн хөдөлгөөний эрчим бага зэрэг нэмэгдсэн хэдий ч - 60 орчимд байна. Цагаан сарын үеэр тогтоосон хөл хорио буюу 2021.02.11-2021.02.23 хооронд хөдөлгөөний эрчим -72 орчимд байна. Хамгийн сүүлд тогтоосон хөл хорио буюу 2021.04.10-05.08 хооронд хүмүүсийн хөдөлгөөний эрчим өмнөх хорионуудтай харьцуулахад харьцангуй муу байсан буюу -50 орчимд байгаа билээ. Эдгээр хөл хорионы үед хадгаламжийн хэмжээ эрс нэмэгдэж байгаа бөгөөд 2021 оны 3-р сарын байдлаар өмнөх оны тухайн сартай харьцуулахад 28.7% хүртэл өссөн байгаа билээ.
3. Ж.М.Кейнс 1936 онд бичсэн “Ажил эрхлэлт, хүү болон мөнгөний ерөнхий онол” номондоо дурдсанаар эдийн засгийн хямралын үед иргэдийн хүлээлтэд тодорхой бус байдал үүсдэг бөгөөд, ирээдүйд тогтвортой орлоготой байх эсэх дээр итгэл муу байдаг учир одоогийн орлогоо хэрэглэх бус, хуримтлуулах үйл хөдлөл рүү шилждэг. Иймд хувийн секторын хэрэглээ, хөрөнгө оруулалт буурч, эдийн засгийн уналт улам хурцаддаг болохыг тэрээр тайлбарласан. (Хавсралт 8) Нийт хадгаламжийн хэмжээ болон хэрэглэгчийн итгэлийн индекс (ХИИ) хоёрын хамаарлыг харуулав. 2020 оны эхний улирал буюу манай улсад анх хөл хорио тогтоосон үеэс эхлэн нийт хадгаламжийн хэмжээ огцом нэмэгдсэн буюу 2021 оны эхний улирал гэхэд 25.2 хувьд хүрсэн. Анх хөл хорио тавигдах үед хүмүүсийн ирээдүйн хүлээлт, эдийн засаг сэргэнэ гэсэн итгэл буурсан бөгөөд ирээдүйн тодорхой бус байдал нь хүмүүсийг орлогоо хуримтлуулах сэдэл төрүүлсэн. Харин 2-р улиралд хөл хорио бага зэрэг суларч, дотоодын ихэнх салбарын үйл ажиллагаа хэвийн түвшиндээ явагдаж байсан учир хүмүүсийн итгэлийн индекс өссөн үзүүлэлттэй харагдаж байна. Улмаар 3-р улиралд дотооддоо цар тахал алдсан буюу хатуу хөл хорио тогтоосноор хэрэглэгчийн итгэлийн индекс огцом буурч, үүнтэй зэрэгцэн хадгаламжийн хэмжээ өссөн дүр зураг харагдаж байна. Ямартаа ч

манай оронд Ковид-19 цар тахлын үед, тэр дундаа тухайн үед авч хэрэгжүүлсэн бодлого, арга хэмжээний нөлөөгөөр нийт иргэдийн хадгаламж өссөн нь тодорхой байна.

3.4 БҮТЦИЙН АВТОРЕГРЕССИВ ЗАГВАРЫН БОДЛОГЫН ХУВИЛБАРУУД

Хятадын эдийн засгийн өсөлт : Хятадын эдийн засгийн өсөлтийн талаарх олон улсын байгууллагуудын хийсэн судалгааны ажлуудыг харах замаар бүтцийн авторегрессив (SVAR) загварын шокыг хятадын эдийн засгийн ДНБ-ний өсөлт хэмээх хувьсагч дээр өгнө. Энэхүү хувьсагч нь гадаад хүчин зүйлийг илэрхийлэх хувьсагч байх болно.

Таамаглал хийсэн эх сурвалж	Таамаг
Bloomberg	2021 оны жилийн өсөлт 6 хувь
OECD	2021 оны жилийн өсөлт 7.8 хувь
IMF	2021 оны жилийн өсөлт 8.1 хувь
World bank	2021 оны жилийн өсөлт 5 хувь
Дундаж	2021 оны жилийн өсөлт 6.8 хувь

(Хавсралт 9) хариу үйлдийн муруйнаас дараах дүнэлтийг хийж болохоор байна. Үүнд:

- Түүхий эдийн үнийн индекс 4-р улирал хүртэл өсөлт нь 20 орчим хувь байх төлөвтэй бөгөөд Хятадын эдийн засгийн өсөлтийн нөлөө 6 дугаар улирлаас арилж байна.
- Манай улсын экспорт эхний 2 улиралд 8 хувиар өсөх бөгөөд тус нөлөө нь 2-р улирлын төгсгөлд арилахаар байна.
- Манай эдийн засгийн өсөлт эхний 2 улиралд 2.9 хувиар өсөхөөр байна.
- Инфляцын түвшин 4-р улиралаас 5.1 хувь хүртэл өсөх төлөвтэй байна.
- Америк долларын ханш 4-р улирал хүртэл 6.1 хувиар сулрахаар байна.

Бодлогын хүү нэмэгдүүлэх: Мөнгөний бодлогын гол арга хэрэгсэл

(Хавсралт 10) харуй үйлдлийн муруйнаас дараах дүгнэлтийг хийж болохоор байна. Үүнд:

- Мөнгөний нийлүүлэлт 4-р улирал хүртэл 3.1 хувиар буурах ба бодлогын хүүгийн шокын нөлөө 6-р улирлаас арилахаар байна.
- Манай эдийн засгийн өсөлт эхний 4-н улиралд 0.7 орчим хувиар буурахаар байна.
- Инфляцын түвшин 4-р улирлаас буурах хандлагатай байна.
- Америк долларын ханш 3-р улирал хүртэл 1.1 хувиар сулрахаар байна.
- Чанаргүй зээлийн нийт зээлд эзлэх хувь 3-р улирлын дунд үеэс өсөх хандлагатай байна.

Мөнгөний нийлүүлэлтийг өсгөх: Мөнгөний бодлогын гол арга хэрэгсэл

(Хавсралт 11) харуй үйлдлийн муруйнаас дараах дүгнэлтийг хийж болохоор байна. Үүнд:

- Манай эдийн засгийн өсөлт эхний 3 улиралд 1.8 хүртэлх хувиар өсөж, 7-р улирал хүртэл буурах төлөвтгэй байна.
- Инфляцын түвшин 6-р улирал хүртэл 1.35 хувиар өсөхөөр байна.
- Чанаргүй зээлийн нийт зээлд эзлэх хувь 6-р улирал хүртэл буурахаар байна.

Төсвийн зардал нэмэгдүүлэх : 2021 оны 04 сарын 8-ны өдөр хөл хорио тогтоохтой холбоотой иргэн бүрт 300,000 төгрөгийн мөнгөн дэмжлэгийг засгийн газраас үзүүлэх шийдвэр гаргасан. Тус шийдвэрийг гаргадаг өдөр монгол улсын хүн амын тоо 3,423,829 иргэн байсан бөгөөд нийт төсөв 1.02 их наяд төгрөг болсон байна. Энэхүү төсөв нь 2020 оны дотоодын нийт бүтээгдэхүүний 2.7%-ийг эзлэж байгаа билээ. Иймд дахиад иргэн бүрт 300,000 төгрөг тараавал 2.7%-ийн шокийг төсвийн зарлагад өгөх төлөвтэй байна.

(Хавсралт 12) харуй үйлдлийн муруйнаас дараах дүгнэлтийг хийж болохоор байна. Үүнд:

- Монголын эдийн засгийн өсөлт эхний 3 улиралд 1.5 хувиар өсөхөөр байна.
- Инфляцын түвшин 3-р улирлын дунд үеэс өсөж 4 гаруй хувиар нэмэгдэхээр байна.
- Америк долларын ханш 3-р улирал хүртэл 3.8 хувиар чангараах төлөвтэй байна.
- Чанаргүй зээлийн нийт зээлд эзлэх хувь буурах хандлагатай байна.

3.4.1 Стресс тестийн арга

Энэхүү хэсэгт *CTPECC TEST*-ийн арга ашиглан үнэлгээ хийж монголын эдийн засгийн өсөлтийг таамаглана. Хятадын эдийн засгийн өсөлт, түүхий эдийн үнийн индексийн өсөлт, бодлогын хүү, мөнгөний нийлүүлэлтийн өсөлт, төсвийн зарлагын ДНБ-д эзлэх хувь, татварын орлогын ДНБ-д эзлэх хувь зэрэг хувьсагчдын 2000 оноос хойших хамгийн муу буюу хамгийн их уналттай байсан үзүүлэлтүүдийг ашиглан шок өгч хариу үйлдлийн муруйн дээр шинжилгээ хийнэ.

(Хавсралт 13) дээрх харуй үйлдлийн муруйнаас дараах дүгнэлтийг хийж болохоор байна. Үүнд:

- Хятадын эдийн засгийн өсөлт 6.6 хувь буурах, түүхий эдийн үнийн индекс 40.4 хувь буурах, мөнгөний нийлүүлэлт 30 хувь буурах, төсвийн зарлагын ДНБ-д эзлэх хувь 38 хувь буурах, татварын орлогын ДНБ-д эзлэх хувь 47 хувь өсөх үед Монголын эдийн засгийн өсөлт хамгийн муудаа 18 хувиар унах төлөвтэй харагдаж байна.

ДҮГНЭЛТ

2020 оны хувьд COVID-19 тахалтай холбоотойгоор ихэнх салбарын үйл ажиллагааг хязгаарлаж, улмаар нийт үйлдвэрлэл буурч эдийн засгийн хүндхэн сорилттой тулгарсан жил байлаа. Монголбанкнаас хэрэгжүүлсэн мөнгөний бодлогын арга хэмжээнүүд болон засгийн газраас авч хэрэгжүүлж байгаа төсвийн бодлогууд нь эдийн засгийн өсөлт, инфляц, валютын ханш гэх мэт эдийн засгийн үзүүлэлтүүдэд ямар нөлөө үзүүлэх, цаашид ямар бодлого хэрэгжүүлэх нь богино хугацаандаа илүү үр дүнгээ өгөх талаар судлах нь чухал ач холбогдолтой юм. Энэхүү судалгаагаар монгол болон гадаад улсад судлагдсан ажлууд дээр үндэслэн, үндэсний статистикийн хороо болон монголбанкны статистикаас гаргасан 2001 оны I улирлаас 2020 оны IV улирал хүртэлх улирлын өгөгдлийг ашиглан шинжилгээ хийллээ.

Ковид-19 цар тахлын үеэр хүмүүсийн хэрэглээ буурч, хуримтлал, дансны үлдэгдэл нэмэгдээд байгаа буюу онолын ойлголтоос зөрөөд байгаа шалтгааныг гурван аргумент дэвшүүлэн баталлаа. Цар тахалтай холбоотой засгийн газраас хэрэгжүүлж буй бодлогууд (хүүхдийн 100,000 төгрөг, ус цахилгааны төлбөр хөнгөлөлт, 300,000 төгрөгийн тусламж г.м) нь хүмүүсийн харилцах данс, хуримтлалыг өсгөж, хөл хорио хэд хэдэн удаа тогтоосонтой холбоотой хүмүүсийн хөдөлгөөний эрчим эрс буурч, өрхүүд зайлшгүй шаардлагатай зүйлсэд л зарцуулалт хийхээс бусдаар зардал, хэрэглээгээ бууруулжээ (Хавсралт 6). Мөн хямралын үед хүмүүсийн ирээдүйдээ итгэх итгэл нь буурч одоогийн хэрэглээгээ бууруулж, хуримтлалаа өсгөж байгааг хэрэглэгчийн итгэлийн индекс дээр тулгуурлан харуулсан билээ (Хавсралт 7). Ковид-19 цар тахал нь манай улсын эдийн засгийн голлох салбаруудын ихэнхд нь сөрөг нөлөө үзүүлсэн бөгөөд уул уурхайн салбар 30 орчим хувиар буурсан, бөөний болон жижиглэн худалдааны салбар 13 орчим хувиар буурсан бол хөдөө аж ахуйн салбар нь 14 орчим хувь өссөн үзүүлэлттэй байлаа. Бүтцийн авторегрессив загвар ашиглан экзоген шок буюу хятадын эдийн засгийн өсөлт, түүхий эдийн үнийн өсөлт мөн мөнгөний болон төсвийн зөвлөн бодлогууд эдийн засагт хэрхэн нөлөөлж байгааг судлахад хятадын эдийн засаг 6.8 хувь өсөх нөлөө нь манай улсын эдийн засгийг 1.9 хувиар, экспортыг 8 орчим хувиар нэмэгдүүлж байсан бол бодлогын хүүг 1 хувиар өсгөхөд эдийн засгийг эхний 3 улиралд 0.7 хувиар бууруулсан билээ. Мөнгөний нийлүүлэлтийг өсгөх нь эдийн засагт болон инфляцид зэрэг нөлөө үзүүлж, төгрөгийн ханш болон чанаргүй зээлд сөрөг нөлөө үзүүлхээр байна. Харин төсвийн зарлагыг нэмэгдүүлэх буюу иргэн бүрд дахин 300,000 төгрөг тараавал эдийн засагт 1.5 хувийн өсөлтөөр нөлөөлөх хэдий ч инфляцыг 4 орчим хувиар өсгөж, төгрөгийн ханшийг 3.8 хувиар сулруулахаар байна.

Стресс тестиийн арга ашиглан дээрх шокуудыг хамгийн муу үзүүлэлтээр нь авч үзэхэд Монголын эдийн засаг хамгийн муудаа 18 хувиар унах боломжтой гэж үзсэн билээ.

САНАЛ, ЗӨВЛӨМЖ

- Засгийн газраас хэрэгжүүлж буй мөнгөн дэмжлэгүүд нь хүмүүсийн хэрэглээг дэмжихгүй нийт эрэлтэд бага нөлөөлж, хуримтлалыг нэмэгдүүлж бодлогын хэрэгжилтийг хавтгайруулж байгаа тул мөнгөн дэмжлэгээс өөр боломжит хувилбарууд хэрэгжүүлбэл үр дүнтэй байх болно.
- Бодлогын хүүг 1 хувиар өсгөх нь эхний 3 улиралд эдийн засгийг 0.7 орчим хувь бууруулах хэдий ч инфляцыг бууруулж, үнийн тогтвортой байдлыг хангах хандлагатай байна. Тиймээс бодлогын хүүг нэмэгдүүлэх нь богино хугацаандаа эдийн засагт үр ашигтай.

АШИГЛАСАН НОМ ЗҮЙ

- Adelina-Geanina, I. (2012). Monetary Policy and Economic Policy. *Journal of Knowledge*
- Amarasekara, C. (2008). The Impact of Monetary Policy on Economic Growth and Inflation in Sri Lanka . *Central Bank of Sri Lanka*, MPRA Paper No. 64866.
- Enders, W. (1995). *Applied econometric time series* . New York: Wiley.
- Engle, R., & Granger, C. (1987). Co-Integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing. *Econometrica*, Vol. 55, No. 2, 251-276.
- Grisse, C. (2020). The effect of monetary policy on the Swiss franc: an SVAR approach. *The Swiss National Bank Working Papers*.
- Johansen, S. (1988). “Statistical Analysis of Cointegration Vectors”. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 231-254.
- Johansen, S.; Juselius, K. (1990). Maximum likelihood estimation and inference on cointegration-with applications to the demand for money. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, Vol 52, No.2, 169-210.
- Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2009). *International economics: Theory and policy*. Boston: Pearson Addison-Wesley.
- Mohamed Aseel Shokr, Zulkefly Abdul Karim, Mohd Azlan Shah Zaidi. (2019). Monetary policy and macroeconomic responses: non-recursive SVAR study of Egypt. *Journal of Financial Economic Policy*, <https://doi.org/10.1108/JFEP-07-2018-0103>.
- Parkin, M. (2012). *Macroeconomics*. New York: Pearson Addison-Wesley.

- Pfaff, B. (2008). VAR, SVAR and SVEC Models: Implementation Within R Package vars. *Journal of the statistical software*, Volume 27, Issue 4.
- Монголбанк. (2019). *Мөнгөний бодлого, анхаарах асуудал*. Ulaanbaatar: Mongolbank.
- Монголбанк. (2020). *Ковид 19-ийн үед Монголбанкнаас авч хэрэгжүүлж буй арга хэмжээ*. Ulaanbaatar: Mongolbank.
- Монголбанк. (2020 оны 12). *Монголбанк статистик мэдээ*. <https://stat.mongolbank.mn/-ээс Гаргасан>
- П.Гантөмөр, Ж.Дэлгэрсайхан. (2019). *Монгол Улсын Төсөв-Мөнгөний бодлогын хэрэгжилт, харилцан хамаарал, эдийн засагт үзүүлэх нөлөө*. Ulaanbaatar: Mongolbank.
- Үндэсний статистикийн хороо. (1995-2004). *Монгол Улсын Статистикийн эмхэтгэл*. Улаанбаатар: Адмон ХХК.
- Үндэсний статистикийн хороо. (2020 оны 12). *Статистикийн мэдээллийн нэгдсэн сан*. <http://1212.mn/-ээс Гаргасан>

ХАВСРАЛТ

Хавсралт 1. COVID-19 тахлын эсрэг Монголбанкнаас авч хэрэгжүүлсэн бодлогын арга хэрэгслүүд

№	Монголбанкнаас авч хэрэгжүүлсэн арга хэмжээ
1	Бодлогын хүүг 6 хувь болгож, 5 нэгж хувиар буурууллаа
2	Төгрөгийн заавал байлгах нөөц (ЗБН)-ийн хувь хэмжээг 4.5 нэгж хувиар бууруулав
3	Төлбөр түргэн гүйцэтгэх чадварыг дэмжих, ханшийн эрсдэлийг бууруулах зорилгоор гадаад валютын своп хэлцлийг тогтмол хийж байна
4	Активыг ангилах, активын эрсдэлийн сан байгуулж, зарцуулах журамд түр хугацааны өөрчлөлт оруулав
5	Банк хоорондын бага дүнтэй гүйлгээний шимтгэлийг буурууллаа
6	Эргэн төлөлт нь хүндрэлд орсон зээлдэгчийн хэрэглээний зээлийн хугацааг сунгах шийдвэр гаргалаа
7	Төрөөс хэрэгжүүлж буй орон сууцны ипотекийн хөнгөлөлттэй хүйтэй зээлийн эргэн төлөлтийг түр хугацаагаар хойшлууллаа
8	Төв банкны хүүний коридорын өргөнийг нарийсгаж, бодлогын хүүгээс +/- 1 нэгж хувиар тогтоов
9	Банкны эх үүсвэрийн долларжилтыг бууруулах зорилгоор гадаад валютын заавал байлгах нөөцийн урамшууллыг харилцан адилгүй тооцож эхлэв

10	Жижиг, дунд үйлдвэрлэл, уул уурхайн бус экспортыг дэмжихээр шийдвэрлэв
11	Монгол Улс ФАТФ-ын хяналтын жагсаалтаас гарав
12	Монголбанкнаас банкинд олгох барьцаат зээлийн журамд түр өөрчлөлт оруулав
13	Үрт хугацаат репо санхүүжилтийн хэрэгслийг нэвтрүүлэх шийдвэр гаргалаа
14	Төв банк, Сангийн яамтай хамтран зээлжих зэрэглэлийн агентлагууд, олон улсын байгууллагуудтай хамтын ажиллаж, тогтмол мэдээллээр хангаж байна
15	ОУВС-аас Монгол Улсыг “Шуурхай санхүүжилтийн хөтөлбөр”-т хамруулав

Хавсралт 2. COVID-19 тахлын эсрэг Засгийн газраас авч хэрэгжүүлсэн бодлогын арга хэрэгслүүд

№	Засгийн газраас авч хэрэгжүүлсэн арга хэмжээ
1	18 нас хүртэлх хүүхэд бүрт олгож байгаа хүүхдийн мөнгөн тэтгэмжийг нэмэгдүүлж 100000 төгрөг болгосон
2	Хүнсний хангамж зайлшгүй шаардлагатай өрхийн гишүүн иргэнд олгож байгаа хүнсний бүтээгдэхүүн худалдан авах эрхийн бичгийн үнийн дүнг нэмэгдүүлж хүүхдэд 16000, насанд хүрсэн хүнд 32000 төгрөг болгосон
3	Халамжийн тэтгэвэр болон байнгын асаргаа шаардлагатай 16 хүртэлх насын хүүхдийн амьжиргааг дэмжих мөнгөн тэтгэмжийн хэмжээг нэмэгдүүлж 288000 төгрөг болгосон
4	Малчдын орлогыг нэмэгдүүлэх болон үндэсний үйлдвэрүүдийг дэмжих зорилгоор ямааны ноолуурт нэг кг тутамд 20000 төгрөгийн урамшуулал олгосон
5	Засгийн газраас хөл хорионы хугацаанд иргэн бүрд 300,000 төгрөгийн дэмжлэг олгохоор шийдвэрлэсэн.

Хавсралт 3. Гранжерийн учир шалтгааны тест

Хувьсагчид	Тайлбар
Хятадын эдийн засгийн өсөлт, түүхий эдийн үнийн индекс	Хятадын эдийн засгийн өсөлт нь 1 улирлын хожимдолтойгоор түүхий эдийн үнийн индексийн өөрчлөлтийн шалтгаан болно.
Түүхий эдийн үнийн индекс, экспорт	1 улирлын хожимдолтойгоор түүхий эдийн үнийн индексийн өөрчлөлт нь Монголын экспортын өөрчлөлтийн шалтгаан болно.
Экспорт, Монголын эдийн засаг	1 улирлын хожимдолтойгоор экспортын өөрчлөлт нь Монголын эдийн засгийн өөрчлөлтийн шалтгаан болж байна.
Мөнгөний нийлүүлэлт, Монголын эдийн засгийн өсөлт	1 улирлын хожимдолтойгоор мөнгөний нийлүүлэлтийн өөрчлөлт нь Монголын эдийн засгийн өөрчлөлтийн шалтгаан болж байна.
Монголын эдийн засгийн өсөлт, инфляци	1 улирлын хожимдолтойгоор монголын эдийн засгийн өөрчлөлт нь инфляцийн шалтгаан болж байна.

Монголын эдийн засгийн өсөлт, чанаргүй зээл	1 улирлын хожимдолтойгоор монголын эдийн засгийн өөрчлөлт нь чанаргүй зээлийн өөрчлөлтийн шалтгаан болж байна.
Монголын эдийн засаг, хэрэглэгчийн итгэлийн индекс	1 улирлын хожимдолтойгоор хэрэглэгчийн итгэлийн индексийн өөрчлөлт нь монголын эдийн засгийн өөрчлөлтийн шалтгаан болж байна.
Бодлогын хүү, Инфляц	3 улирлын хожимдолтойгоор бодлогын хүүгийн өөрчлөлт нь инфляцийн өөрчлөлтийн шалтгаан болж байна.
Бодлогын хүү, Монголын эдийн засгийн өсөлт	2 улирлын хожимдолтойгоор бодлогын хүүгийн өөрчлөлт нь Монголын эдийн засгийн өөрчлөлтийн шалтгаан болж байна.

Үндсэн таамаглал	Хоёрдлын зэрэг	F тест	Магадлал
COMM_IND does not Granger Cause CH_GDP		0.05429	0.8164
CH_GDP does not Granger Cause COMM_IND	1	8.75666	0.0041
EXPORT does not Granger Cause COMM_IND		2.36828	0.1280
COMM_IND does not Granger Cause EXPORT	1	16.7447	0.0001
M_GDP does not Granger Cause EXPORT		2.57059	0.1130
EXPORT does not Granger Cause M_GDP	1	3.93414	0.0509
M_GDP does not Granger Cause M2		0.32210	0.5720
M2 does not Granger Cause M_GDP	1	26.7953	0.0000
INF does not Granger Cause M_GDP		0.00366	0.9519
M_GDP does not Granger Cause INF	1	6.55998	0.0124
M_GDP does not Granger Cause BLOAN		14.1918	0.0003
BLOAN does not Granger Cause M_GDP	1	0.05169	0.8208
INF does not Granger Cause PRATE		0.64807	0.5868
PRATE does not Granger Cause INF	3	2.65162	0.0554
M_GDP does not Granger Cause PRATE		0.42334	0.6565
PRATE does not Granger Cause M_GDP	2	3.70369	0.0294

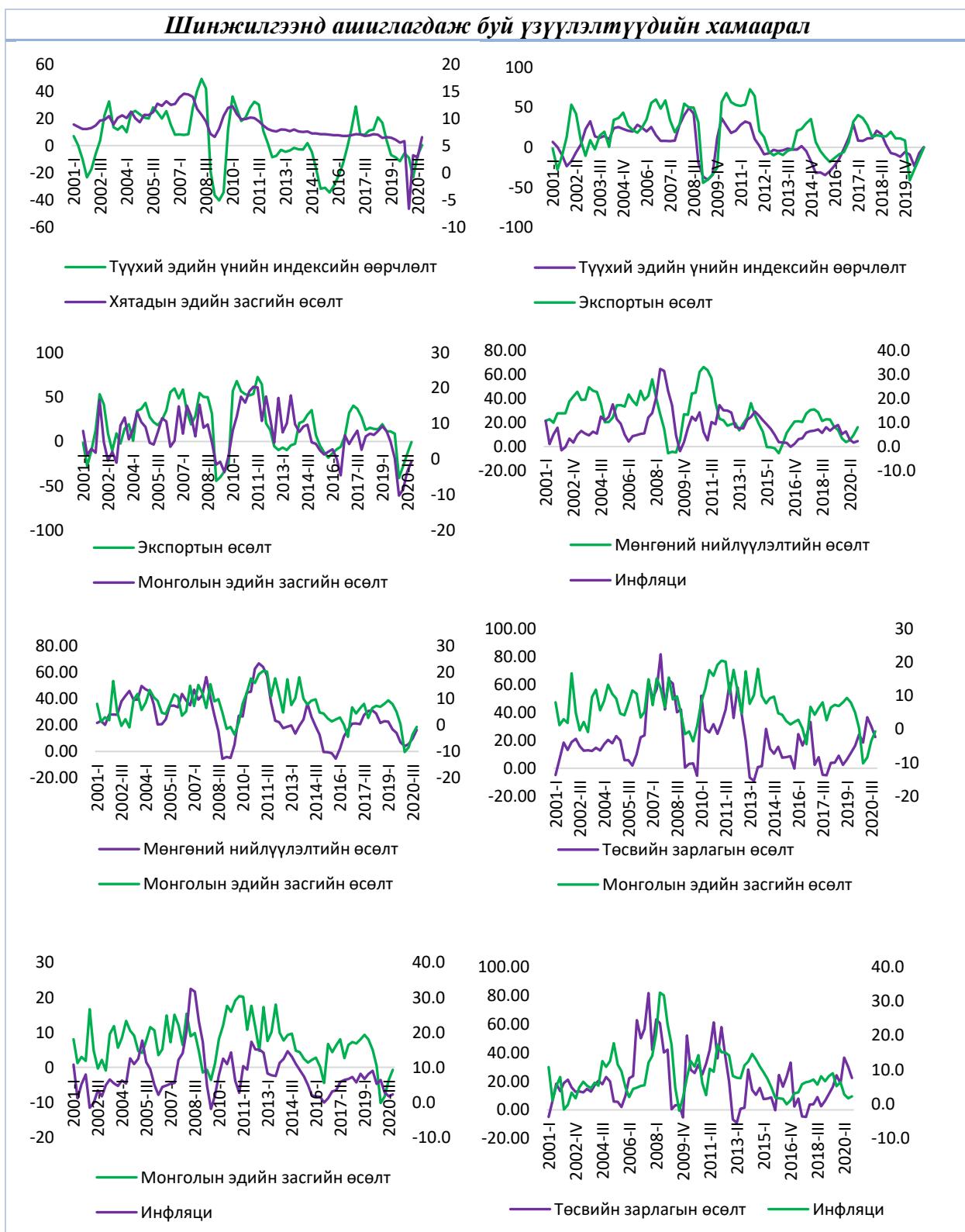
Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

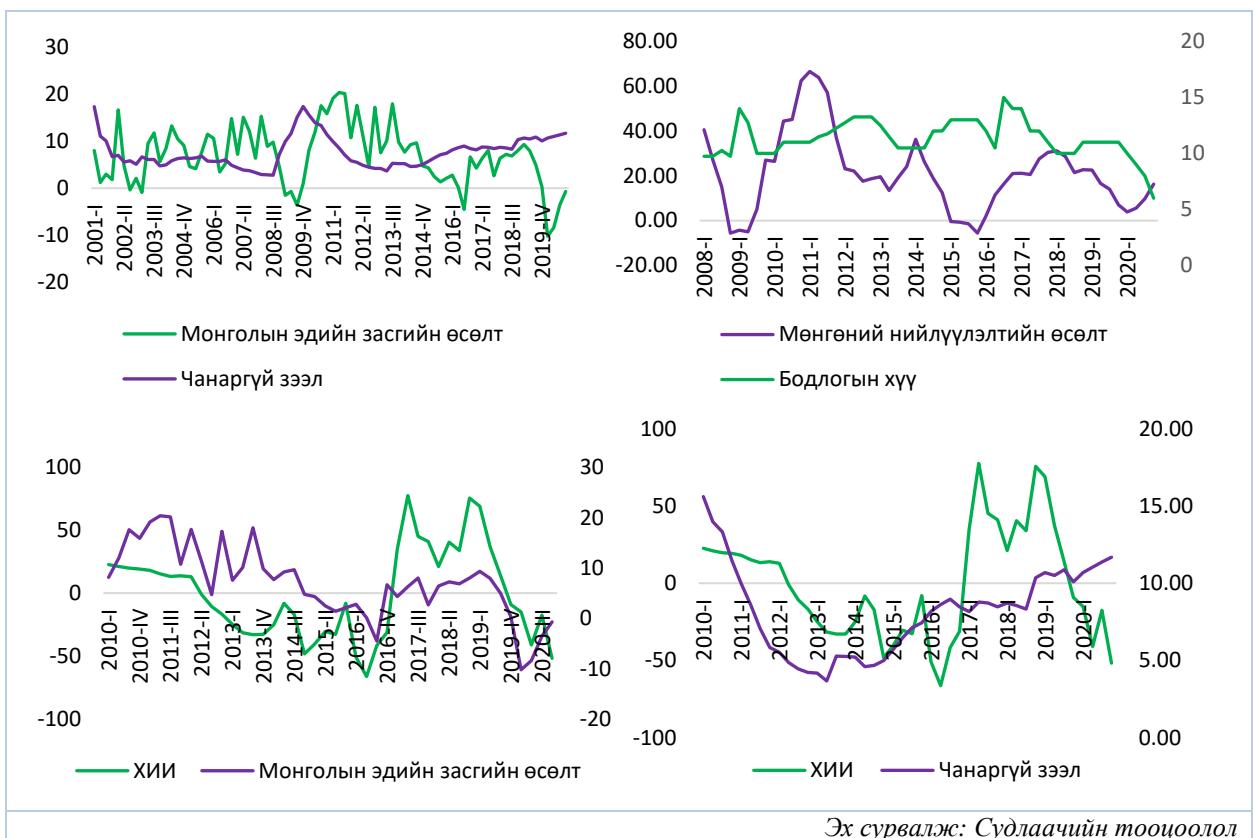
Хавсралт 4. Нэгж язгуурын тест

Хувьсагч	Эрэмбэ	Магадлал
Хятадын эдийн засгийн өсөлт	Стационарь	0.0046
Түүхий эдийн үнийн индексийн өсөлт	Стационарь	0.0004
Экспортын өсөлтийн хувь	Стационарь	0.0324
Бодлогын хүү	Стационарь	0.0104
Мөнгөний нийлүүлэлтийн өсөлтийн хувь	Стационарь	0.0018
Төсвийн зарлагын нийт ДНБ-д эзлэх хувь	Стационарь	0.0688
Татварын орлогын нийт ДНБ-д эзлэх хувь	Стационарь	0.0532
Монголын эдийн засгийн өсөлтийн хувь	Стационарь	0.0062
Инфляци	Стационарь	0.0590
Америк долларын ханшийн өсөлтийн хувь	Стационарь	0.0023
Нийт зээлд эзлэх чанаргүй зээл	Стационарь	0.0526

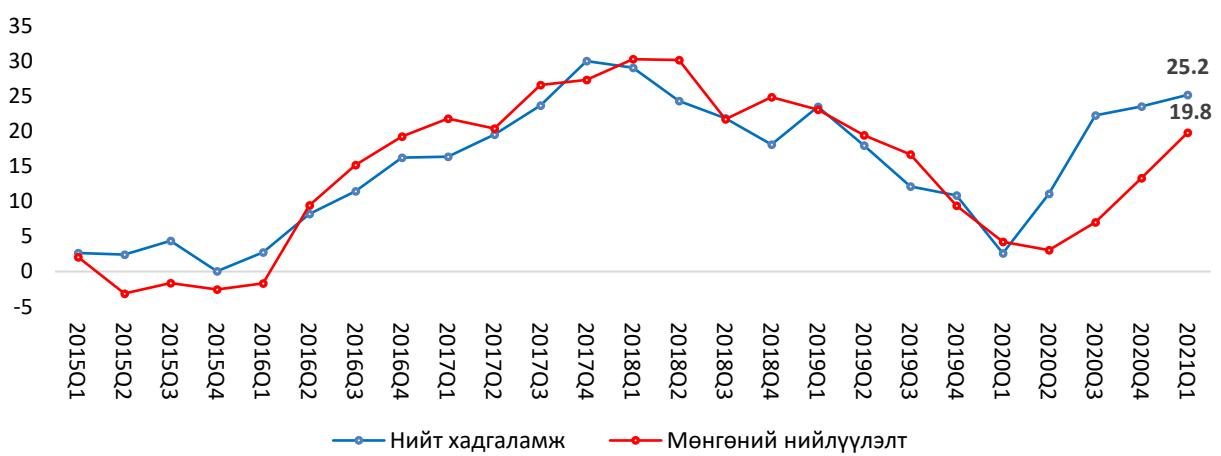
Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Хавсралт 5. Өгөгдлүүдийн динамик шинжилгээ



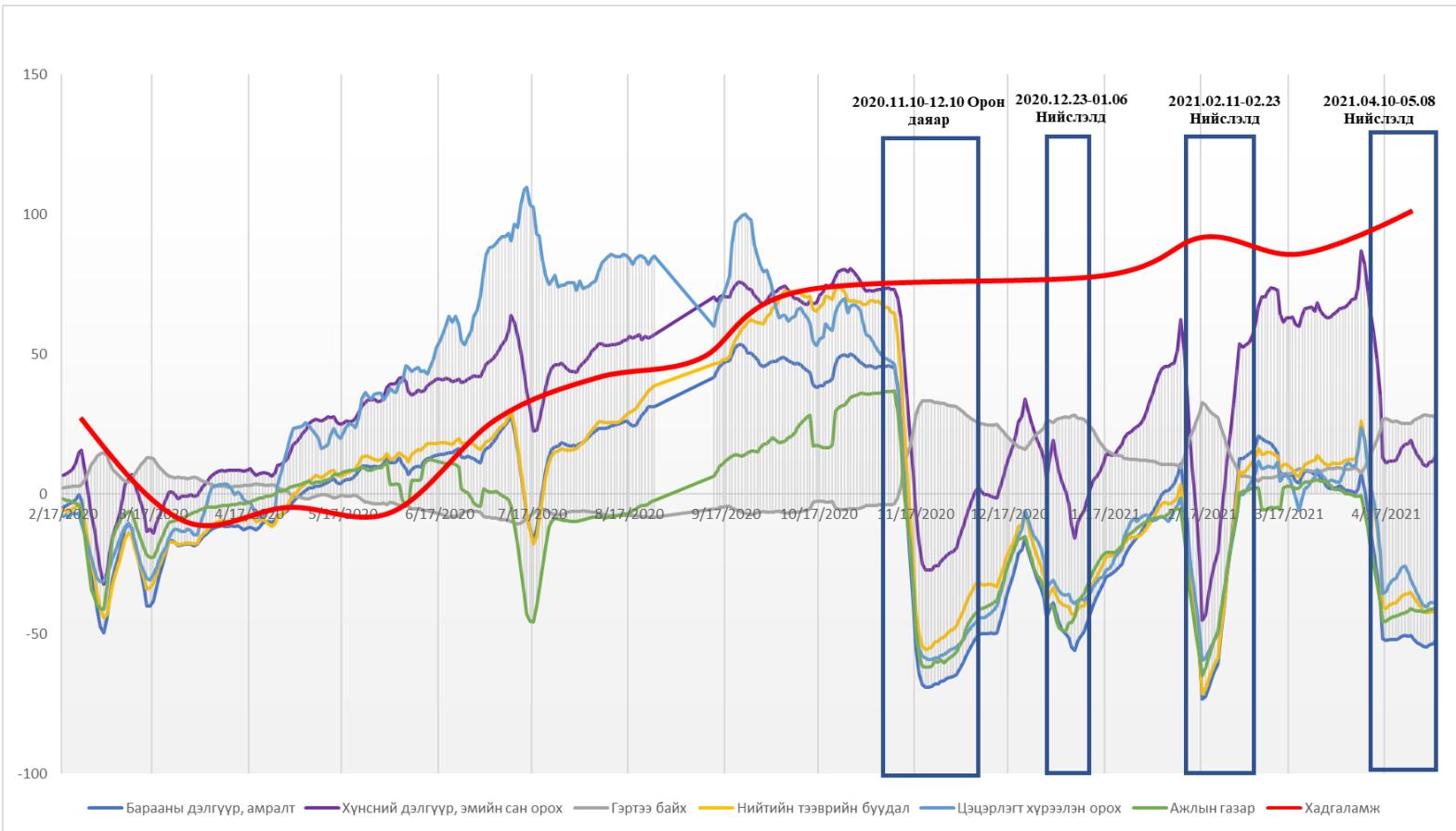


Хавсралт 6. Хадгаламж, мөнгөний нийлүүлэлтийн хамаарал



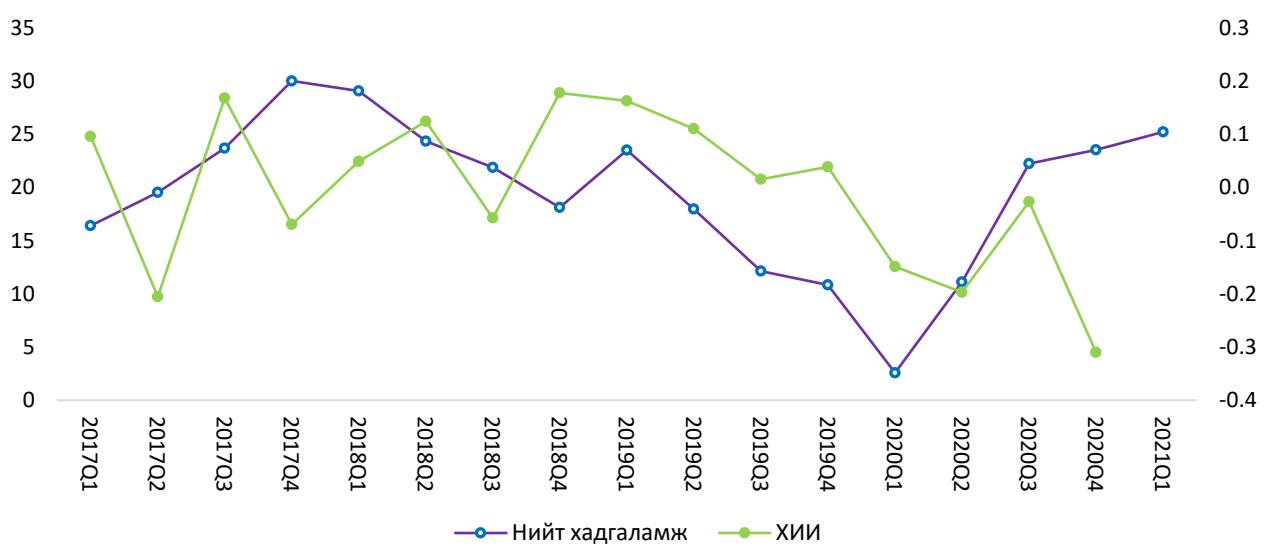
Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

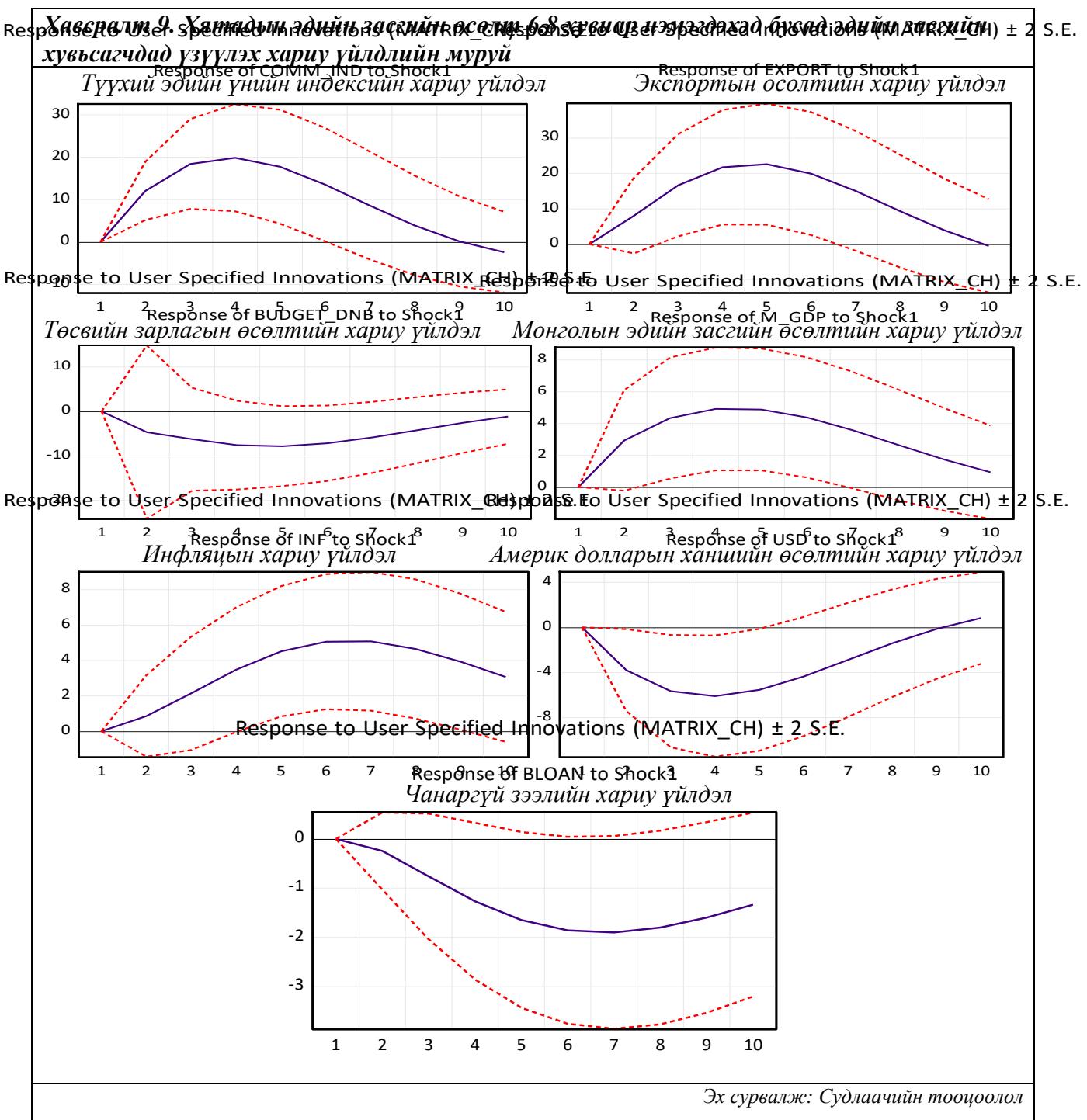
Хавсралт 7. Хөл хорио болон Хадгаламжийн хамаарал /2021.05.08/ хүртэл

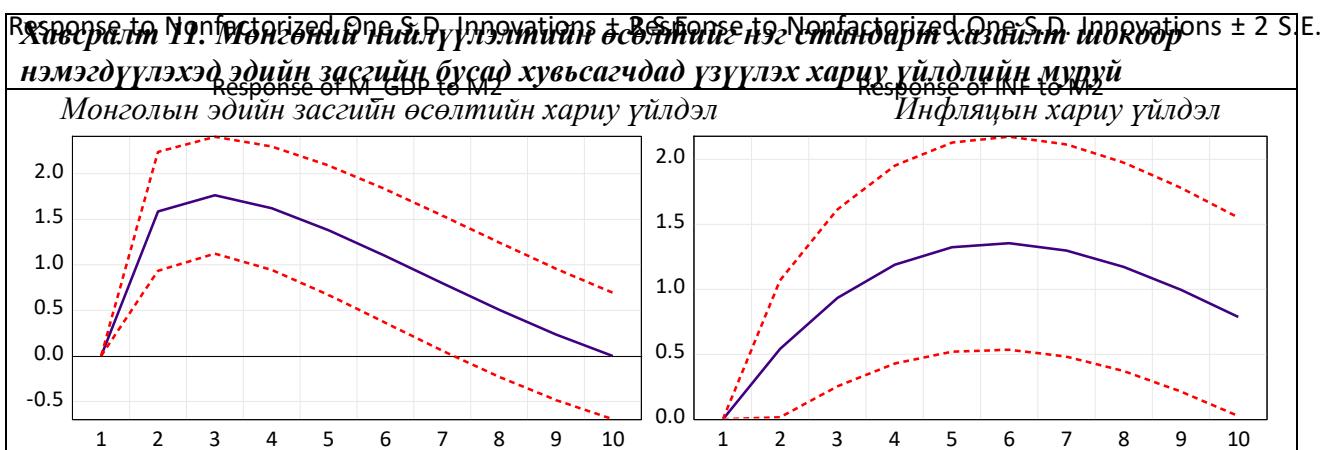
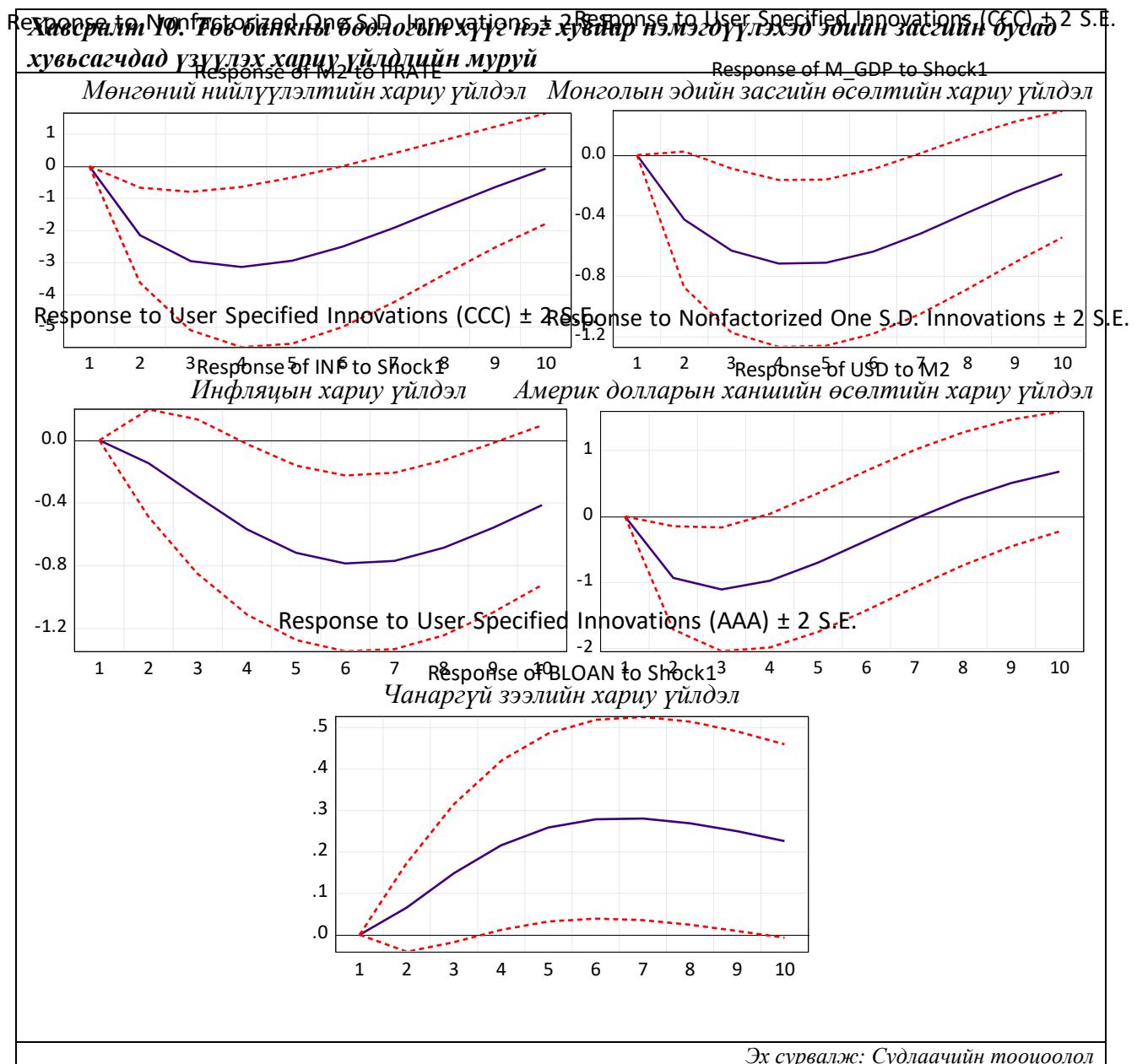


Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол, Google Mobility data

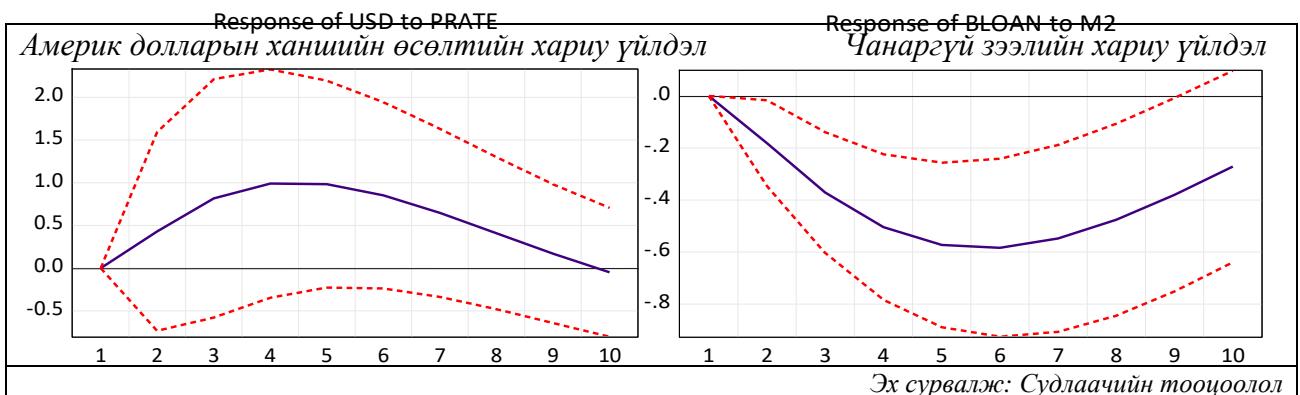
Хавсралт 8. Хэрэглэгчийн итгэлийн индекс болон нийт хадгаламжийн хамаарал



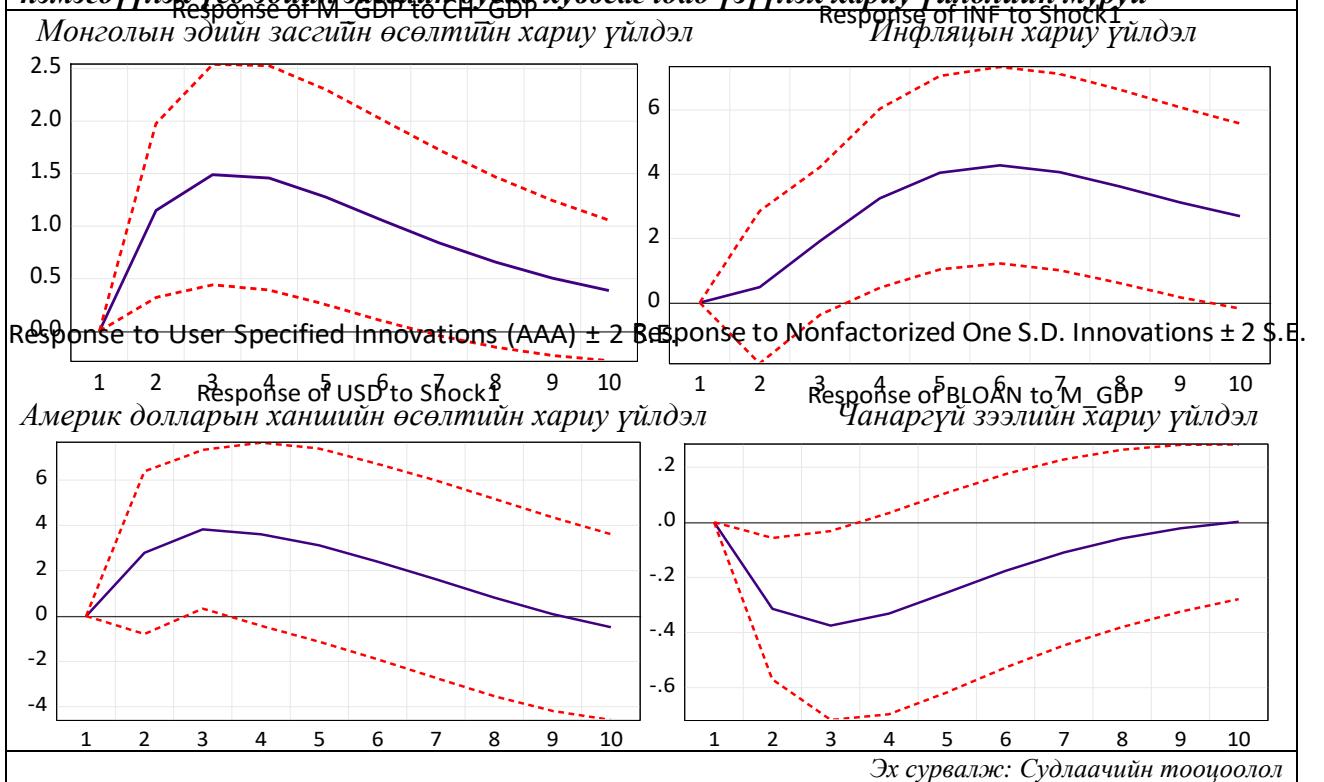




Response to Nonfactorized One S.D. Innovations ± 2 S.E.



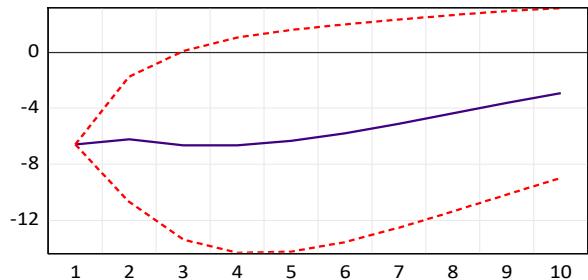
Хавсралт 12. Иргэн бүрд 300 мянган төгрөгийн тогтолцоогийн эмчилжүүлэх үед эдийн засгийн бусад хувьсагчадаа үзүүлэх хариу үйлдлийн муруй нэмэгдүүлэх



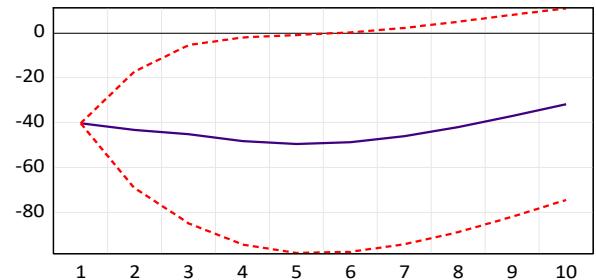
Хавсралт 13. Монголын эдийн засгийн өсөлтийн таамаглалын хариу үйлдлийн мурүү

Response to User Specified Innovations (STRESS_TEST) ± 2 S.E.

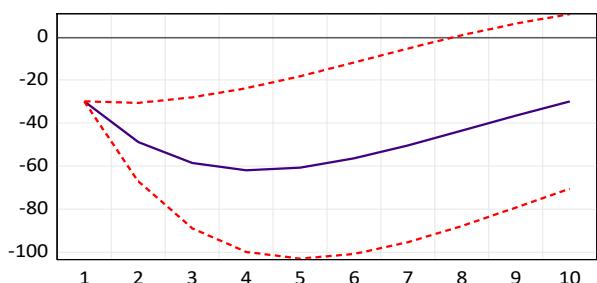
Response of CH_GDP to Shock1



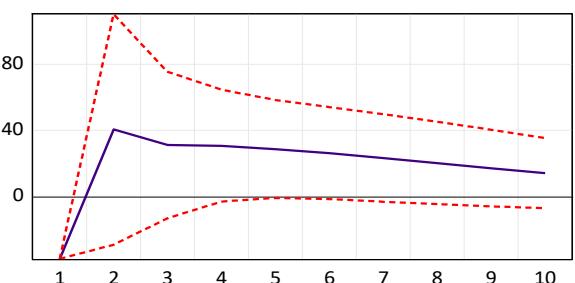
Response of COMM_IND to Shock1



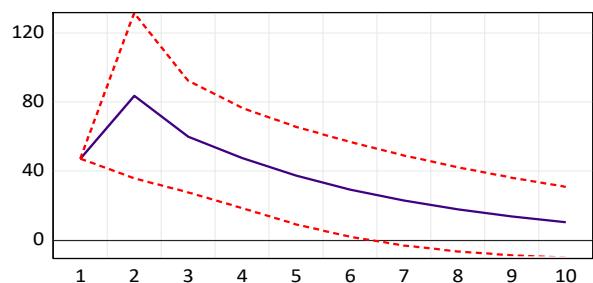
Response of M2 to Shock1



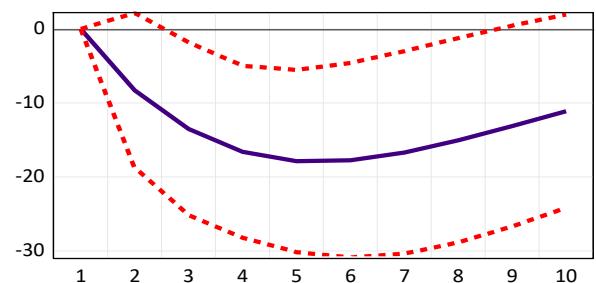
Response of BUDGET_DNB to Shock1



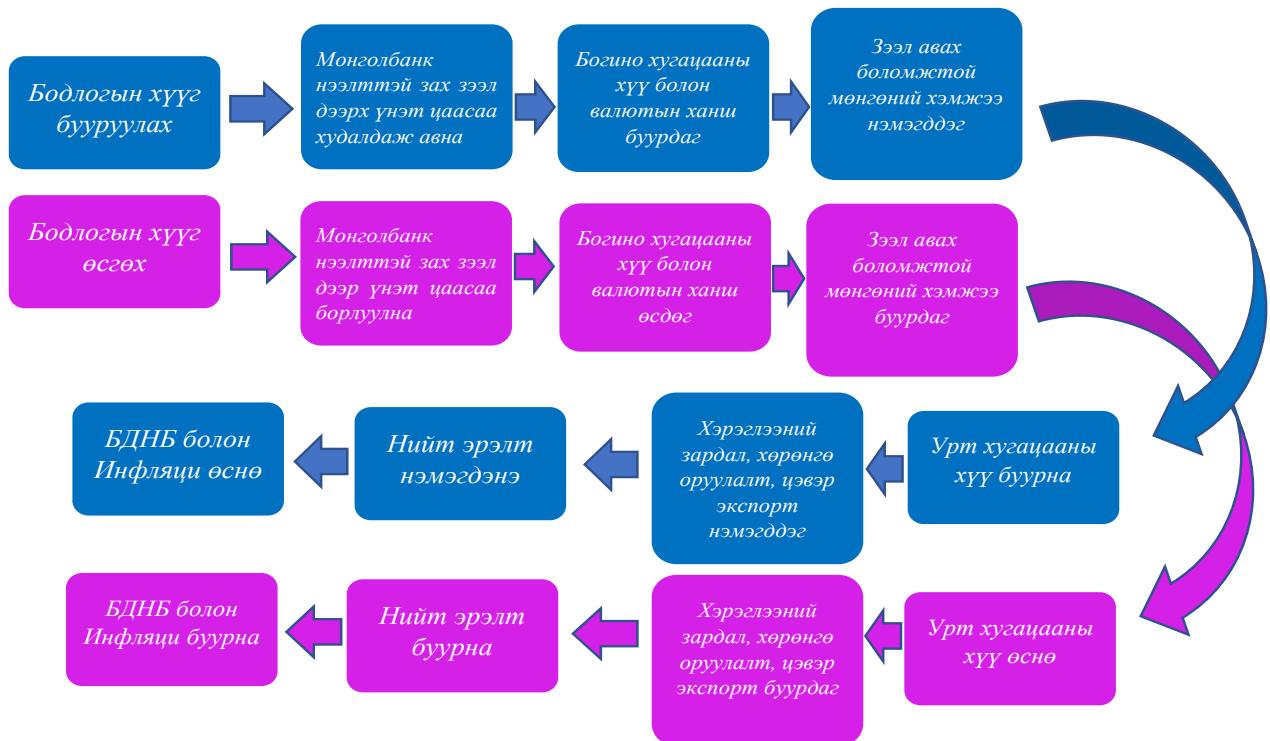
Response of TAX_DNB to Shock1



Response of M_GDP to Shock1

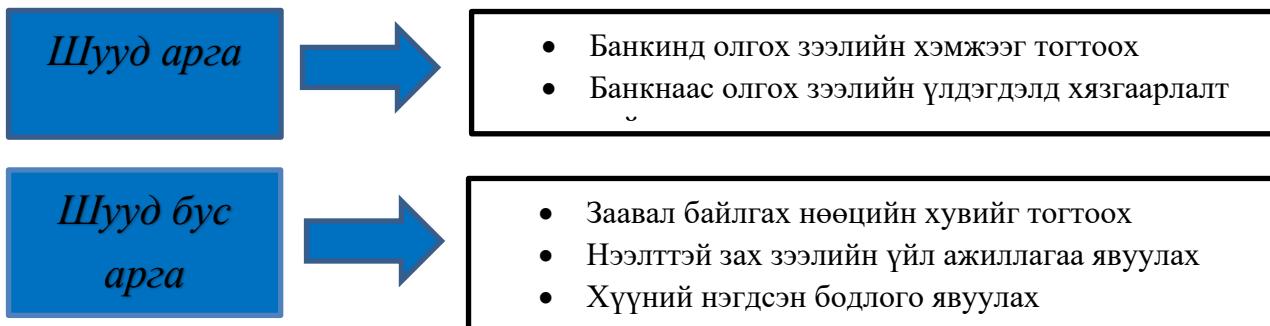


Хавсралт 14. Бодлогын хүүгийн өөрчлөлтийн нөлөө



Эх сурвалж: Паркин, 2012

Хавсралт 15. Мөнгөний бодлогын арга хэрэгслүүд



Эх сурвалж: Монголбанк

Хавсралт 16. Судалгаанд ашигласан хувьсагчид

№	Хувьсагчийн нэр	Товч тэмдэглэгээ	Хувьсагчийн утгын тодорхойлолт	Эх сурвалж
1	Хятадын эдийн засаг	CH_GDP	БНХАУ-ын 2010 оны зэрэгцүүлэх үнээр тооцсон ДНБ-ийн өсөлтийн хувь	Knoema.com
2	Түүхий эдийн үнийн индекс	COMM_IND	Гол нэрийн түүхий эдийн үнүүдийн дундаж индексийн өсөлтийн хувь	IMF

3	Экспорт	EXPORT	Экспортын өсөлтийн хувь	YCХ (1212.mn)
4	Бодлогын хүү	PRATE	Төв банкнаас банкуудад санал болгож буй эрдэлгүй санхүүжилтийн хэрэгслийн хүү	Монголбанкны статистик
5	Мөнгөний нийлүүлэлт	M2	Мөнгөний нийлүүлэлтийн өсөлтийн хувь	Монголбанкны статистик
6	Төсвийн зарлага	BUDGET_DNB	Төсвийн зарлагын ДНБ-д эзлэх хувь	YCХ (1212.mn)
7	Татварын орлого	TAX_DNB	Татварын орлогын ДНБ-д эзлэх хувь	YCХ (1212.mn)
8	Бодит ДНБ	M_GDP	Өмнөх оны тухайн улиралтай нь харьцуулсан өсөлтийн хувь	YCХ (1212.mn)
9	Инфляц	INF	Хэрэглээний үнийн индексийн жилийн өсөлтийн хувь	Монголбанкны статистик
10	Америк долларын ханш	USD	Төгрөгтэй харьцуулсан америк долларын ханшийн өсөлтийн хувь	Монголбанкны статистик
11	Чанаргүй зээл	BLOAN	Чанаргүй зээлийн нийт зээлд эзлэх хувь	Монголбанкны статистик

Хавсралт 17. Хугацааны хожимдолын оновчтой сонголт

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-2568.635	NA	1.40e+17	67.85882	68.16550	67.98138
1	-2188.439	650.3365	8.96e+13	60.48522	63.85865*	61.83341*
2	-2078.628	158.9362	7.86e+13	60.22705	66.66724	62.80086
3	-1957.746	143.1504	6.48e+13	59.67751	69.18445	63.47695
4	-1790.789	153.7761	2.42e+13*	57.91549	70.48918	62.94055

ТАТВАРЫН МЭРГЭШСЭН ЗӨВЛӨХ ҮЙЛЧИЛГЭЭНД ТУЛГАМДАЖ БҮЙ АСУУДЛУУД, ТҮҮНИЙГ ШИЙДВЭРЛЭХ НЬ

СЭЗИС-ийн оюутан Э.Анар

ХУРААНГУЙ

Сэдвийн нэр: Татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээнд тулгамдаж буй асуудлууд, түүнийг шийдвэрлэх нь.

Товч танилцуулга: Цар тахал олон улс орны бүхий л салбарт ихээхэн хүчтэй нөлөөлөл үзүүлж байгаагийн адил Монгол улсад үйл ажиллагаа явуулж буй олон салбарын орлого, хөдөлмөр эрхлэлт, үйл ажиллагааны түвшин буурсан үзүүлэлттэй, эдийн засгийн хүнд нөхцөл байдал бий болсон энэ цаг үед татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээнд тулгамдаж буй асуудлуудыг тодорхойлох, түүнийг шийдвэрлэх талаар санал, зөвлөмж боловсруулах нь судалгааны ажлын зорилго болно.

Судалгааны ажлын онлайн асуулгыг ажилчдаас авах 20 асуулт, гүйцэтгэх удирдлагаас авах нэмэлт 3 асуултаас бүрдэх байдлаар боловсруулан “А” ТМЗ ХХК-ийн гүйцэтгэх удирдлагад хүргүүлсэн бөгөөд судалгаанд нийт ажилчид болох 25 ажилтан бүрэн хамрагдсан болно. Цар тахлын үед татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний эрэлт, харилцагч, борлуулалтын орлого, ашигт ажиллагаа буурсан, ажилчдын ажлын ачаалал тодорхой түвшинд ихэссэн, цалин хөдөлмөрийн хөлсийг ажлын ачаалалд нийцүүлэн олгох, эсхүл ажлын ачааллыг тэнцвэржүүлэх нөхцөлийг эрэлхийлэх, ажилчдынхаа эрүүл мэнд, аюулгүй байдалд чиглэсэн үйлчилгээ үзүүлэх, техник ур чадварыг хөгжүүлэх, мэргэжлээ дээшлүүлэх боломжоор хангах, урамшуулан дэмжих, тэдэнд тулгамдаж буй асуудлууд болон цахимаар ажиллахад тулгарч буй бэрхшээлүүдийг гүйцэтгэх удирдлагын зүгээс цаг алдалгүй анхаарах, эрсдэлийн удирдлагын бодлогын баримт бичгийг чанд мөрдөх шаардлагатай гэх мэт тулгамдаж буй асуудлуудын шалтгаант нөхцөл байдал тодорхой болж, судалгааны үр дүнд суурисан дүгнэлт, санал зөвлөмжийг судлаачийн зүгээс боловсрууллаа.

Түлхүүр үгс: Татварын мэргэшсэн зөвлөх, цар тахлын үе, татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээ, татварын итгэмжлэгдсэн хуулийн этгээд.

УДИРТГАЛ

2004 онд Монгол болон Япон улсын засгийн газар, Монгол улсын татварын алба, Япон улсын ЖАЙКА олон улсын судалгааны байгууллагатай хамтарсан бага хурлын дүнд Ази Номхон Далайн Бүсийн Орнуудын Татварын Зөвлөхүүдийн Холбооны (AOTCA) албан ёсны гишүүн байгууллага болох “Татварын мэргэшсэн зөвлөхийн нийгэмлэг” байгуулагдсан бөгөөд 2012 оны 12 сарын 27-ны өдөр “Татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний тухай хууль”-ийг УИХ-аар батлан мөрдөж эхэлсэн. Энэхүү хуулийг дагаж мөрдөх журмын тухай хуулиар 2013 оноос эхлэн тусгай зөвшөөрлийн үндсэн дээр татварын мэргэшсэн зөвлөхийн үйлчилгээг үзүүлэх татварын итгэмжлэгдсэн хуулийн этгээд нь хуульд нийцүүлэн үйл ажиллагаагаа эрхлэн явуулж байгаа бөгөөд өнөөдрийн байдлаар 1312 татварын мэргэшсэн зөвлөх, 41 татварын итгэмжлэгдсэн хуулийн этгээд үйл ажиллагаагаа явуулж байна.

Уг судалгааны ажлын хүрээнд цар тахлын үеийн татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний өнөөгийн нөхцөл байдлыг судалж, тулгамдаж буй асуудлуудыг тодорхойлон сайжруулах талаар санал, зөвлөмж боловсруулахыг гол зорилго болгон зорилгын хүрээнд эдийн засгийн нөхцөл байдал хүндэрсэн, үйл ажиллагааны хамрах хүрээ хумигдсан, цар тахлын хүнд нөхцөл байдлын үед татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний нөхцөл байдал ямар байгаа талаар бодитой судалгааны ажил хийж, үр дүнг үнэлж, санал, зөвлөмж боловсруулахыг зорилоо.

СУДАЛГААНЫ ХЭСЭГ

Зөвлөгөө өгөх үйлчилгээний тухай

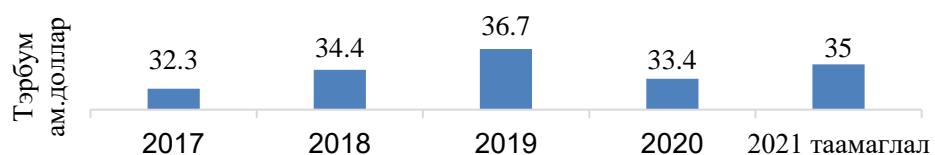
Орчин цагт эрдэмтэн, судлаачид зөвлөх үйлчилгээний тухай ойлголтыг “гэрээний дагуу үйлчлүүлэгчдээ тулгарч буй асуудлыг тодотгох, тэдгээр асуудалд дүн шинжилгээ хийх, түүнийг шийдвэрлэх саналыг дэвшүүлэх, хэрэгжүүлэхэд нь туслах зэрэгт ёс зүй болон хараат бус байдлаа баримталдаг мэргэшсэн хүмүүсийн үйл ажиллагаа юм” (Алтанзаяа, 2018. х.8) хэмээн тодорхойлжээ.

Зөвлөгөө өгөх үйлчилгээ нь хараат бус, бие даасан байх бөгөөд зөвлөгч өөрийн хувийн ашиг сонирхолд нөлөөлөх хоёрдогч бодолгүйгээр аливаа нөхцөл байдалд шударга, үнэн зөв үнэлгээ хийж, үйлчлүүлэгч юу хийх шаардлагатай талаар үнэнийг хэлж, бодитой, зөв зөвлөмж өгөх байр суурийг баримтлах ёстай.

Үйлчлүүлэгчид өгөх зөвлөмж, зөвлөгөө нь зөвлөх үйлчилгээний бүтээгдэхүүн, гарц бөгөөд нөгөөтээгүүр, үйлчлүүлэгч байхгүй бол зөвлөх үйлчилгээ оршин тогтонох эсэх нь эргэлзээтэй тул үйлчлүүлэгчийг татах, хадгалж үлдэх нь мэргэжлийн зөвлөх үйлчилгээний анхаарал хандуулах гол асуудлуудын нэг юм. Ерөнхийдөө зөвлөх үйлчилгээ гэдэг нь аливаа мэдээлэлд суурilan мэдлэгээ ашиглан зөвлөгөө өгөх үйлчилгээний объект болох үйлчлүүлэгч буюу захиалагчид туслах үйл явц гэж үзэж болно. Зөвлөгөө өгөх үйл ажиллагаа нь үйлчлүүлэгчтэй анхны харилцаа тогтоож, гэрээ байгуулж, ажлыг төлөвлөхөөс эхлээд төлөвлөгөөний дагуу үйлчлүүлэгчид шаардлагатай ажлыг гүйцэтгэж дуусах хүртэлх үргэлжлэх томоохон үйл явц бөгөөд энэхүү үйл явцыг эхлэл, оношилгоо, төлөвлөлт, хэрэгжүүлэлт, төгсгөл гэсэн нийтлэг, үндсэн 5 үе шатанд хуваадаг байна.

2020 онд цар тахлын нөлөөгөөр татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний салбарын орлого дэлхийн хэмжээнд 9%-иар буурсан буюу 33.4 тэрбум ам.доллар болж, өмнөх оныхоос 3 тэрбум гаруй доллараар буурчээ.¹

Зураг 1 Дэлхийн ТМЗҮ-ний зах зээлийн хэмжээ (2017-2021)



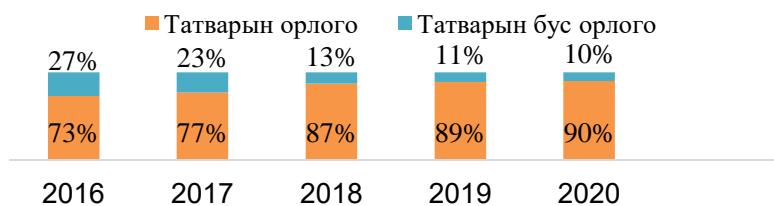
Эх сурвалж: <https://abmagazine.accaglobal.com/global/articles/2021/jan/practice/demand-dips-for-tax-advisory.html>

¹“Дэлхийн судалгааны эх сурвалж” (Source Global Research)-н гаргасан “Татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний дэлхийн зах зээл 2020” тайлан (The Global Tax Advisory Market in 2020).

Татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний өнөөгийн байдлын судалгаа

Монгол улсын 2020 оны төсвийн орлогын 90%-ийг татварын орлого, 8%-ийг татварын бус орлого болон 2%-ийг тусlamжийн орлого бүрдүүлж байна.² Доорх зураглалаас харахад 2016 оноос 2020 оны хооронд Монгол улсын төсвийн нийт орлогод татварын орлогын эзлэх хувь жил ирэх тусам нэмэгдсэн байна.

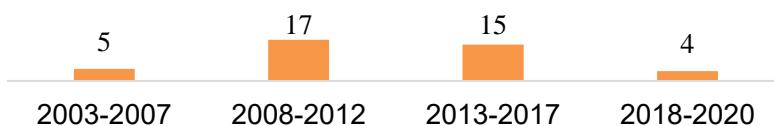
Зураг 2 МУ-ын төсвийн орлого (2016-2020)



Эх сурвалж: Сангийн яам

Өнөөдрийн байдлаар Монгол улсад татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөл нь хүчинтэй, үйл ажиллагаагаа явуулж буй 41 татварын итгэмжлэгдсэн хуулийн этгээдийн үүсгэн байгуулагдсан оны үечлэлээс харахад 2008 оноос 2012 оны хооронд 17, 2013 оноос 2017 оны хооронд 15 хуулийн этгээд байгуулагдсан нь өмнөх онуудад байгуулагдсан хуулийн этгээдийн тоотой харьцуулахад огцом өссөн үзүүлэлт бөгөөд энэхүү өсөлтийн шалтгаан нь 2012 оны 12 сарын 27-ны өдөр “Татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний тухай” хуулийг УИХ-аар батлан мөрдөж эхэлсэнтэй холбоотой хэмээн үзэж байна.

Зураг 3 ТИХЭ-ийн үүсгэн байгуулагдсан оны үечлэл



Эх сурвалж: Улсын бүртгэлийн ерөнхий газар.

<http://opendata.burtgel.gov.mn/les?condition=1&text=%D0%B3%D1%80%D0%B8%D0%B9%D1%82>

Судалгааны арга зүй

Цар тахлын үеийн татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний нөхцөл байдлыг үнэлж, тулгамдаж буй асуудлуудыг тодорхойлохын тулд онлайн асуулгыг ажилчдаас авах 20 асуулт, гүйцэтгэх удирдлагаас авах нэмэлт 3 асуултаас бүрдэх байдлаар боловсруулан “А” ТМЗ ХХК-ний ажилчдаас холбогдох линкээр авч үр дүнг нэгтгэлээ. Статистикийн хувьд хүчинтэй түүврийн хэмжээ гэдэгт 95%-ийн итгэх түвшинтэй, 3-5%-

² Иргэдийн төсөв-2020, Монгол Улсын нэгдсэн төсвийн төсөл, Сангийн яам,

ийн алдааны хязгаартай түүврийг ойлгодог. Иймээс 5%-ийн алдааны хязгаартай нөхцөлд тус компанийн 25 ажилтнаас 24 ажилтанг судалгаанд хамруулах боломжтой бөгөөд уг судалгаанд 25 ажилтан хамрагдсан нь нийт эх олонлогоо бүрэн төлөөлж чадахуйц, судалгааны ажлын бодит үр дүнг илэрхийлж чадна хэмээн судлаачийн зүгээс үзэж байна.

$$[1] \text{ Түүврийн хэмжээ} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

Энд: N-Түүврийн хэмжээ, e-Алдааны хязгаар (аравтын бутархай хэлбэрээр), z-z-оноо

Онлайн асуулгаар ажилчдаас цуглуулсан мэдээллийг нэгтгэж, SPSS 23.0 програм, Windows Excel программуудыг ашиглан шинжилгээ хийж, боломжит үр дүнг боловсруулсан бөгөөд судалгааны үр дүнд үндэслэн татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээнд тулгамдаж буй асуудлууд, түүнийг шийдвэрлэх талаар санал зөвлөмж боловсруулсан болно.

“A” ТМЗ ХХК-ийн танилцуулга

Судалгааны обьектоор судлаач миний бие дадлага хийсэн байгууллага болох “A” ТМЗ ХХК-ийг сонгосон бөгөөд байгууллагын нэр хүндэд халдахаас сэргийлэх, дотоод мэдээллийг нууцлах зорилгоор “A” ТМЗ ХХК хэмээн нэрлэв.

“A” ТМЗ ХХК нь Монгол Улсын Сангийн яамнаас аудит, татвар болон зөвлөгөө өгөх үйлчилгээг Монгол улсад эрхлэх зөвшөөрөл авсны дагуу 1999 оноос эхлэн үйл ажиллагаа явуулж байгаа бөгөөд 2010 оноос татварын үйл ажиллагаа нь өргөжин тэлж, улмаар 2012 оны 12 дугаар сарын 27-ны өдөр батлагдсан “Татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээ”-ний тухай хуульд нийцүүлж татварын хэсгээ “A” ТМЗ ХХК болгож өрх тусгаарласан байна. “A” ТМЗ ХХК-д мэргэжлийн өндөр түвшин, баялаг туршлага бүхий дотоодын болон гадаадын 25 мэргэжилтнүүдээс бүрдсэн баг ажилладаг бөгөөд тэдний 6 нь татварын мэргэшсэн зөвлөхүүд байна.

“A” ТМЗ ХХК-ийн өнөөгийн байдлын судалгаа

Зураг 4 Цар тахлын үед ажлын ачаалал болон цалинд өөрчлөлт орсон байдал

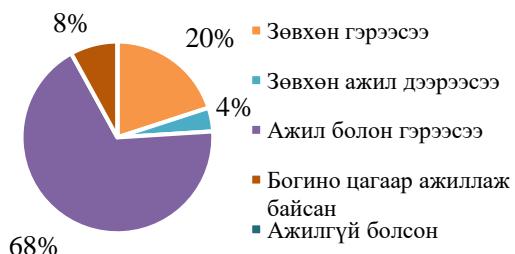


Ажлын ачаалал нэмэгдсэн байдал, насны хамаарал

Нас		
31-35	36-40	41-ээс дээш
20%	16%	8%

Цар тахлын үед ажилчдын ажлын ачаалал 56% өөрчлөлт ороогүй, 44% нэмэгдсэн бөгөөд насын хувьд 31-ээс дээш насын ажилчдын хувьд ажлын ачаалал нэмэгдсэн үзүүлэлттэй байна. Ачаалал буурсан болон ажилгүй болсон тохиолдол байхгүй байгаагаас харахад тус байгууллагын үйлчилгээний эрэлтэд хүчтэй өөрчлөлт ороогүй, нөгөөтээгүүр үйлчлүүлэгчид огцом буураагүй байх магадлалтай гэж дүгнэж болохоор байна. Цалин хөдөлмөрийн хөлсний хувьд ажлын ачаалал нэмэгдэхийн хэрээр цалин 4%-иар өссөн үзүүлэлттэй байгаа бол 92%-д нь цалинд өөрчлөлт ороогүй, 4%-д нь цалин буурсан үзүүлэлттэй байна. Судалгаанаас үзэхэд тус байгууллагын ихэнх ажилчдын цалин хөдөлмөрийн хөлсөнд өөрчлөлт ороогүй байгаа нь харагдаж байгаа хэдий ч ажлын ачаалал буураагүй үзүүлэлттэй байхад 4%-д нь цалин буурсан байгаа нь анхаарал татаж байна.

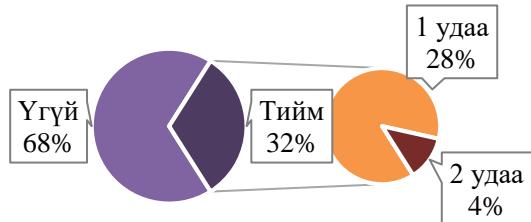
Зураг 5 Цар тахлын үеийн ажил эрхлэлтийн байдал



Ажил эрхлэлтийн байдлын хувьд 68% нь ажил болон гэрээсээ хосолсон байдлаар, 20% нь зөвхөн гэрээсээ, 8% нь богино цагаар, 4% нь зөвхөн ажил дээрээсээ хөдөлмөр эрхэлж байна. Тухайн байгууллага нь цар тахлын үед

ажилчдаа гэр болон ажлын байрнаас хослуулан ажиллуулах бодлого баримталж байгаа нь харагдаж байна.

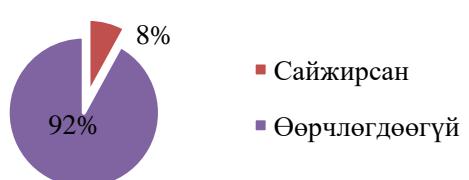
Зураг 6 Цар тахлын үед ажилчдын цалинтай чөлөөт авсан байдал



Судалгаанд оролцогчдоос цар тахлын үед цалинтай чөлөө авсан эсэх, авсан бол хэдэн удаа авсан тухай асуухад 68% нь цалинтай чөлөө аваагүй, нөгөөтээгүүр 32% нь цалинтай чөлөө авсан бөгөөд авсан давтамжаар нь узвэл

28% нь 1 удаа, 4% нь 2 удаа авсан байна. Үүнээс харахад гүйцэтгэх удирдлагын зүгээс цар тахлын үед ажилчиддаа цалинтай чөлөө олгох асуудал дээр анхаарах шаардлагатай гэж үзэж байна.

Зураг 7 Цар тахал ТМЗҮ-ний чанарт нөлөөлсөн байдал

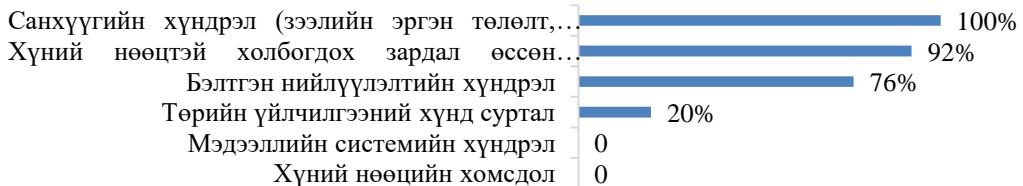


Татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний чанарт цар тахал хэрхэн нөлөөлсөн талаар судалгаанд хамрагдсан хүмүүсээс асуухад 92% нь үйлчилгээний

чанарт огт өөрчлөлт ороогүй, 8% нь үйлчилгээний чанар сайжирсан гэж хариулсан

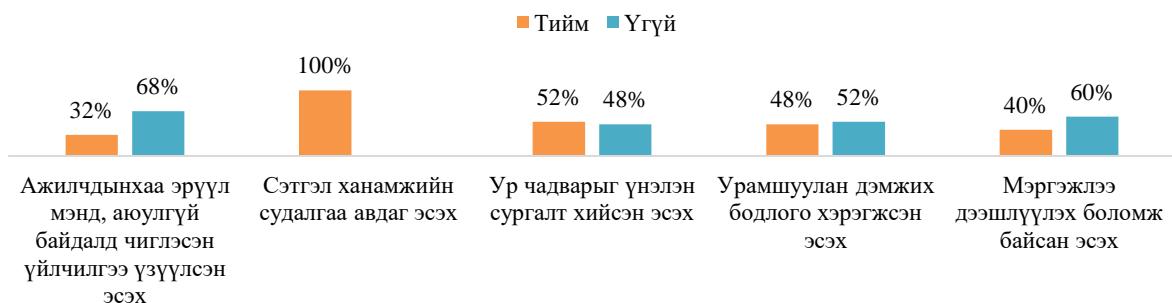
байна. Энэ нь зөвлөх үйлчилгээг цахим орчин хэвийн явуулах хангалттай боломж байгааг харуулсан үзүүлэлт болж байна.

Зураг 8 Цар тахлын байгууллагад учруулж буй хүндэрэл



Цар тахлын нөлөөгөөр байгууллагад зээлийн эргэн төлөлт болон түрээсийн төлбөр зэрэгтэй холбоотой санхүүгийн хүндэрэл хамгийн их учирч байгаа бөгөөд үүний зэрэгцээ хүний нөөцтэй холбоотой зардал болох ажилчдаа хамгаалах хэрэгслээр хангах зэрэг зардал өссөн, бэлтгэн нийлүүлэлтийн хүндэрэл буюу бараа, үйлчилгээ нийлүүлэх боломж болон үйл ажиллагаа хязгаарлагдмал байгаатай холбоотойгоор байгууллагад учирч болох эрсдэл, мөн төрийн үйлчилгээний хүнд суртал зэрэг хүндрэлүүд давамгайлан тулгарч байна.

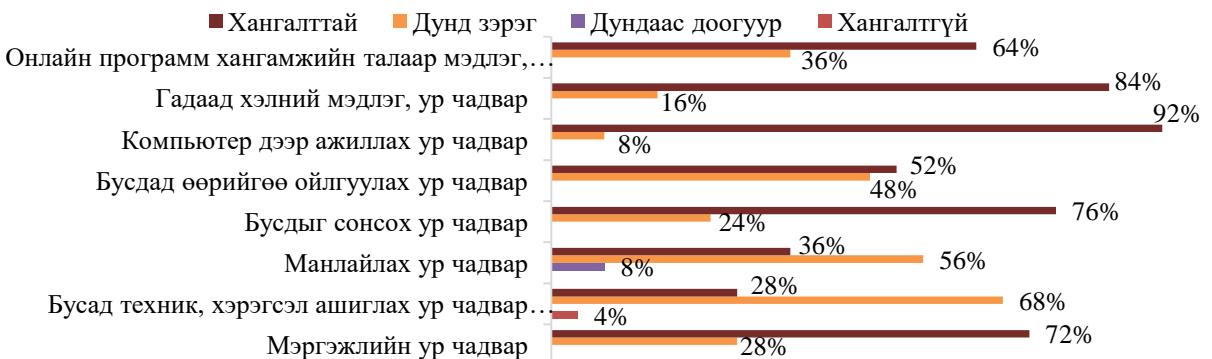
Зураг 9 Цар тахлын үед удирдлага дараах асуудлыг авч узсэн эсэх



Цар тахлын үед гүйцэтгэх удирдлагын зүгээс ажилчдынхаа эрүүл мэнд, аюулгүй байдалд чиглэсэн ямар нэгэн үйлчилгээ үзүүлээгүй байдал нь 68%, эсрэгээрээ үйлчилгээ үзүүлсэн байдал нь 32% байгаагаас үзэхэд уг үйлчилгээнд ажилчдыг бүрэн хамруулж чадахгүй байна, ажилчдын сэтгэл ханамжийн судалгааг жилд 1 удаа тогтмол авдаг, ажилчдынхаа ур чадварыг үнэлэн сургалт хийсэн байдал нь 52% байгаа бол, ур чадварыг нь үнэлсэн ч сургалт хийгээгүй байдал нь 48% байгаа нь нийт ажилчдыг сургалтад бүрэн хамруулж чадахгүй байгаа нь ажиглагдаж байна. Мөн урамшууллын бодлого огт хэрэгждэггүй гэсэн 52%-ийн хариулт байгаа бол нөгөөтээгүүр хэрэгжсэн нь 48% байгаа нь мөн л адил ажилчдын ямар хэсэгт урамшуулан дэмжих бодлого хэрэгжиж, ямар хэсэгт энэ бодлого хүртээмжгүй байна вэ гэдэг асуудал урган гарч байна. Мэргэжлээ дээшлүүлэх боломж байгаагүй гэсэн 60%-ийн хариултыг өгсөн нь үүнд юу саад болж байгааг тодруулах шаардлага гарч байна. Үүнээс үзэхэд ажилчдын эрүүл мэнд, аюулгүй байдалд чиглэсэн тусlamж үйлчилгээ үзүүлэх, тулгамдаж буй ур чадвартай нь холбоотой сургалтад бүрэн хамруулах, урамшууллын бодлого болон мэргэжлийн тасралтгүй

боловсролын сургалтыг хэрэгжүүлэх бодит хэрэгцээ шаардлага байгаа нь судалгааны үр дүнгээс тодорхой харагдаж байна.

Зураг 10 Ур чадварын байдал



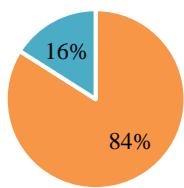
Дээрх судалгааны үр дүнгээс харахад цар тахлын үед ажилтны зүгээс ажлаа хэвийн явуулахад шаардлагатай ур чадварууд болох онлайн программ хангамж, компьютерийн талаар мэдлэг болон гадаад хэлний мэдлэгийн хувьд хангалттай түвшинд байгаа бол нөгөөтээгүүр бусдад өөрийгөө ойлгуулах, манлайлах болон бусад техник, хэрэгсэл буюу камер, скайнер зэргийг ашиглах ур чадваруудыг тодорхой түвшинд ахиулах шаардлага байгааг судалгааны үр дүн нотолж байна.

Зураг 11 Цар тахлын үед тулгамдааж буй асуудлууд



Зөвлөх үйлчилгээг үзүүлэхэд тулгамдаж буй асуудлуудын хүрээнд цагийн тасалбаргүй ажиллах, үүнээс улбаалан амралт чөлөөт цаг бага гарах, интернэтийн хурд удаан байх, мэдээллийн хэт их урсалаас болж стрессдэх, утсаар болон интернэтээр байнга ажиллах, цахим орчинд үргэлж идэвхтэй байх зэрэг асуудлууд хамгийн их тулгарч байгаа нь судалгааны үр дүнгээс харагдаж байна. Үүнээс үзэхэд цахимаар ажиллаж байсан ч ажил, амралтын цагийг зөв зохистой хуваарилах, ажлын бус цагаар ажил үргээ гүйцэтгэхгүй байх нь цар тахлын үед дархлаагаа дэмжин тайван байх боломж гэдгийг анхаарах нь зүйтэй болов уу.

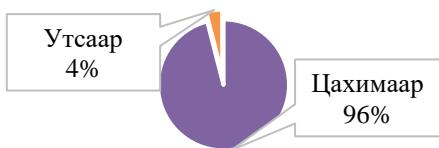
Зураг 12 Хамт олонтойгоо байнгын холбоотой байж, мэдээллийг түргэн шуурхай дамжуулах нөхцөл байдал



Судалгаагаар цар тахлын үед хамт олонтойгоо байнгын холбоотой байж, мэдээллийг түргэн шуурхай дамжуулахад ямар нэгэн хүндрэл учирч байгаа эсэх талаар асуухад 84% нь тийм буюу хүндрэл учирч

байгаа, 16% нь үгүй буюу хүндрэл учрахгүй байгаа гэж хариулсан байна. Үүнээс харахад ажилчид хоорондоо мэдээлэл дамжуулах, харилцаа холбоотой байхад хүндрэлтэй байна гэж үзэж болохоор байна.

Зураг 13 Үйлчлүүлэгчдийн үйлчилгээ авахыг илүүд үзэж буй хэлбэр



Үйлчлүүлэгчид үйлчилгээг ямар хэлбэрээр авахыг илүүд үзэж байгаа талаар судалгаанд асуухад цар тахлын үед үйлчлүүлэгчид ихэвчлэн зөвлөх үйлчилгээг цахимаар авахыг илүүд үзэж байгаа нь судалгаанаас ажиглагдаж байна.

“А” ТМЗ ХХК-ийн гүйцэтгэх удирдлагаас байгууллагын санхүүгийн үзүүлэлттэй холбоотойгоор дараах асуулгын хүрээнд нэмэлт судалгааг авсан болно. Судалгааны үр дүнг дор танилцуульяа.

Зураг 14 Эрсдэлийн удирдлагын бодлогын баримт бичиг



Байгууллагад эрсдэлийн удирдлагын бодлогын баримт бичиг байдаг эсэх талаар гүйцэтгэх удирдлагаас судалгаа авч үзэхэд байдаг боловч мөрддөггүй гэсэн хариулт өгсөн байна.

Иймээс аливаа эрсдэлийг даван туулахын тулд өөрийн байгууллагын бүтэц, онцлогт тохирсон эрсдэлийн удирдлагын баримт бичгийг боловсруулан мөрдлөг болгох шаардлагатай нь харагдаж байна.

Хүснэгт 1 Цар тахлын үеийн байгууллагын байдал (2019-2020 он)

Нөхцөл байдал	Өөрчлөлт
Байгууллагын борлуулалтын орлогын түвшин	6-10%-иар буурсан
Ажилчдын тоо	Өөрчлөлт ороогүй
Үзүүлж байсан зөвлөх үйлчилгээ	0-5%-иар буурсан
Харилцагчийн тоо	0-5%-иар буурсан
Байгууллагын ашигт ажиллагаа	6-10%-иар буурсан

Цар тахлын үеийн байгууллагын нөхцөл байдлыг өмнөх оны байдалтай харьцуулахад ямар өөрчлөлт орсон тухай судалгааны үр дүнгээс авч үзэхэд үзүүлж байсан зөвлөх үйлчилгээ болон харилцагчийн тоо 0-5%-иар буурснаар, байгууллагын борлуулалтын орлогын түвшин болон ашигт ажиллагаа 6-10%-иар буурсан үзүүлэлттэй

байна. Энэ нь эдийн засгийн нөхцөл байдал хүндэрсэн энэ цаг үед татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний эрэлт хэрэгцээ багасч, аж ахуйн нэгж байгууллагын санхүүгийн чадамж буурсан нь судалгааны үр дүнгээс харагдаж байна.

Хүснэгт 2 Жилийн эцсийн гүйцэтгэл (2019-2020 он)

Гүйцэтгэл	Өөрчлөлт
Батлагдсан төсөв	Өөрчлөлт ороогүй
Ажилчдын цалин, хөдөлмөрийн хөлсний зардал	Өөрчлөлт ороогүй
Ашиглалтын зардал	Өөрчлөлт ороогүй
Шагнал, урамшуулалын зардал	Өөрчлөлт ороогүй
Гадаад томилолтын зардал	21-ээс дээш %-иар хэмнэгдсэн
Дотоод томилолтын зардал	Өөрчлөлт ороогүй
Зар сурталчилгааны зардал	Өөрчлөлт ороогүй
Түрээсийн зардал	Өөрчлөлт ороогүй
Татварын зардал	0-10%-иар хэмнэгдсэн
Үйл ажиллагааны зардал	Өөрчлөлт ороогүй

Судалгааны үр дүнгээс цар тахлын үеийн байгууллагын жилийн эцсийн гүйцэтгэлийг өмнөх оны байдалтай харьцуулан авч үзэхэд зардлуудын ихэнх хэсэгт өөрчлөлт ороогүй бөгөөд гадаад томилолт болон татварын зардлуудад өөрчлөлт орсон байна. Энэ нь байгууллагын ашгийн түвшин буурсантай холбоотойгоор татварын зардал буурсан байна. Томилолтын зардал хэмнэгдсэн байгаа нь цар тахлын үед томилолтоор явах боломж хомс байсантай холбоотой хэмээн дүгнэж болохоор байна.

Татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээнд тулгамдаж буй асуудлууд

Хүснэгт 3 Тулгамдаж буй асуудлууд

Тулгамдаж буй асуудал	Тайлбар
Эрсдэлийн удирдлагын бодлогын баримт бичиг мөрддөггүй	Гүйцэтгэх удирдлагаас авсан судалгааны үр дүнгээр байгууллагад эрсдэлийн удирдлагын бодлогын баримт бичиг байдаг боловч мөрддөггүй.
Ажилчдын ажлын ачаалалд нийцсэн цалин хөдөлмөрийн хөлс олгох байдал дутмаг	Судалгааны үр дүнгээр цар тахлын үед 31-ээс дээш насын ажилчдын хувьд ажлын ачаалал 44%-иар нэмэгдсэн бөгөөд цалин хөдөлмөрийн хөлсний хувьд 4%-иар өссөн үзүүлэлттэй байгаа бол 92%-д нь цалинд өөрчлөлт ороогүй, 4%-д нь цалин буурсан үзүүлэлттэй байна. Тус байгууллагын ажилчдын ажлын ачаалал буураагүй үзүүлэлттэй байхад 4%-д нь цалин буурсан байгаа нь анхаарал татаж байна.
Ажилчдад цалинтай чөлөө авах боломж дутмаг	Цар тахлын үед ажилчдын 68% нь цалинтай чөлөө аваагүй нь судалгаагаар нотлогдож байгаа тул гүйцэтгэх удирдлагын зүгээс ажилчиддаа цалинтай чөлөө олгох байдал дутмаг байна гэж үзэх шалтгаан болж байна.

Үргэлжлэл 3

Бизнесийн хүндрэл	Судалгаагаар цар тахлын улмаас байгууллагад санхүүгийн хүндрэл, хүний нөөцтэй холбоотой зардал болох ажилчдаа хамгаалах хэрэгслээр хангах зэрэг зардал өссөн, бэлтгэн нийлүүлэлтийн хүндрэл, төрийн үйлчилгээний хүнд суртал зэрэг бэрхшээлүүд давамгайлан тулгарч байна.
Ажилчдын эрүүл мэнд, аюулгүй байдалд чиглэсэн үйлчилгээ үзүүлэх байдал хангалтгүй	Цар тахлын үед байгууллагын зүгээс ажилчдынхаа эрүүл мэнд, аюулгүй байдалд чиглэсэн ямар нэгэн үйлчилгээ үзүүлэлгүй байдал нь 68%, үзүүлсэн байдал нь 32% байгаагаас үзэхэд ийм төрлийн үйлчилгээнд ажилчдыг бүрэн хамруулж чадахгүй байна.
Ажилчдын ур чадвартай холбоотой сургалтын хувьд хүртээмжгүй	Судалгааны үр дүнгээр ажилчдын ур чадварыг нь үнэлсэн ч сургалт хийгээгүй байдал нь 48% байгаа нь нийт ажилчдыг сургалтад бүрэн хамруулж чадахгүй байгааг илтгэж байна.
Цар тахлын үед ажилчдаа урамшуулан дэмжих бодлого дутмаг	Урамшууллын бодлого огт хэрэгждэггүй гэсэн 52%-ийн үзүүлэлт байгаа нь судалгаагаар нотлогдож байна.
Ажилчдын хувьд мэргэжлээ дээшлүүлэх боломж хангалтгүй	Судалгааны үр дүнгээр мэргэжлээ дээшлүүлэх боломж байгаагүй гэсэн 60%-ийн үзүүлэлттэй байгаа нь энэ боломж муу байна гэдгийг харуулж байна.
Ур чадварын дутмаг байдал	Ажилчдын бусдад өөрийгөө ойлгуулах, манлайлах болон бусад техник, хэрэгсэл буюу камер, скайнер зэргийг ашиглах ур чадваруудын хувьд дутмаг байна.
Цар тахлын үед зөвлөх үйлчилгээг үзүүлэхийн тулд ажилчид цагийн тасалбаргүй ажиллаж буйгаас үүдэн амралт чөлөөт цаг хангалтгүй байна.	Цар тахлын үед зөвлөх үйлчилгээг цахимаар үзүүлэх болон цахимаар ажиллахын тулд шаардлагатай интернэтийн хурд хангалтгүй байна.
Цар тахлын үед зөвлөх үйлчилгээг цахимаар үзүүлэх болон цахимаар ажиллахын тулд утас болон интернэтийг байнга ашиглах, цахим орчинд үргэлж идэвхтэй байхыг шаардаж байна.	Мэдээллийн хэт их урсгал бий болсноор ажилчдын сэтгэл зүйд сөргөөр нөлөөлж, стрессдэх шалтгаан нэмэгдэж байна.
Цар тахлын үед хамт олонтойгоо байнгын холбоотой байж, мэдээллийг түргэн шуурхай дамжуулахад хүндрэлтэй байна.	Үйлчлүүлэгчид зөвлөх үйлчилгээг цахимаар авахыг илүүд үзэж байна.

ДҮГНЭТ

Уг судалгаагаар татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний өнөөгийн нөхцөл байдлыг судалж, тулгамдаж буй асуудлуудыг тодорхойлон сайжруулах талаар санал, зөвлөмж боловсруулахыг гол зорилго болгож, зорилгоо биелүүлэхийн тулд зөвлөх үйлчилгээний онол, арга зүйн, татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний олон улсын болон хууль эрх зүйн орчин, өнөөгийн нөхцөл байдлын талаар судалгаа хийж, зөвлөх үйлчилгээнд тулгамдаж буй асуудлуудыг тодорхойлон, сайжруулах талаар санал, зөвлөмж боловсруулах зорилтуудыг тавин ажиллалаа. Судлаачийн зүгээс судалгааны ажлын үр дүнд дараах дүгнэлтэд хүрлээ. Үүнд:

- Дэлхийн хэмжээнд татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний салбарын орлого цар тахлын улмаас 2020 онд 9%-иар буурсан үзүүлэлттэй байгаа бөгөөд манай улсад үйл ажиллагаа эрхэлж буй татварын итгэмжлэгдсэн хуулийн этгээдийн хувьд мөн адил үйлчилгээний эрэлт, харилцагчийн тоо 0-5%-иар буурсан, борлуулалтын орлогын түвшин болон ашигт ажиллагаа 6-10%-иар буурсан үзүүлэлттэй байна.
- Алсын зайнаас үйл ажиллагаа явуулж, ажиллахтай холбоотойгоор татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний салбарт ажиллаж буй ажилтан, тэр дундаа татварын мэргэшсэн зөвлөхийн ур чадварыг дан ганц мэргэжлийн түвшинд хөгжүүлээд зогсохгүй мэдээллийн систем, мэдээллийн технологийн дэвшилтэд талтай уялдуулан хөгжүүлэх асуудал чухал байна.
- Цар тахлын үед ажилчдын ажлын ачаалал тодорхой түвшинд ихэссэн, цалин хөдөлмөрийн хөлсөнд төдийлөн өөрчлөлт ороогүй бөгөөд ажилчдад цалинтай чөлөө олгох, ажилчдынхаа эрүүл мэнд, аюулгүй байдалд чиглэсэн үйлчилгээ үзүүлэх, ур чадварын сургалтад хамруулах, мэргэжлээ дээшлүүлэх боломжоор хангах, урамшуулан дэмжих, тэдэнд тулгамдаж буй асуудлууд болон цахимаар ажиллахад тулгарч буй бэрхшээлүүдийг гүйцэтгэх удирдлагын зүгээс цаг алдалгүй анхаарах нь зүйтэй.
- Эцэст нь татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээг харилцагч, үйлчлүүлэгчиддээ мэргэжлийн өндөр түвшинд хүргэхийн тулд зөвлөхийн ур чадварыг нэмэгдүүлэхийн зэрэгцээ мэргэжлээрээ тасралтгүй сурч боловсрох боломжоор хангах, онолын мэдлэгийг практик ур чадвар болгон ашиглах тал дээр анхааран ажиллах нь энэ төрлийн үйлчилгээг хөгжүүлээд зогсохгүй бусад олон төрлийн зөвлөх үйлчилгээнд чухал ач холбогдолтой билээ.

САНАЛ ЗӨВЛӨМЖ

Судлаачийн зүгээс татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээний өнөөгийн нөхцөл байдлыг судлахын тулд судалгааны арга зүйн дагуу судалгааны асуулгад ажилчдын нас, хүйс, боловсролын зэрэг болон ажиллаж буй хугацаа, цар тахлын улмаас тэдний ажлын ачаалал, цалин хөдөлмөрийн хөлсний хэмжээ болон үйлчилгээний чанарт өөрчлөлт орсон эсэх, цалинтай чөлөө авсан эсэх, ажил эрхлэлтийн байдал, ажилчдын ур чадварын дутмаг байдал, тэдэнд тулгамдаж буй асуудлууд, түүнчлэн өнөөгийн нөхцөл байдлаас шалтгаантай байгууллагад учирч буй хүндрэл, удирдлагын зүгээс цар тахалтай холбоотойгоор ажилчдын эрүүл мэнд, аюулгүй байдалд чиглэсэн үйлчилгээ үзүүлсэн эсэх, сэтгэл ханамжийн судалгаа авдаг эсэх, ур чадварыг үнэлэн сургалт хийсэн эсэх, мэргэжлээ дээшлүүлэх боломж байгаа эсэх, урамшуулан дэмжих бодлого хэрэгжсэн эсэх, мөн үйлчлүүлэгчдийн үйлчилгээ авахыг илүүд үзэж буй хэлбэр, ажил үүргээ гүйцэтгэхэд ашиглаж буй онлайн платформ болон гүйцэтгэх удирдлагаас эрсдэлийн удирдлагын бодлогын баримт бичгийн талаар, байгууллагын нөхцөл байдал, жилийн эцсийн гүйцэтгэлийг өмнөх онтой харьцуулсан байдлаар судалгаа авч, судалгааны үр дүнгээс татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээнд тулгамдаж буй асуудлуудыг илрүүлж, түүнийг шийдвэрлэх санал зөвлөмжийг боловсрууллаа.

Хүснэгт 4 Санал зөвлөмж

“А” ТМЗ ХХК-ийн гүйцэтгэх удирдлагад өгөх санал зөвлөмж

№	Хугацаа	Арга зам
1	Хагас жилд	Байгууллагын бүтэц, бизнесийн онцлогт тохирсон эрсдэлийн удирдлагын баримт бичгийг боловсруулж, үйл ажиллагаандаа чанд мөрдөх.
2	Сар бүр	Ажилчдын ажлын ачаалалд нийцсэн цалин хөдөлмөрийн хөлс олгох, эсхүл ажлын ачааллыг тэнцвэржүүлэх, ажилчдад цалинтай чөлөө авах боломжийг нэмэгдүүлэх.
3	Улирал бүр	Байгууллагын зардлыг дахин хянаж, хэрэгцээгүй зардлыг танах.
4	Сар бүр	Яаралтай төлөх өр төлбөрийг тодорхойлж, аливаа зөрчил, эрсдэлээс урьдчилан сэргийлж, шаардлагатай тохиолдолд талуудтай дахин тохиролцох.
5	Сар бүр	Бэлтгэн нийлүүлэгчид, төрийн үйлчилгээний байгууллагуудтай тодорхой, ил тод, цагаа олсон харилцаа холбоотой байх.
6	Улирал бүр	Эрүүл мэнд, аюулгүй байдалд чиглэсэн үйлчилгээнд ажилчдыг бүрэн хамруулах.
7	Хагас жилд	Ажилчдаа урамшуулан дэмжих бодлогын хүрээг тэлэх.
8	Улирал бүр	Мэргэжил дээшлүүлэх, ур чадвартай холбоотой сургалтад ажилчдыг бүрэн хамруулах.

Үргэлжлэл 4

9	Улирал бүр	Ажилтан ажлаа хэвийн явуулахад тулгамдаж буй асуудлууд, цахимаар ажиллахад тулгарч буй бэрхшээлүүдийг цаг алдалгүй анхаарах, ур чадваруудыг тодорхой түвшинд ахиулах арга хэмжээ авах.
10	Өдөр бүр	Ажилчид хоорондоо байнгын холбоотой байх, мэдээллийг түргэн шуурхай дамжуулахад анхаарал хандуулах.
11	Улирал бүр	Цахим хуудасны бүтэц, агуулгыг сайжруулж, үйлчлүүлэгч болон олон нийтийн харилцаа холбоог өргөжүүлэх.

“А” ТМЗ ХХК-ийн ажилчдад өгөх санал зөвлөмж

№	Хугацаа	Арга зам
1	Ажлын байранд ажиллах үед	Алсын зайнаас ажиллах боломжгүй ажилтнуудын хувьд ажлын байранд халдварт хамгааллын дэглэмийг чанд сахих.
2	Өдөр бүр	Ажил, амралтын цагийг зөв зохистой, тэнцвэртэй байлгах, ажлын бус цагаар ажил үүргээ гүйцэтгэхгүй байх.

ХАВСРАЛТ

Хавсралт 1 ТМЗҮ-ний өнөөгийн байдлын судалгааны асуулга

Судалгааны асуулгын линк:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc96_j3KsWJTp4sP1VHICv0hIXiKFbcUxjOQvMEjiP2e3sdEw/viewform?usp=sf_link

Сайн байна уу? Танд энэ өдрийн мэнд хүргэе. Энэхүү судалгааны зорилго нь цар тахлын үед "A" ТМЗ ХХК-ийн татварын мэргэшсэн зөвлөх үйлчилгээнд тулгамдаж буй асуудлуудыг тодорхойлох, түүнийг шийдвэрлэх талаар санал, зөвлөмж боловсруулахад оршино. Судалгааны зорилгоор цуглуулж буй уг мэдээллийг судалгааны боловсруулалтаас өөр зорилгоор ашиглахгүй, бусдад дамжуулахгүй болно.

Та бүхэн компанийнхаа хөгжилд хувь нэмрээ оруулахыг хүсэж байвал уг судалгааг үнэн зөв бөглөнө үү. Баярлалаа.

1. Цар тахал буюу Ковид-19-тэй холбоотойгоор таны ажлын ачаалалд өөрчлөлт орсон уу?

- a. Mash ихээр нэмэгдсэн
- b. Төдийлөн өөрчлөлт ороогүй
- c. Бүүр буурсан
- d. Ажил эрхлэх боломжгүй байдалд хүрсэн

2. Цар тахлын үед таны цалин хөдөлмөрийн хөлсөнд өөрчлөлт орсон уу?

- a. Цалин тодорхой хувиар нэмэгдсэн
- b. Цалинд ямар нэгэн өөрчлөлт ороогүй
- c. Цалин буурсан
- d. Огт цалин аваагүй

3. Цар тахлын үед та цалинтай чөлөө авсан уу?

- a. 1 удаа
- b. 2 удаа
- c. 3-аас дээш удаа
- d. Үгүй

4. Цар тахлын үед та ажлаа ихэвчлэн ямар байдлаар эрхэлж байна вэ?

- a. Зөвхөн гэрээсээ
- b. Зөвхөн ажил дээрээсээ
- c. Ажил болон гэрээсээ
- d. Богино цагаар ажиллаж байна
- e. Ажилгүй болсон

5. Таны бодлоор цар тахал зөвлөх үйлчилгээний чанарт ямар нэгэн нөлөө үзүүлсэн үү?

- a. Үйлчилгээний чанар сайжирсан
- b. Үйлчилгээний чанарт өөрчлөлт ороогүй
- c. Үйлчилгээний чанар муудсан

6. Таны бодлоор цар тахал танай байгууллагын бизнесийн үйл ажиллагаанд ямар хүндрэл учруулж байна вэ? /3 хариулт сонгоно уу/

- a. Санхүүгийн хүндрэл (зээлийн эргэн төлөлт, түрээсийн төлбөр...)
- b. Бэлтгэн нийлүүлэлтийн хүндрэл
- c. Төрийн үйлчилгээний хүнд суртал

- d. Хүний нөөцтэй холбогдох зардал өссөн (хамгаалах хэрэгслээр хангах...)
- e. Хүний нөөцийн хомсдол
- f. Мэдээллийн системийн хүндрэл

7. Та хамт олонтойгоо байнгын холбоотой байж, мэдээллийг түргэн шуурхай дамжуулахад ямар нэгэн хүндрэл учирч байна уу?
- a. Тийм
 - b. Угүй

8. Цар тахлын үед ажлаа хэвийн явуулахад таньд ямар ур чадварууд дутмаг байна вэ?

№	Ур чадвар	Хангалттай зэрэг	Дунд доогуур	Дундаас	Хангалтгүй
1	Онлайн программ хангамжийн талаар мэдлэг, ур чадвар				
2	Гадаад хэлний мэдлэг, ур чадвар				
3	Компьютер дээр ажиллах ур чадвар				
4	Бусдад өөрийгөө ойлгуулах ур чадвар				
5	Бусдыг сонсох ур чадвар				
6	Манлайлах ур чадвар				
7	Бусад техник, хэрэгсэл ашиглах ур чадвар /камер, скайнер гэх мэт/				
8	Мэргэжлийн ур чадвар				

9. Цар тахлын үед удирдлагын зүгээс ажилтанд тулгамдаж буй ур чадварыг үнэлэн, ямар нэгэн сургалт хийсэн үү?

- a. Тийм
- b. Угүй
- c. Ур чадварыг бол үнэлсэн, сургалт хийгээгүй

10. Танай байгууллага ажилтнуудаасаа сэтгэл ханамжийн судалгааг авдаг уу?

- a. Улиралд нэг удаа
- b. 1 жилд нэг удаа
- c. 2 жилд нэг удаа
- d. Угүй

11. Цар тахлын үед таньд ямар асуудлууд хамгийн ихээр тулгарч байна вэ? /5 хариулт сонгоно уу/

- a. Интернэтийн хурд удаан
- b. Нөүтбүүк, суурин компьютер, дагалдах хэрэгсэл дутмаг
- c. Ажлын цагийн тасалбар гэж байхгүй
- d. Цахим орчинд үргэлж онлайн байхыг шаарддаг
- e. Амралт, чөлөөт цаг бага гарах
- f. Утсаар болон интернэтээр байнга ажиллах
- g. Мэдээллийн урсгал хэт ихэнээс стресс үүсэх
- h. Онлайн программ хангамжийг ашиглаж чадахгүй байх
- i. Техникийн ур чадвар хангалтгүй
- j. Санхүүгийн бэрхшээл

12. Цар тахлын үед таныг урамшуулан дэмжих бодлого хэрэгжиж байна уу?

- a. 1 удаа
- b. 2 удаа
- c. 3-аас дээш удаа
- d. Үгүй

13. Танай байгууллагын зүгээс цар тахалтай холбоотойгоор ажилчдынхаа эрүүл мэнд, аюулгүй байдалд чиглэсэн ямар нэгэн үйлчилгээ үзүүлсэн эсэх?

- a. 1 удаа
- b. 2 удаа
- c. 3-аас дээш удаа
- d. Үгүй

14. Цар тахлын үед таньд мэргэжлээ дээшилгүүлэх боломж хэр байна вэ?

- a. Хангалттай сайн байгаа
- b. Ямар ч боломж байхгүй
- c. Ажлын ачааллаас болж энэ талаар бодоогүй
- d. Сэтгэл зүйн дарамт их байгаа тул энэ талаар бодоогүй

15. Ажлын байранд (офис) ажиллахад ямар нэгэн асуудал тулгарч байна уу?

- a. Ямар нэгэн асуудал тулгардагтүй
- b. Эрүүл мэндийн шаардлага хангасан, тухтай орчин бүрдээгүй
- c. Хамт олны таагүй уур амьсгал
- d. Техник, хэрэгслийн дутмаг байдал

16. Ажиллаж буй жил

№		1-3	4-6	7-9	10-аас
		жил	жил	жил	дээш жил
1	Та ТМЗ-өөр хэдэн жил ажиллаж байна вэ?				
2	Та одоо ажиллаж буй байгууллагадаа хэдэн жил ажиллаж байна вэ?				

17. Үйлчлүүлэгчид аль сувгаар дамжуулан үйлчилгээ авахыг илүүд үзэж байна вэ?

- a. Биечлэн
- b. Цахимаар
- c. Утсаар

18. Таны боловсролын зэрэг

- a. Бакалавр
- b. Магистр
- c. Доктор /Ph.D/
- d. ШУ-ны доктор /Sc.D/

19. Таны нас

- a. 20-25
- b. 26-30
- c. 31-35
- d. 36-40
- e. 41-ээс дээш

20. Таны хүйс

- a. Эмэгтэй
- b. Эрэгтэй

“А” ТМЗ ХХК-ийн гүйцэтгэх удирдлагаас авах судалгаа

1. Танай байгууллагад эрсдэлийн удирдлагын бодлогын баримт бичиг байдаг уу?

- a. Тийм
- b. Үгүй
- c. Байдаг боловч мөрддөггүй
- d. Энэ талаар анх удаа сонсож байна

2. Цар тахлын үеийн байгууллагын байдал /2019.12.31-ний байдлыг 2020.12.31-ний байдалтай харьцуулах/

№		Буурсан					Огт буураагүй	Өссөн
		0-5%	6-10%	11-15%	16-20%	20%+		
1	Танай байгууллагын борлуулалтын орлогын түвшин хэдэн хувиар буурсан бэ?							
2	Ажилчдын тоо буурсан уу?							
3	Үзүүлж байсан зөвлөх үйлчилгээ буурсан уу?							
4	Харилцагчийн тоо буурсан уу?							
5	Байгууллагын ашигт ажиллагаа буурсан уу?							

3. Танай байгууллагын жилийн эцсийн гүйцэтгэл хэрхэн өөрчлөгдсөн бэ? /2019.12.31-
ний байдлыг 2020.12.31-ний байдалтай харьцуулах/

№		Хэмнэгдсэн			Өөрчлөлт ороогүй	Хэтэрсэн
		0-10%	11-20%	21%+		
1	Батлагдсан төсөв					
2	Ажилчдын цалин, хөдөлмөрийн хөлсний зардал					
3	Ашиглалтын зардал					
4	Шагнал, урамшуулалын зардал					

№		Хэмнэгдсэн			Өөрчлөлт ороогүй	Хэтэрсэн
		0-10%	11-20%	21%+		
5	Гадаад томилолтын зардал					
6	Дотоод томилолтын зардал					
7	Зар сурталчилгааны зардал					
8	Түрэсийн зардал					
9	Татварын зардал					
10	Үйл ажиллагааны зардал					

%d0%b8%d0%b9%d0%bd-%d0%b6%d1%83%d1%80%d0%b0%d0%bc/
Улсын бүртгэлийн өрөнхий газар. (2021). Хуулийн этгээдийн улсын бүртгэлийн
мэдээлэл. [www.opendata.burtgel.gov.mn](http://opendata.burtgel.gov.mn). Cit.04/12/2021. Retrieved from
<http://opendata.burtgel.gov.mn/les>

Англи хэл дээрх эх сурвалжууд:

Цахим эх сурвалжууд

Accounting and Business. Demand dips for tax advisory. [www.abmagazine.accaglobal.com](http://abmagazine.accaglobal.com)
Cit.04/13/2021. Retrieved from
<https://abmagazine.accaglobal.com/global/articles/2021/jan/practice/demand-dips-for-tax-advisory.html>

Michael Cohn. (2021, January 11). Tax advisory market lost \$3B globally in 2020 due to coronavirus. www.accountingtoday.com. Cit.02/16/2021. Retrieved from
<https://www.accountingtoday.com/news/tax-advisory-market-lost-3b-globally-in-2020-due-to-coronavirus#:~:text=Tax%20advisory%20firms%20took%20a,2020%20due%20to%20the%20pandemic>.

Source Global Research. (2020). *The Global Tax Advisory Market in 2020*. Cit.03/04/2021.
Retrieved from
<https://reports.sourceglobalresearch.com/report/download/6935/extract/The-Global-Tax-Advisory-Market-in-2020>

SurveyMonkey. Sample size calculator. Cit.04/18/2021. Retrieved from
<https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

ЭДИЙН ЗАСГИЙН ТОДОРХОЙ БУС БАЙДЛЫН НӨЛӨӨ

СЭЗИС-ийн оюутан Х.Мөнхжин

ХУРААНГУЙ

Уг судалгааны хүрээнд Монгол улсад эдийн засгийн тодорхой бус байдлын нөхцөл байдал ямар түвшинд байгааг олон улсад хүлээн зөвшөөрөгдсөн аргуудаар хэмжилт хийж дүгнэсэн бөгөөд манай улсын эдийн засгийн тодорхой бус байдал нь дэлхийн эдийн засгийн тодорхой бус байдлын чиг хандлагын дагуу сүүлийн жилүүдэд өсөх хандлагатай байна. Мөн компанийн түвшний панел өгөгдөл болон макро эдийн засгийн өгөгдлүүдийг ашиглан микро болон макро түвшин эдийн засгийн тодорхой бус байдлын нөлөөг судлан үзэв. Үр дүнд нь компанийн хөрөнгө оруулалтын хэмжээ, бодлогын хүүний үйлчлэх үйлчлэлд сөрөг нөлөө үзүүлж байна.

Удиртгал

Дэлхийн улс орнууд 2008-2009 оны хооронд болсон санхүүгийн хямралын дараагаас эдийн засаг, бодлогын тодорхой бус байдалд анхаарлаа хандуулах болсон бөгөөд тодорхой бус байдалтай холбоотой судалгааны ажлууд маш өргөн цар хүрээнд хийгдэж эхэлсэн байдаг. Учир нь хямралын дараах эдийн засгийн сэргэлт удаашрах нөхцөлийг бүрдүүлж байгаа гол хүчин зүйл нь тодорхой бус байдал болоод байсан билээ. Тэгвэл өнөөгийн цар тахлаас үүдэлтэй эдийн засгийн хямралд манай улсад тодорхой бус байдал ямархуу хэмжээнд байгааг хэмжиж, үүсгэж болох нөлөөллийг тодорхойлох шаардлага судлаачдын дунд үүсээд байгаа билээ.

Эдийн засгийн тодорхой бус байдлын нөлөөг судлахын тулд нэн түрүүнд түүнийгээ хэмжих хэрэгтэй. Тодорхой бус байдал бол үл ажиглагдах хувьсагч бөгөөд бусад хүчин зүйлсүүдэд нөлөөлсөн байдлыг боловсруулан ялган авах боломжтой. Олон улсад тодорхой бус байдлыг хэмжих 3 үндсэн аргыг ашигласан судалгаанууд байдаг бөгөөд нийт 6 төрлийн загварчлалтай байдаг. Тэгвэл уг 6 загвараас 5-аар нь Монгол улсын эдийн засгийн тодорхой бус байдлыг хэмжихэд бүх хэмжилт Монгол улсын тодорхой бус байдал сүүлийн жилүүдэд өсөх хандлагатай байгааг харуулж байна.

Эдийн засагт тодорхой бус байдал ямар нөлөө үзүүлж байгааг судлахдаа хоёр чиглэлээр эмпирик судлагаа хийлээ. Нэгдүгээрт компанийн түвшний хөрөнгө оруулалтын шийдвэр гаргалтад хэрхэн нөлөөлж байгааг 5 компанийн панел өгөгдөл дээр шинжилж үзлээ. Хоёрдугаарт Монголбанкнаас хэрэгжүүлдэг мөнгөний бодлогын тодорхой бус байдал нь инфляцид болон ам.долларын ханшид хэрхэн нөлөөлж байгааг судласан.

1. СУДАЛГААНЫ АРГАЧЛАЛ

1.1. Хэмжилт хийх аргачлал

Эдийн засгийн тодорхой бус байдлыг хэмжих загварчлалуудыг *Хүснэгт I*-ээс харж болно.

Хүснэгт 1 Хэмжилт хийх аргачлалууд

Үндсэн арга	Загварчлалын нэр	Загварчлалын тэгшитгэлүүд	Тайлбар
Хүлээлтийн асуулгын арга	Далайцын загварчлал	$D_t \pi^j = E_t^{max}(\pi)^j - E_t^{min}(\pi)^j$	Хүлээлтүүдийн дээд доод утгын зөрүү буюу далайц
	Нэгдсэн тархалтын загварчлал	$\sigma_{t,a}^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \sigma_{i,t}^2 + \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (\mu_{i,t} - \mu_{a,t})^2$	Хүлээлтүүдийн стандартр хазайлт дээр нэмдэг нь хүлээлт тус бүрийн хазайх магадлалын дундаж
	Төсөөллийн алдааны загварчлал	$u_t = \sqrt{\sum_{i=1}^n w_i (\check{y}_{i,t} - E(y_{i,t}))^2}$	Хүлээлтүүдийн бодит үр дүнгээс зөрөх зөрүүнүүдийн дундаж
Зах зээлийн савалгааны арга	Спот үнийн савалгааны загварчлал	$\sigma_t = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left(\theta_{t,i} - \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \theta_{t,i} \right)^2}$	Тухайн сарын өдөр бүрийн хувьцааны өгөөжийн стандарт хазайлт

Хэвлэл мэдээллийн хандлагын арга	Өдөр тутмын сонингийн нийтлэлийн тоо	$EPU = 100 \cdot \frac{\frac{1}{m} \sum_{i=1}^m \frac{x_{i,t}}{\sigma_{i,x}}}{\frac{1}{n} \sum_{t=1}^n \left(\frac{1}{m} \sum_{i=1}^m \frac{x_{i,t}}{\sigma_{i,x}} \right)}$	Нийтлэлийн тоонуудын нормчилсон утгын дунджыг стандартжуулна.
---	--------------------------------------	---	---

Эх үүсвэр: (Mullineaux, 1980) (Conflitti, 2008) (Scott R. Baker, 2016)

1.2. Нөлөөллийн судалгааны аргачлал

Панел өгөгдөл ашиглан микро түвшний нөлөөллийг судласан бөгөөд аргачлалыг товч дурдвал:

$$y_{i,t} = \alpha + \beta_1 x_{1,i,t} + \cdots + \beta_n x_{n,i,t} + v_{i,t}$$

і компанийн t хугацаан дахь өгөгдлүүдийн цувааг үүсгэн нөлөөллийг шалгадаг бөгөөд үр дүн нь нийт компаниудад нөлөөлж буй өрөнхийн нөлөөг гарган ирдэг.

Макро түвшиний эдийн засгийн нөлөөг судлахдаа вектор алдаа залруулах загвар(VEC) болон Тархсан хожимдолтой авторегресс(ARDL) загвар ашиглан урт болон богино хугацаан дахь нөлөөллийг судлан авч үзлээ.

Вектор алдаа залруулах(VEC) загварын томъёо:

$$\Delta y_t = \Pi \Delta y_{t-k} + \Gamma_1 \Delta y_{t-1} + \Gamma_2 \Delta y_{t-2} + \cdots + \Gamma_{k-1} \Delta y_{t-(k-1)} + u_t$$

Тархсан хожимдолтой авторегресс(ARDL) загварын томъёо:

$$y_t = \alpha + \beta_1 y_{t-1} + \cdots \beta_k y_{t-k} + \beta_{k+1} x_{t-1} + \cdots \beta_{2k} x_{t-k} + \varepsilon_t$$

1.3. Судалгаанд ашигласан өгөгдөл

Эдийн засгийн тодорхой бус байдлыг хэмжихдээ Хүснэгт 2-т дох өгөгдлүүдийг ашигласан.

Хүснэгт 2 Хэмжилт хийсэн анхдагч өгөгдлүүд

Үндсэн арга	Загварчлал	Боломжит өгөгдөл	Хэмжээ	Эх сурвалж
Хүлээлтийн асуулгын арга	Далайцын загварчлал	Инфляцийн төсөөлөл, Эдийн засгийн өсөлтын төсөөлөл	2017-2021 он улирлаар	(Монголбанк, 2021)
	Нэгдсэн тархалтын загварчлал	Инфляцийн төсөөлөл, Эдийн засгийн өсөлтын төсөөлөл	2017-2021 он улирлаар	(Монголбанк, 2021)
	Төсөөллийн алдааны загварчлал	Инфляцийн төсөөлөл, Эдийн засгийн өсөлтын төсөөлөл	2017-2021 он улирлаар	(Монголбанк, 2021)
Зах зээлийн савалгааны арга	Спот үнийн савалгааны загварчлал	Хувьцаат компаниудын хувьцааны үнийн өөрчлөлтүүд, Топ20 индексийн өдөр тутмын өөрчлөлтүүд, Ханшийн өөрчлөлтүүд	2012-2021 он өдрөөр	(Монголын хөрөнгийн бирж, 2021)
Хэвлэл мэдээллийн хандлагын арга	Өдөр тутмын сонингийн нийтлэлийн тоо	Өдрийн сонингийн өдөр бүрийн хэвлэлтүүд	2012-2021 он өдрөөр	(Өдрийн сонин, 2021)

Мөн нөлөөллийн шинжилгээг хийхдээ (Монголын хөрөнгийн бирж, 2021)-ээс хувьцаат компаниудын хөрөнгө оруулалтын мөнгөн урсгалын гарах мөнгөн урсгалын хэмжээ, ашигт ажиллагааг (Монголбанк, 2021)-наас бодлогын хүү (Статистикийн мэдээллийн нэгдсэн сан, 2021)-аас амдолларын сарын дундаж ханш, хэрэглээний үнийн индекс зэрэг өгөгдлүүд ашигласан.

1.4. ХЭВЛЭЛ МЭДЭЭЛЛИЙН ХАНДЛАГЫН АРГЫН ХЭМЖИХ АРГАЧЛАЛ

Өдрийн сонингийн нийт 60000 гаруй хуудас бүхий цахим архиваас үгээр хайлт хийх замаар тухайн сар дахь эдийн засгийн бодлогын тодорхой бус байдлыг илэрхийлсэн нийтлэлүүдийн тоог цуглуулж дээр дурдсан загварт оруулан стандартжуулна. Үгээр хайлт хийхдээ *Хүснэгт 3*-д байгаа ойролцоо утгатай хувирсан үгсийг ашиглана.

Хүснэгт 3 Хайлт хийх үгийн хувилбарууд

	Эдийн засаг	Тодорхой бус
1	Эдийн засагт	Тодорхойгүй
2	эдийн засгийн	Тогтвортгүй
3	эдийн засгаа	Эргэлзээтэй
4		Итгэлгүй
5		Баталгаагүй
6		Найдваргүй

Үүнээс гадна гарч ирсэн илэрц дундаас дахин хайлт хийх замаар дэд бүлгүүдийг бий болгох боломжтой. Мөнгөний бодлого болон сангийн бодлогын тодорхой бус байдлын индексийг *Хүснэгт 4*-т харагдаж байгаа үгсээр хайлт хийн бий болгосон.

Хүснэгт 4 ЕРУ дэд бүлгийн хайлт хийх үгсийн хувилбарууд

Монголийн бодлого		Сангийн бодлого	
Монголбанк	Монголбанкны, Монголбанкаас, Монголбанктай, Монголбанкинд г.м	Сангийн яам	Сангийн яамны, Сангийн яамнаас, Сангийн яаманд г.м
Бодлогын хүү	Бодлогын хүүний, Бодлогын хүүнд, Бодлогын хүүтэй, Зээлийн хүү г.м	Төсөв	Төсвийн, төсөвт, төсвөөс, төсөвтэй г.м
Инфляци	Инфляцийн, Инфляцид, Инфляцаас, Хэрэглээний үнийн индекс г.м	Татвар	Татварын, Татварыг, Татварт, НДШ, НӨАТ г.м
Ханш	Доллар, Юань, Валютын г.м	Зардал	Зардлийг, Зардлаа, Зардлаас г.м

2. СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

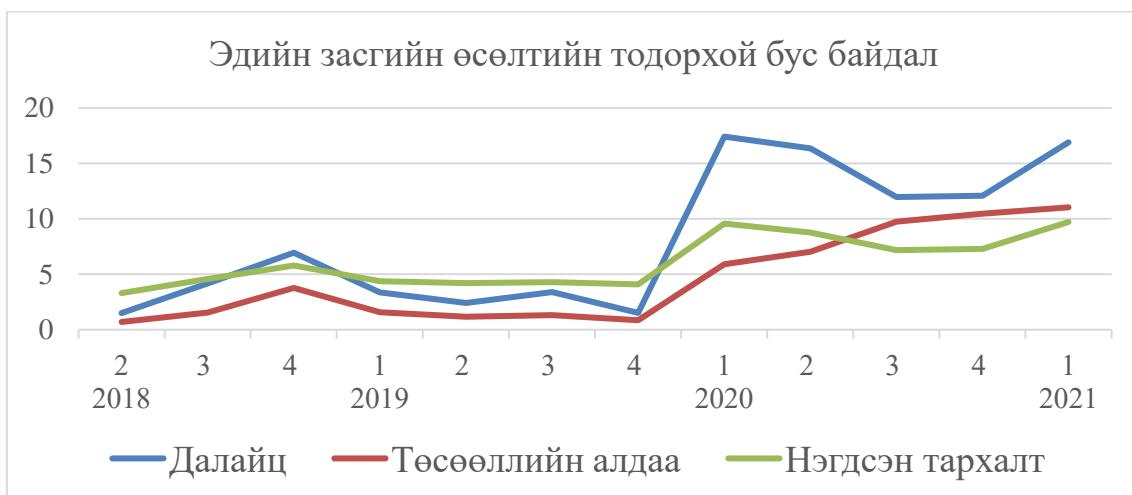
2.1. Хэмжилтийн үр дүнгүүд

График 1 Инфляцийн тодорхой бус байдал хүлээлтийн асуулгын аргууд



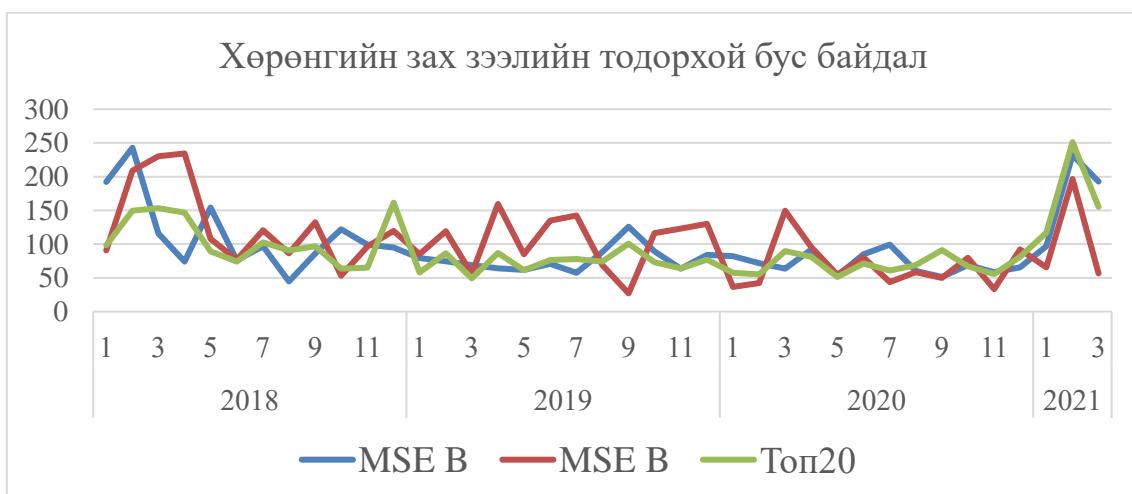
Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

График 2 Эдийн засгийн өсөлтийн тодорхой бус байдал хүлээлтийн асуулгын аргууд



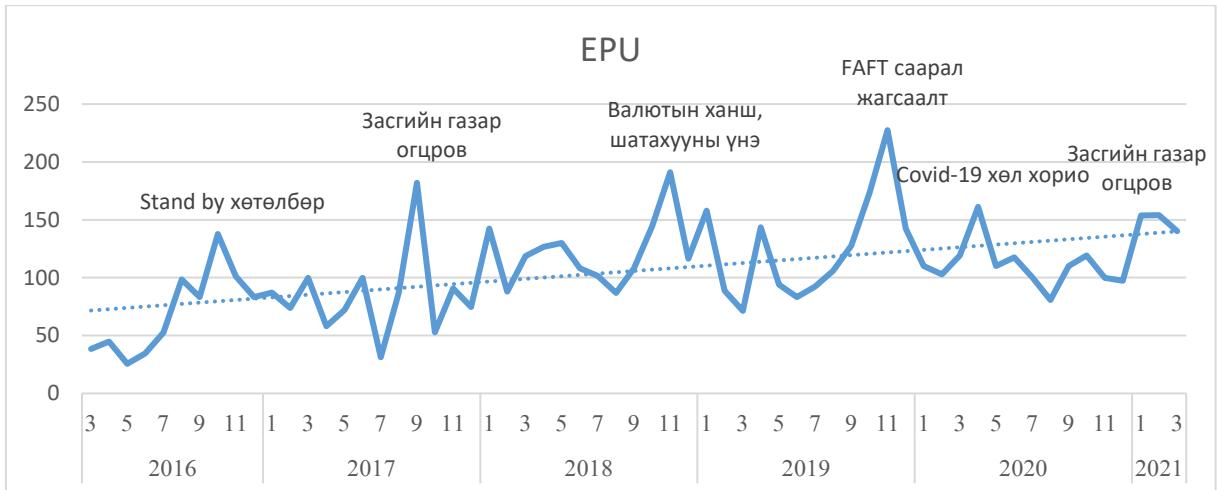
Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

График 3 Хөрөнгийн зах зээлийн тодорхой бус байдал



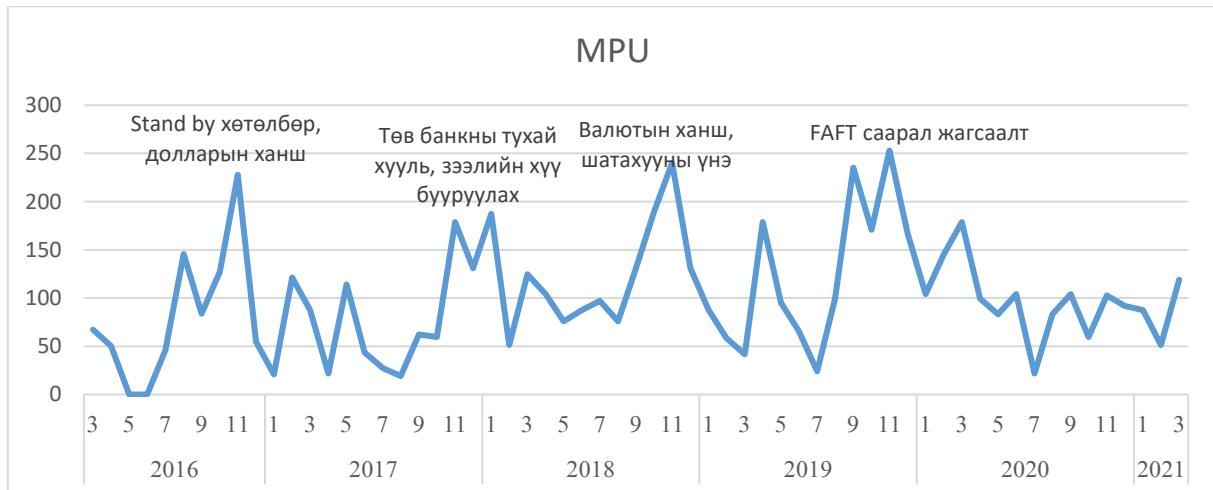
Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

График 4 Эдийн засгийн бодлоготой холбоотой тодорхой бус байдал



Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

График 5 Мөнгөний бодлогын тодорхой бус байдал



Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Хүснэгт 5 Олон улсын эдийн засгийн бодлогын тодорхой бус байдлын корреляцийн коэффициентүүд

	CHINA	GLOBAL	RUSSIA	US	INDIA	MONGOLIA	JAPAN
CHINA	1	0.712625	0.444728	0.508989	0.173242	0.309192	0.102183
GLOBAL	0.712625	1	0.731772	0.89823	0.59624	0.249049	0.597852
RUSSIA	0.444728	0.731772	1	0.734834	0.476522	0.33429	0.446893
US	0.508989	0.89823	0.734834	1	0.614475	0.171316	0.547563
INDIA	0.173242	0.59624	0.476522	0.614475	1	-0.06829	0.601528
MONGOLIA	0.309192	0.249049	0.33429	0.171316	-0.06829	1	-0.21371
JAPAN	0.102183	0.597852	0.446893	0.547563	0.601528	-0.21371	1

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Үр дүнгүүдээс харахад тодорхой бус байдал сүүлийн жилүүдэд өсөх хандлагатай байгаа бөгөөд үүнд “EPU” буюу эдийн засгийн тодорхой бус байдал нь тухайн цаг үед болж өнгөрсөн “Stand by хөтөлбөр, FAFT саарал жагсаалт” зэрэг эдийн засагт нөлөөтэй томоохон үйл явдлуудыг илэрхийлж чадаж байна. Мөн Хүснэгт 5 харагдаж байгаачлан Монгол улсын

эдийн засгийн бодлогын тодорхой бус байдал нь БНХАУ болон ОХУ-ынхтай тодорхой түвшинд эерэг хамаарлтай байна.

2.2. Тодорхой бус байдлын микро орчний нөлөө

Тухайн компанийн хувьцаа эзэмшигчид болон удирдлагууд компанийнхаа ирээдүйн үйл ажиллагааг хаашаа чиглэх ямар үр дүнтэй байх талаар тодорхой итгэл үнэмшилгүй болох үед компанийн түвшний тодорхой бус байдал үүсдэг гэж онолын хувьд үздэг. Мөн уг тодорхой бус байдал нь тухайн компанийн хувьцааны өгөөжийн савалгаагаар илэрдэг. Тэгвэл уг савалгаа ямар нөлөө үзүүлж байгааг энэ судалгаагаар харуулах болно. Уг судалгааг хийхдээ “АПУ ХК, Говь ХК, Монгол шуудан ХК, БиДиСек ХК, Ард санхүүгийн нэгдэл ХК” гэсэн 5 компанийн 2016-2020 оны 5 жилийн хөрөнгө оруулалтын мөнгөн урсгалын гарах урсгал, ашигт ажиллагаа, хувьцааны үнийн тодорхой бус байдлын панел өгөгдөл цуглуулсан. *Хүснэгт 6* та хардаж байгаачлан хөрөнгө оруулалтын хэмжээнд компанийн өнгөрсөн жилийн ашигт ажиллагаа эерэг, хувьцааны тодорхой бус байдал сөрөг хамаарлтай байна.

Хүснэгт 6 Хувьцаат компаниудын панел өгөгдлийн корреляцын коэффициентууд

	INVESTMENT	ROA	ROE	ROA_1	ROE_1	UNC	RANGE
INVESTMENT	1	0.356845	0.215486	0.407123	0.475886	-0.58675	-0.39151
ROA	0.356845	1	0.830916	0.610617	0.511523	-0.37658	-0.19037
ROE	0.215486	0.830916	1	0.459145	0.405833	-0.06773	0.071851
ROA_1	0.407123	0.610617	0.459145	1	0.945981	-0.31407	-0.12565
ROE_1	0.475886	0.511523	0.405833	0.945981	1	-0.36508	-0.10246
UNC	-0.586746	-0.37658	-0.06773	-0.31407	-0.36508	1	0.734327
RANGE	-0.39151	-0.19037	0.071851	-0.12565	-0.10246	0.734327	1

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Панел өгөгдлүүдэд хамгийн бага квадратын аргаар загвар үнэлэхэд *Хүснэгт 7*-д байгаа үр дүн гарсан бөгөөд тодордорхой бус байдал нь хөрөнгө оруулалтын түвшинд сөрөг нөлөөтэй хардаж байна.

Хүснэгт 7 Хувьцаат компаниудын хөрөнгө оруулалтын хэмжээнд нөлөөлөх хүчин зүйлсийн үнэлгээ

Тайлбарлагч хувьсагчид	(Коэффициент)	(t-Statistic)	(Prob.)
C	1.60E+10 (5.69E+09)	2.811925	0.0102
UNC	-3.60E+09 (1.31E+09)	-2.754216	0.0116
ROE_1	4.65E+10 (4.65E+10)	1.726899	0.0982
R2	0.423490		
Түүврийн тоо	25		

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

2.3. Мөнгөний бодлогын тодорхой бус байдлын инфляцид нөлөөлөх нөлөөлөл

Монголбанкнаас явуулдаг мөнгөний бодлогын хүрээнд бодлогын хүүг өсгөж бууруулах замаар инфляци болон ханшид нөлөөлдөг. Тэгвэл уг үйлчлэлийн хажуугаар

мөнгөний бодлоготой холбоотой тодорхой бус байдал урт болон богино хугацаандаа хэрхэн нөлөөлдөг талаар График 5-т гарч буй индексийг ашиглан судалгааны үр дүнг тайлбарлана. EVIEW 10 програм дээр инфляцийг тайларлагдагч хувьсагчаар аван бодлогын хүү болон мөнгөний бодлогын тодорхой бус байдлыг тайлбарлагч хувьсагчаар аван VAR загварын LR шалгуураар шалгаж үзэхэд 12 хоцрогдолтой тувшинд загвар үнэлэх нь тохиромжтой гэж гарч ирэв. Хувьсагчуудын коинтеграци хамаарлыг “Johansen”-ы шалгуураар шалгахад Хүснэгт 8дох үр дүн гарсан бөгөөд 12 хоцрогдлын тувшинд хувьсагчууд хоорондоо коинтеграци хамааралтай гэсэн үр дүн гарч байна.

VEC загвар үнэлэхэд коинтеграцийн тэгшитгэл нь Хүснэгт 9Хүснэгт 9-д байгаа үр дүн гарсан бөгөөд хувьсагчууд бүгд ач холбогдолтой бөгөөд урт хугацаандаа бодлогын хүү өсвөл инфляци буурч байна. Мөн урт хугацаандаа мөнгөний тодорхой бус байдал өсвөл инфляци мөн адил буурна гэсэн үр дүнг харуулж байна.

Хүснэгт 8 Хувьсагчуудын коинтеграци хамаарлын шинжилгээ

Lags interval (in first differences): 1 to 12

Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.904672	160.2753	35.01090	0.0000
At most 1 *	0.524358	52.15537	18.39771	0.0000
At most 2 *	0.323433	17.97328	3.841466	0.0000

Хүснэгт 9 VEC загварын коинтеграци тэгшитгэлийн хэсэг

COINTEGRATING EQ:	COINTEQ1
INFLATION(-1)	1
INTEREST_RATE(-1)	-0.986277
	-0.04883
	[-20.1968]
MPU(-1)	-0.007445
	-0.00142
	[-5.23815]
@TREND(16M01)	-0.678617
	-0.00526
	[-129.020]
C	-79.74503

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

Тэгвэл урт хугацааны нөлөөллийн үр дүнг баталгаажуулах үүднээс ARDL загварыг ашиглан нөлөөллийг шалгахад Хүснэгт 10Хүснэгт 10-д байгаа үр дүн гарлаа. Ерөнхийдөө урт хугацааны нөлөөллийн коеффициентүүд нь ойролцоо утгатай байгаа бөгөөд 95 хувийн итгэх тувшинд ач холбогдолтой гарсан байна.

Хүснэгт 10 ARDL загварын үнэлгээ

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.*
INFLATION(-1)	1.475556	0.176126	8.377823	0
INFLATION(-2)	-0.673846	0.298223	-2.259542	0.0341
INFLATION(-5)	-0.508107	0.275921	-1.841493	0.0791
INTEREST_RATE	-0.557483	0.247771	-2.249992	0.0348
INTEREST_RATE(-2)	0.646962	0.307912	2.101128	0.0473
INTEREST_RATE(-4)	-0.977098	0.298607	-3.27219	0.0035
INTEREST_RATE(-8)	-0.481299	0.172567	-2.789051	0.0107
MPU	-0.004739	0.002162	-2.191996	0.0393
MPU(-2)	0.005974	0.002188	2.730852	0.0122
MPU(-6)	0.004199	0.00186	2.256725	0.0343
MPU(-8)	-0.000989	0.001922	-0.514589	0.612
MPU(-10)	0.004214	0.00216	1.950526	0.064

Хүснэгт 11Хүснэгт 11-т харагдаж байгаачлан хоцрогдолын хувьсагчууд дийлэнх нь 95 хувийн итгэх түвшийн ач холбогдолтой байгаа бөгөөд богино хугацаандаа бодлогын хүүний өсөлт нь инфляцийг бууруулж байна. Мөн бодлогын хүүний тодорхой бус байдал богино хугацаандаа инфляцийг өсгөж байна.

Хүснэгт 11 VEC загварын дан тэгшигтгэлүүдийн үнэлгээ

Хоцрогдол	Инфляций н ялгавар	t-статистик	Бодлогын хүүний ялгавар	t-статистик	MPU ялгавар	t-статистик
1	3.41504	[6.88522]	-2.896287	[-4.87610]	-0.016509	[-5.05079]
2	2.747398	[4.88446]	-2.359729	[-4.13314]	-0.010733	[-3.38330]
3	2.635624	[5.40281]	-1.628469	[-3.81362]	-0.004283	[-1.89804]
4	2.229245	[4.79151]	-2.08454	[-5.07629]	0.000591	[0.30060]
5	1.935895	[3.97126]	-0.9419	[-2.13148]	0.003075	[1.49365]
6	1.160335	[4.24279]	-1.048284	[-2.64475]	0.004656	[2.10650]
7	1.159212	[3.76178]	-0.899747	[-2.00610]	0.001717	[0.92131]
8	0.437983	[2.54478]	-0.450313	[-1.64668]	0.00283	[1.48093]
9	0.310258	[1.96727]	-1.011376	[-3.13257]	0.003322	[1.77972]
10	0.338617	[1.90600]	-0.167708	[-0.95512]	0.005217	[2.91796]
11	-0.197895	[-1.48484]	-0.470032	[-2.21830]	0.001618	[0.85971]
12	-0.497804	[-3.34178]	-0.594875	[-2.71887]	0.004237	[2.83889]

Эх сурвалж: Судлаачийн тооцоолол

3. Дүгнэлт, санал зөвлөмж

Монгол улсын эдийн засгийн тодорхой бус байдал нь өнгөрсөн жилүүдэд өсөх хандлагтай байгаа бөгөөд энэ нь олон улсад ч мөн адил ижил хандлагтай байгаа нь хамаарлын коэффициетоор харагдаж байна. Мөн эдийн засгийн бодлогын тодорхой бус байдал нь өнгөрсөн үйл явдлуудыг илэрхийлж тодорхой бус байдал үүссэн шалтгааныг маш тодорхой илэрхийлж байна.

Компанийн түвшиний нөлөөллийн судалгааг харвал хувьцаат компанийн хувьцааний өгөөжийн савалгаа нь тухайн компанийн хөрөнгө оруулалтын хэмжээнд сөрөг нөлөө үзүүлж байна.

Инфляцид нөлөөлөх нөлөөллийн судалгааг харвал бодлогын хүү өсөхөд инфляци буурч байгаа нь бодлогын хүү буурсанаар мөнгөний нийлүүлэлтэнд нөлөөлж инфляцийг хязгаарладаг онолын ухагдахуунтай авцалдаж байна. Мөнгөны бодлогын тодорхой бус байдал нь богино хугацаандаа инфляцийг ихэсгэж байгаа бөгөөд мөнгөний бодлогын үйлчлэлд сөргөөр нөлөөлж байна. Харин урт хугацаандаа тодорхой бус байдал өсвөл инфляцийн түвшин буурч байгаа нь тодорхой байдлын үед хүмүүс мөнгөө зарцуулахаас илүү хадгалах сонирхолтой болж мөнгөний эргэц удааширдаг нөхцөл байдлыг илэрхийлж байж болно. Тэгэхээр урт болон богино хугацаандаа тодорхой бус байдлын нөлөөг шалгаж үзэж байж шийдвэр гаргасан нь бодлогын үйлчлэлд чухал нөлөө болохоор харагдаж байна. Учир нь богино хугацаанд тодорхой бус байдал өндөр байх үед бодлогын хүүг бууруулах шийдвэр гаргах нь инфляцийн улам ноцоож өгнө. Харин урт хугацаанд тодорхой бус байдал өндөр байхад бодлогын хүүг чангалах шийдвэр гаргах нь дефиляци руу чиглуулах аюултай харагдаж байна.

Зөвлөмж:

- Цаашид хүлээлтийн асуулгын арга дээр тулгуурласан судалгаа хийгдэл тодорхой бус байдлыг онолын хувьд бүрэн илэрхийлсэн судалгаа болно.
- Хэвлэл мэдээллийн хандлагын аргаар судалгаа хийхдээ өдөр тутмын 3-4 сонингийн архивыг ашиглавал үр дүнг илүү нарийвчилж өгнө.
- Эдийн засгийн бодлогын тодорхой бус байдлын индексийн дэд бүлгүүдийг байгуулахдаа нийтлэлийн агуулга цар хүрээг зөв тодорхойлох хэрэгтэй.
- Нийтлэлүүдээс ялгалт хийх явцдаа нээж үзээд хянаад явах хэрэгтэй.
- Нөлөөлөгч хүчин зүйлсийн эконометрик шинжилгээнүүд хийгдэх нь практикт шаардлагатай байна.

Ном зүй

- Conflitti, C. (2008). Retrieved from <https://www.tse-fr.eu/sites/default/files/medias/TSE/Jamboree/PDF/conflitti.pdf>.
- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. New York.
- Mullineaux, D. J. (1980). *Unemployment, Industrial Production, and Inflation Uncertainty in the United States*. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/1924741?read-now=1&seq=1>.
- Scott R. Baker, N. B. (2016). *Economic policy uncertainty*. Retrieved from https://www.policyuncertainty.com/media/EPU_BBD_Mar2016.pdf.
- Монголбанк. (2021). Retrieved from <https://www.mongolbank.mn/listmonetarypolicy.aspx?id=05>.
- Монголын хөрөнгийн бирж. (2021). Retrieved from <http://mse.mn/mn>.
- Өдрийн сонин. (2021). Retrieved from <https://dnn.mn/>.
- Статистикийн мэдээллийн нэгдсэн сан. (2021). Retrieved from <https://www.1212.mn/>.

**НББ-ИЙН МЭРГЭЖЛИЙН ОЮУТНУУДЫН ХАНДЛАГЫГ СУДЛАХ НЬ /СЭЗИС-ийн
бакалавр, мастерын хөтөлбөрийн жишээн дээр/**

СЭЗИС-ийн оюутан Д.Мөнхчимэг, Ө.Отгонзул, А.Түмэнжаргал

ХУРААНГҮЙ

Энэхүү судалгааны зорилго нь Монгол улсад НББ-ийн мэргэжлээр суралцаж буй оюутнуудын тус мэргэжлийн талаарх ойлголт, хандлагад жендер болон суралцаж буй дээд боловсролын түвшин /бакалавр, магистр/ зэрэг үзүүлэлтүүд хэрхэн нөлөөлж буйг тодорхойлж, шаардлагатай санал зөвлөмжийг боловсруулахад оршино.

Судалгааны анхдагч өгөгдлийг google form ашиглан монголын томоохон их, дээд сургуулиуд болон сошиал сүлжээн дэх нэгдсэн групպүүдэд түгээх замаар 7 хоногийн хугацаанд НББ-ийн мэргэжлээр суралцаж буй бакалаврын 124, магистрын түвшний 29 оюутнуудаас мэдээлэл цуглуулсан болно. Тус судалгааг мэргэжлийн талаарх үнэлэмж, сөрөг хандлага, нэр хүнд, ажлын үр дүн ба шаардлага гэх 5 хүчин зүйлсийн хүрээнд 22 асуултыг бүлэглэн бэлтгэж, оюутнуудын тухайн агуулгын талаарх ойлголт, тэдгээрийн уялдаа холбоог тодорхойлохын тулд SPSS 23.0 программыг ашиглан шинжилгээг хийж гүйцэтгэлээ.

Судалгааны үр дүнд жендерийн хувьд эрэгтэй оюутнууд нь тус мэргэжлийг төдийлөн сонирхдоггүй бөгөөд үнэ цэнэтэй, байгууллагын оршин тогтоноход чухал нөлөө бүхий мэргэжил хэмээх хандлага байдаггүй бол эмэгтэй оюутнууд нягтлан бodoх бүртгэлийн мэргэжлийг илүү өндөөр үнэлж, үнэ цэнэтэй буюу нэр хүндтэй хэмээх хандлагатай болох нь тогтоогдсон болно. Харин суралцаж буй мэргэжлийн түвшний хувьд бакалаврын оюутнууд сөрөг хандлагаас бусад хүчин зүйлсийн дундаж эрэмбэ нь магистрын оюутнуудтай харьцуулахад өндөр үзүүлэлттэй байгаа нь ажлын байран дээр гарахаас өмнөх үед илүү өндөр хүлээлт, зерэг хандлагатайгаар суралцдаг хэмээх дүгнэлтэд хүргэж байна.

Түлхүүр үг: нягтлан бodoх бүртгэл, мэргэжил, ажлын үр дүн, мэргэжлийн нэр хүнд, мэргэжлийн мэдрэмж, хандлага, бакалавр, магистр

Удиртгал

1. Оришил

Нягтлан бодогч нь аливаа аж ахуйн нэгжийн санхүүгийн болон стратегийн хувьд чухал үүрэг гүйцэтгэдэг, байгууллагын оршин тогтоноход нөлөө бүхий хүмүүн капитал тул уг мэргэжлээр суралцаж буй оюутан залуус төдийгүй нийгэмд нэр хүндтэй, үнэ цэнэтэй байх нь эдүгээ дижитал эрин үед нэн шаардлагатай болоод байна.

Мэргэжлийнхээ тухай ойлгох ойлголт нь оюутнуудын итгэл үнэмшлийнх нь нэг хэсэг болж, улмаар мэргэжил сонголтонд нь нөлөөлдөг байна (Hunt, 2004; White, 2006). Мөн карьерын талаарх ойлголт, ажил мэргэжилд хандах хандлагад нь нөлөөлж болзошгүй юм (Dalcí, 2013; Saemann, 1999). Буруу ойлголт нь төөрөгдөлд хүргэж болзошгүй тул nyaгтлан бodoх бүртгэлийн мэргэжил нь байгууллагад ямар үнэ цэнэ бүтээдэг, чухал хүмүүн капитал болохыг оюутан, залууст ойлгуулах шаардлага тулгараад байна. Нийгэмд бий болоод буй nyaгтлан бодогчдын талаарх сөрөг, хэвшмэл ойлголтыг сүүлийн жилүүдэд уг мэргэжлийг сонгон суралцах оюутны тоо дэлхий даяар буурч байгаагаар тайлбарлаж болох юм (Marriott, 2003).

2020 оны 10 сард Дэлхийн Эдийн Засгийн Форум (Forum, 2020) гаргасан “Ирээдүйн ажлын байр”-ны талаарх тайлан мэдээнд тусгагдсанаар дэлхий даяар эрэлт нь хурдацтайгаар буурч буй мэргэжлийн жагсаалтын 3-р байранд nyaгтлан бодогч, 4-р байранд аудитор тус тус бичигджээ. Энэ нь nyaгтлан бodoх бүртгэлийн мэргэжил хиймэл оюун ухаан, мэдээлэл технологийн өөрчлөлтийн нөлөөнд автаж, урт хугацаандаа устах магадлалтай хэмээх ойлголтыг нийгэмд бий болгоод байна. Мөн Олон улсын мэргэшсэн nyaгтлан бодогчийн эрх олгох байгууллага болох ACCA нийгэмлэг “Ирээдүйд nyaгтлан бодогчдын өдөр тутмын гүйцэтгэх үүргийн 50%-аас илүү нь автоматаажна” гэж мэдээлснээр дээрх ойлголтыг батлан харуулж буйн нэг хэлбэр юм. Монгол улсад сүүлийн жилүүдэд nyaгтлан бодогч мэргэжлийг ирээдүйд устаж угүй болно гэх гарчигтай нийтлэлүүд сонин хэвлэл, мэдээллийн сайтуудаар эрчимтэй бичигдэж эхлээд байна. Үүний нэг жишээг дурдвал, eagle.mn сайт нь 2017 оны 1-р сарын 12-ны нийтлэлдээ хамгийн эхэнд устах 7 мэргэжил дотор nyaгтлан бодогчийг онцолжээ (Х.Батсайхан, 2017). Хэдий дижитал эрин үед ихэнх зүйл автоматжиж байгаа ч nyaгтлан бодогч мэргэжил нь үргэлж эрэлт, хэрэгцээтэй байх болно (HUTCHINSON, 06). Иймд мэргэжлийн үнэ цэнийг ойлгуулах, утга учрыг нь тодорхойлох зэрэг зайлшгүй шаардлагатай асуудлуудад үндэслэн энэхүү сэдвийг сонгон авч, судалгааны ажлыг хийж гүйцэтгэсэн болно. Уг мэргэжил нь технологийн хөгжилтэй уялдах агаад эл уялдаа нь nyaгтлан бодогчдод дүн шинжилгээ, тоон сэтгэлгээ, үр дүнтэй харилцаа холбоо, асуудал шийдвэрлэх, дижитал хэлбэрт дасан зохицох, бүтээлч байдал, үйл явдлыг том зургаар харах чадваруудыг олгох юм (Tekbas, 2018).

2. Онолын хэсэг

● Нягтлан бodoх бүртгэлийн ажлын үр дүн

Урьд өмнө нь хийгдэж байсан судалгааны үр дүнгээс харахад хүмүүс мэргэжлээ сонгохдоо тухайн ажлын байрнаас хүртэх үр ашгийг илүүтэй харгалзан үздэг байна (Karakaya, 2011). Ажлын үр дүн нь сэдэлжүүлэлтийн онолын дагуу дотоод болон гадаад шинжтэй хүчин зүйл юм (Bolton, 2010; Reiss, 2012). Цалин, тэтгэмж болон бусад санхүүгийн урамшуулал, эд материал гэх зэрэг их хэмжээний орлогууд нь ажлын үр дүнг

хэмжих гадаад сэдэлжүүлэгч байж болох ч ажил мэргэжлийн хувьд ахиц дэвшил гаргах, амжилтанд хүрэх, олонд танигдах, нэр хүндтэй болох гэх мэт дотоод хүсэл эрмэлзэл ч байх боломжтой. Ажлын үр дүнгийн талаарх ойлголт нь оюутнуудын хүсэл эрмэлзэлд нөлөөлж болзошгүй (Chia, 2008; Dalci, 2013; Karakaya, 2011).

- *Нягтлан бodoх бүртгэлийн ажлын шаардлага*

Мэргэжил бүхэн өөрийн дүрэм журам, зарчим, шаардлагыг дагуулдаг бөгөөд нягтлан бodoх бүртгэлийн мэргэжил нь нягтлан бodoх бүртгэлийн журам, тайлагналын стандарт, тодорхой ажлын байрны эрэлт хэрэгцээ гэх мэт хатуу шаардлагуудаар зохицуулагддаг. Уг мэргэжлийн оюутнууд эдгээр ажлын шаардлагад дургүй байх магадлалтай (Fiske, 2013; Meredith, 2011; Solomon, 2013). Ажлын шаардлагын хүрээнд нягтлан бodoх бүртгэлийн ажил нь нарийн төвөгтэй асуудлуудыг зохицуулдаг, дүрэм журамд нийцүүлэхийн тулд оюун ухаан, боловсрол, сургалт шаарддаг, зогсолтгүй үйл явц гэдэг ойлголтыг хамарч үздэг. Энэ нь практик дээр уйтгартай, нэгэн хэвийн санагдуулдаг байна (Wessels, 2009).

- *Нягтлан бодогчдын талаарх сөрөг хандлага*

Оюутнууд нягтлан бодогчийг авлигач, шударга бус, санхүүгийн тайланд булхай гаргаж, чухал материалыг нуун дарагдуулдаг бөгөөд бодит байдлын талаар ихэвчлэн мэдээлдэггүй гэх мэт буруу ойлголттой байдаг гэдгийг судалгаа (Wessels, 2009) харуулсан байна. Мөн өөр нэг судалгаагаар хүмүүс ихэвчлэн нягтлан бодогчдыг өндөр бүтэц зохион байгуулалт, хатуу зохицуулалт, дүрэм журам шаардлагын дагуу ажилладаг хүмүүс гэж ойлгодог болох нь тогтоогджээ (Hunt, 2004). 2012 онд ACCA нийгэмлэгээс гаргасан Closing the Value Gap тайлан мэдээнд нягтлан бодогчид мэргэжлийнхээ талаар олон нийтийн итгэлийг олж авахын тулд ёс зүйн өндөр хэм хэмжээ сахихыг хичээх хэрэгтэй хэмээн анхааруулсан байна. Энэ нөхцөл байдал нь олон нийтийн дундах нягтлан бодогчдын сөрөг хандлагын талаар тус чиглэлээр суралцаж буй оюутнуудын ойлголт ямар байдаг болохыг судлах нэг шалтгаан болж байгаа юм.

- *Нягтлан бодогчдын талаарх нэр хүнд*

Байгууллагын хамгийн чухал нөөцийг удирдан хариуцлагатайгаар ажлаа хийдэг тул нягтлан бodoх бүртгэлээр суралцаж буй оюутнууд уг мэргэжилтнийг хүндэтгэх, хүлээн зөвшөөрөх, нэр хүндийнх нь хувьд эерэг сэтгэгдэлтэй байх боломжтой юм. Өмнө хийгдсэн судалгаагаар мэргэжлийн эрэлт хэрэгцээнээс шалтгаалан зарим оюутнууд нягтлан бодогчдыг нэр хүндтэй хүмүүс гэж үздэг болохыг тогтоожээ (Germanou, 2009; Góis, 2013). Нягтлан бодогчийн мэргэжлийн ойлголтыг дээшлүүлэхийн тулд арга хэмжээ авч хэрэгжүүлэх ёстой гэж судалгаанд (ACCA, 2012) хамрагдсан нягтлан бодогчдын 85% нь хүлээн зөвшөөрснөөс үүдэн Монгол улсад нягтлан бodoх бүртгэлийн чиглэлээр суралцаж буй оюутнууд тус мэргэжлийн нэр хүндийг хэрхэн хүлээж авдаг талаарх тодорхой асуулт гарч ирсэн болно.

- *Нягтлан бodoх бүртгэлийн мэргэжлийн талаарх ерөнхий мэдрэмж*

Мэдрэмж болоод хандлага нь хүмүүсийн ойлголтын үндэс суурь болдог (Ajzen, 1991). Эцэг эхчүүд хүүхдүүддээ багаас нь мэргэжлийн баримжаа олгож, ихэнхдээ эрүүл мэнд, боловсрол, төрийн алба зэрэг эрхэмсэг, нэр хүндтэй мэргэжлээр ажиллахыг зөвлөдөг байхад зарим нь өөрсдийн мэргэжлээ өвлүүлэх хандлагатай байдаг байна. Тус

мэргэжлийн сонирхолтой байдал, үнэ цэнэ, амжилтанд хүрэх боломж, санхүүгийн аюулгүй байдал зэрэг нь суурь ойлголтод багтаж болно (Karakaya, 2011; Wessels, 2009; Peltier, 2014).

Монгол улсын хэмжээнд нягтлан бодох бүртгэлийн мэргэжлийн талаарх оюутнуудын ойлголт, үнэлэмжийн тухай хийгдсэн судалгаа шинжилгээний ажил төдийлөн байдаггүй хэдий ч олон улсын хүрээнд, хөгжиж буй оронд хийгдсэн хэд хэдэн судалгааны үр дүн, шинжилгээний аргуудыг хоёрдогч өгөгдөл болгон ашигласан болно.

Судлаач	Судалгааны ажлын нэр	Товч хураангуй
Joseph Mbawuni (2015)	Нягтлан бодох бүртгэлийн мэргэжлийн талаарх оюутнуудын ойлголт, үнэлэмжийг тодорхойлох судалгаа	Гана улсад тус мэргэжлээр суралцаж буй 516 бакалаврын, 78 магистрын түвшний оюутнаас авсан уг судалгаа нь оюутнуудын ойлголт, үнэлэмжид хүйс болон оюутны ангилал (бакалавр, магистр) хамааралтай эсэхийг харуулахыг зорьсон. Судалгааны үр дүнд мэргэжлийн талаарх уламжлалт сөрөг хандлага аажмаар өөрчлөгдөж байгааг харуулсан байна.
University Tunku Abdul Rahman, Malaysia (2016)	Тус мэргэжлийн оюутнуудын суралцах хүсэл эрмэлзэлд нөлөөлж буй хүчин зүйлсийн судалгаа	Судалгааны үр дүнд ихэнх бакалаврын оюутнууд мэргэшсэн нягтлан бодогчдыг карьерын хувьд хөгжих дэвших боломжтой, хөдөлмөрийн зах зээлд өндөр эрэлттэй, олон улсад ч хүлээн зөвшөөрөгдөхүйц, цалин хангамж сайтай гэж үзжээ. Эдгээр үр өгөөж нь оюутнуудад мэргэжлийн түвшинд ажиллах, амжилт үзүүлэхэд нь чухал түлхэц болоод байгааг тодорхойлов.
Eleni Germanoua, Trevor Hassalla and Yanni Tournasb (Sheffield Hallam University- 2009)	Малайз болон Англи улсын НББ-ийн оюутнуудын ижил төстэй байдал, ялгааг тодорхойлох судалгаа	Энэхүү судалгаа нь НББ-ийн шинж чанар, үр дүнг авч үзсэнээс гадна суралцагч оюутнуудын мэргэжил эзэмших зорилго нь өөрсдийн мэргэжлийн талаарх ойлголтоос хэрхэн хамаарч буйг тодорхойлсон юм. НББ мэргэжлээр Англи улсад сурагч солилцоогоор суралцаж буй Малайз оюутнууд болон Английн их сургуулийн оюутнуудын дунд асуулга хэлбэрээр өгөгдөл цуглувулсан. Дээрх 2 бүлэг хоёулаа мэргэжлийнхээ талаар эерэг ойлголттой бөгөөд энэ нь оюутнуудын зорилгод чухал нөлөө үзүүлдэг байна.

Судалгааны хэсэг

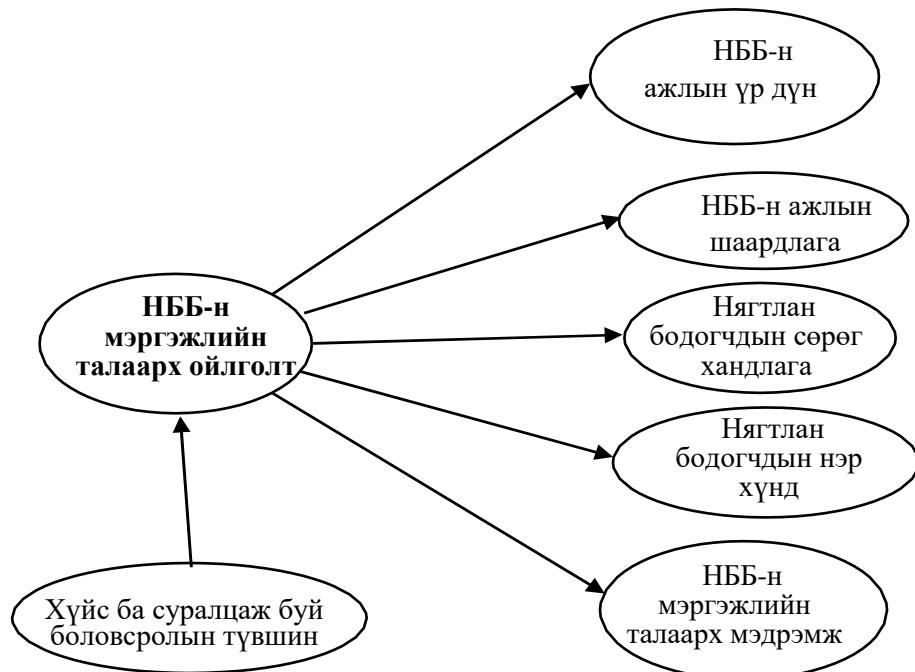
- *Арга зүй*

Оюутнууд мэргэжлийнхээ талаар ямар ойлголттой байгааг тодорхойлохдоо Joseph Mbawuni (2015)-ийн боловсруулсан “НББ-ийн ойлголтын үзэл баримтлалын

хүрээ” (Conceptual Framework for Perception of Accounting Profession)-ийн аргыг ашиглан судалгааг авсан болно. Уг арга нь тус мэргэжлийн талаарх ойлголтыг ажлын үр дүн, шаардлага, сөрөг хандлага, нэр хүнд болон мэргэжлийн талаарх ерөнхий хандлага зэрэг 5 хүчин зүйлсийн хүрээнд судалдаг.

Асуулгыг таван хүчин зүйлээр бүлэглэсэн 22 асуулт болон хувийн мэдээлэл авах зорилготой 4 асуулт бүхий хэсгийг оролцуулан нийт 26 асуултын хүрээнд google форм ашиглан боловсруулж, 7 хоногийн хугацаанд Монгол улсын хэмжээнд нягтлан бодох бүртгэлийн мэргэжлээр боловсон хүчин бэлтгэж буй томоохон их дээд сургуулиудаас өгөгдөл цуглуулахыг зорьж ажилласан билээ. Үүнд: СЭЗИС, Мандах Их Сургууль, МУИС, ХААИС, ХҮИС, ШУТИС... зэрэг сургуулиуд багтсан бөгөөд нийт бакалаврын түвшний 124, магистрын 29 оюутан судалгаанд хамрагдсан болно. Судалгааны асуултуудыг Likert 5 point scale буюу огт санал нийлэхгүй байна гэх сэтгэгдлээс бүрэн санал нийлж байна хэмээх хүртэл 1-5 оноонд хуваан боловсруулж, хариултыг уг оноонд харгалзуулан дүгнэлээ.

Судалгааны асуулгыг үндсэн 5 хүчин зүйлд /хувийн мэдээлэл 1 бүлэг/ хуваан авч үзсэн бөгөөд үүнийг дараах схемд зураглан харууллаа.



Зураг SEQ Зураг * ARABIC 1. Таван хүчин зүйлийн ангилал

Дээр дурдсанчлан тусгайлан бэлтгэсэн асуулгын хүрээнд цуглуулсан 153 оюутны өгөгдөл тулгуурлан IBM SPSS Statistics 23 программыг ашиглан шинжилгээг хийж, үр дүнг гаргасан болно. Шинжилгээг Крускал-Уоллис (Kruskal-Wallis H) тест ашиглан эрэгтэй, эмэгтэй хүмүүсийн хооронд болон төгсөөгчид, бакалаврын оюутнуудын ойлголтын ялгааг тодорхойллоо (Hair, 2010). Нийт судалгаанд хамрагдсан хүмүүсийн мэдээллийн задаргааг дурдвал: Бакалаврын түвшний нийт 124 оюутан хамрагдсанаас 15 нь эрэгтэй, 109 эмэгтэй. Харин магистрт суралцаж буй 29 оюутнаас 4 нь эрэгтэй, 25 эмэгтэй байна. Мөн судалгаанд хамрагдагсдын дийлэнх буюу 121 оюутан 18-25 настай, 26-35 насны бүлэгт 21 байсан бол 36-44 настай 9, 45-53 насны бүлгийг 2 оюутан тус тус бүрдүүлсэн болно. Суралцаж буй их, дээд сургуулиудын хувьд харьцангуй өргөн хүрээг хамруулахыг зорьж ажилласан боловч нөхцөл байдлын улмаас хязгарагдаж, СЭЗИС-

ийн Олон Улсын Нягтлан Бодох Бүртгэл Санхүүгийн Мэргэшсэн Сургуулийн 131, Хүмүүнлэгийн ухааны их сургуулийн 7, Мандах Их Сургуулиас 6, ХААИС 4, МУИС-Бизнесийн сургуулиас 4 оюутан хамрагдav.

- *Шинжилгээний хэсэг*

Cronbach's alpha		
	Оноо	Найдвартай байдал
НББ-н ажлын үр дүн	0.803	Маш сайн найдвартай
НББ-н ажлын шаардлага	0.757	Найдвартай байдал
Сөрөг зан төлвийн ойлголт	0.667	Найдвартай байдал
НББ-н мэргэжлийн нэр хүндийн талаарх ойлголт	0.805	Маш сайн найдвартай
НББ-н мэргэжлийн талаарх хандлага, мэдрэмж	0.77	Найдвартай байдал

Хүснэгт 1. Cronbach альфа

SPSS 23.0-ийн гаралтаас үүссэн Cronbach альфа ашиглан хүчин зүйл бүрийн уялдаа холбоо, найдвартай байдлыг үнэлсэн болно. (Хүснэгт 1-ийг харна уу). Үүнээс харахад Cronbach альфа нь 0.667-аас 0.805 хооронд байгаа нь шкалийн оновчтой байдал хангалттай буйг харуулж байна. Өөрөөр хэлбэл судалгаанд ашигласан хүчин зүйлс хоорондоо уялдаатай, найдвартай болохыг харуулж байна.

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.785
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	925.381
	df	105
	Sig.	0

Хүснэгт 2. KMO

Мөн хүлээн зөвшөөрөх хэмжүүр буюу асуулга дахь түүврийн хэмжээний найдвартай байдлыг илтгэх КМО (Kaiser-Meyer-Olkin Test) нь 0.785 байгаа тул түүврийн хувьд хүчин зүйлийн шинжилгээ хийхэд хүрэлцээтэй, хангалттай буйг илтгэж байна. (Хүснэгт 2-ийг харна уу)

Нийт таван хүчин зүйлийн 22 хувьсагчуудын хүрээнд хүчин зүйлийн хамаарлын шинжилгээ (Factor analysis) хийж, хоорондоо харилцан хамааралгүй болох 7 хувьсагчийг хасаж, үлдсэн хувьсагчдийг бүлэглэн таван хүчин зүйлийн хүрээнд цаашид шинжилгээ хийсэн болно.

	Бакалавр n(124)			Магистр n(29)			Бүлгийн ялгаа df(1)		
	Дундаж	Ст.хаз	Дун.эрэмбэ	Дундаж	Ст.хаз	Дун.эрэмбэ	Chi square	Sign.	Тайлбар
НББ-н ажлын үр дүн	4.04032	0.622566	82.63	3.52586	0.811042	52.91	10.746	0.001	Ялгаатай

НББ-н ажлын шаардлага	4.2702	0.70825	76.91	4.2931	0.66167	77.38	0.003	0.958	Ялгаагүй
Сөрөг зан төлвийн ойлголт	2.3656	0.78769	76.06	2.3678	0.63211	81.02	0.302	0.583	Ялгаагүй
НББ-н мэргэжлийн нэр хүндийн талаарх ойлголт	3.7984	0.70335	79.94	3.5632	0.65528	64.43	2.949	0.086	Ялгаагүй
НББ-н мэргэжлийн талаарх хандлага, мэдрэмж	3.8387	0.70421	80.58	3.5057	0.7747	61.67	4.358	0.037	Ялгаатай

Хүснэгт 3. Бакалавр, магистрын түвшиний оюутнуудын НББ-ийн талаарх ойлголтын ялгаа

Бакалавр	Эрэгтэй n(15)			Эмэгтэй n(109)			Бүлгийн ялгаа df(1)		
	Дундаж	Ст.хаз	Дун.эрэмбэ	Дундаж	Ст.хаз	Дун.эрэмбэ	Chi square	Sign.	Тайлбар
НББ-н ажлын үр дүн	3.8667	0.60405	49.97	4.0642	0.62398	64.22	2.114	0.146	Ялгаагүй
НББ-н ажлын шаардлага	4.2667	0.70373	62.17	4.2706	0.7121	62.55	0.002	0.968	Ялгаагүй
Сөрөг зан төлвийн ойлголт	2.6222	0.92468	71.6	2.3303	0.7651	61.25	1.123	0.289	Ялгаагүй
НББ-н мэргэжлийн нэр хүндийн талаарх ойлголт	3.4667	0.63994	46.5	3.844	0.7021	64.7	3.463	0.063	Ялгаатай
НББ-н мэргэжлийн талаарх хандлага, мэдрэмж	3.4889	0.75453	45.6	3.8869	0.68677	64.83	3.848	0.05	Ялгаатай

Хүснэгт 4. НББ мэргэжлээр суралцдаг бакалаврын оюутнуудын мэргэжлийн талаарх ойлголтод жендерийн үзүүлэх нөлөө

Магистр	Эрэгтэй n(4)			Эмэгтэй n(25)			Бүлгийн ялгаа df(1)		
	Дундаж	Ст.хаз	Дун.эрэмбэ	Дундаж	Ст.хаз	Дун.эрэмбэ	Chi square	Sign.	Тайлбар
НББ-н ажлын үр дүн	2.75	1.24164	9	3.65	0.677	15.96	2.341	0.126	Ялгаатай
НББ-н ажлын шаардлага	4.5	0.57735	17.25	4.26	0.67885	14.64	0.351	0.554	Ялгаагүй
Сөрөг зан төлвийн ойлголт	2.5833	0.16667	19.13	2.3333	0.67358	14.34	1.136	0.286	Ялгаагүй
НББ-н мэргэжлийн нэр хүндийн талаарх ойлголт	3.4167	0.56928	13	3.5867	0.6755	15.32	0.264	0.608	Ялгаагүй
НББ-н мэргэжлийн талаарх хандлага, мэдрэмж	3.1667	0.63828	11	3.56	0.79186	15.64	1.039	0.308	Ялгаагүй

Хүснэгт 5. НББ мэргэжлээр суралцдаг магистрын оюутнуудын мэргэжлийн талаарх ойлголтод жендерийн үзүүлэх нөлөө

Шинжилгээний аргаар Крукал-Уоллис тестийг ашиглан эрэгтэй, эмэгтэй хүмүүсийн хооронд болон бакалавр, магистрын хөтөлбөрийн оюутнуудын ойлголтын

ялгааг тодорхойлсон бөгөөд ингэхдээ K-Wallis тест (H) буюу параметрийн бус ANOVA-г хамгийн тохиромжтой гэж үзсэний үндсэн дээр дундаж эрэмбэ, хи квадрат зэрэг хэмжигдэхүүнийг тодорхойллоо. Мөн T-тестийг ашиглан дундаж утга, стандарт хазайлт зэрэг үзүүлэлтүүдийг тооцоолсон болно. (Хүснэгт 3,4,5-ийг харна уу) Үүнээс хиквадратын утга нь $df=1$, $p\ value=0.05$ үед 3.84 болон түүнээс дээш үнэлгээтэй бол тухайн харьцуулж буй хоёр зүйл хоорондоо ялгаатай хэмээн тодорхойлсон билээ. Мөн энэ үед ач холбогдлын үзүүлэлт (sign.) харьцангуй бага үнэлгээтэй гарч буйг харж болохуйц байна.

Түүнчлэн хүчин зүйл бүрийн хоорондын харилцан хамаарлыг тогтоож, түүнд жендер болон суралцаж буй хөтөлбөрийн хооронд холбоо хамаарал нөлөө байгаа эсэхийг нарийвчлан шалгахын тулд статистикийн арга болох корреляцийн шинжилгээг (Correlation analysis) хийж гүйцэтгэсэн бөгөөд үр дүнгээс нь (0.5 болон түүнээс дээш үнэлгээтэй гарсан нөхцөлд хоорондын хамаарал хүчтэй хэмээн тооцов). Тус шинжилгээний үр дүнгээс танилцуулбал:

- ✓ **Таван хүчин зүйл хоорондын корреляци:** Нягтлан бодох бүртгэлийн ажлын үр дүн болон мэргэжлийн талаарх ерөнхий мэдрэмж хоёрын хоорондын хамаарлын коэффициент нь 0.548** гарсан ба энэхүү мэдрэмж нь мөн мэргэжлийн нэр хүндээс эерэг хамааралтай буюу 0.591** тул үүнээс нягтлан бодох бүртгэлийн мэргэжлийг сонгон суралцсанаар ажлын үр дүн, урамшуулал, бүтээмж өндөртэй байх төдийгүй үүнд үндэслэн ирээдүйд амжилт гаргах, санхүүгийн баталгааг бий болгох, нэр хүндтэй явах боломжтой хэмээх ойлголт бий болохуйц байна.
- ✓ **Таван хүчин зүйл болон суралцаж буй хөтөлбөр хоорондын хамаарал:** Бакалаврын түвшний 124 оюутны хувьд нягтлан бодох бүртгэлийн ажлын үр дүн болон мэргэжлийн талаарх ерөнхий мэдрэмж хоёрын хоорондын хамаарлын коэффициент нь 0.536** гарсан ба энэхүү мэдрэмж нь мөн мэргэжлийн нэр хүндээс эерэг хамааралтай буюу 0.612** тул дээрх тайлбарын адил тус хөтөлбөрийн оюутнуудын хувьд тухайн мэргэжлийн хандлага, ойлголт мэдрэмжээс үүдэн уг мэргэжлийн үнэ цэнэ болон тухайн байгууллагад эзлэх байр суурь тодорхойлогдох төдийгүй энэ нь цаашлаад ажилтны цалин урамшуулалд эерэг нөлөө үзүүлдэг гэх ойлголттой байна. Магистртай харьцуулахад сөрөг хандлага багатай, илүү эерэг хандлагатай болох нь дундаж эрэмбийн утгаас мэдэгдэж байна. Мэргэжлийн талаарх хандлага, мэдрэмжийн хувьд $\chi^2 (1) = 4.358$, $p = 0.037$, бакалаврын түвшний оюутнуудын дундаж эрэмбэ 80.58 байхад магистрын түвшний хувьд 61.67 байна.

Харин магистрын түвшний 29 оюутны хувьд мөн ялгаагүй ажлын үр дүн болон ерөнхий мэдрэмж хоёрын хооронд ихээхэн хамааралтай буюу 0.504** гэж үнэлгэдсэн бол бакалаврын түвшинд суралцаж буй оюутнуудаас ялгаатай нь мэргэжлийн нэр хүнд болон ажлын шаардлага гэх хүчин зүйлсийн хооронд 0.663** буюу илүү хүчтэй хамааралтай байна. Эндээс ажлын байран дээр гарч, практик туршлага бий болгосон оюутнуудын хувьд нягтлан бодогчийн мэргэжил нь өндөр үр чадвар шаарддаг бөгөөд үүнтэйгээ уялдан ажлын нэр хүнд холбоотой хэмээх үр дүнг харж болох юм.

- ✓ **Таван хүчин зүйл болон жендер хоорондын хамаарал:** Нийт судалгаанд хамрагдсан 19 эрэгтэй оюутнуудын хариултаас дүгнэж үзэхэд хүчтэй хамаарал бүхий ойлголт илрээгүй бөгөөд хамаарлын коэффициент дээд тал нь 0.376 байна. Иймд эрэгтэй оюутнуудын хувьд уг мэргэжлийнхээ үнэ цэнэ, байгууллагад бий

болгох үр ашиг зэрэг чухал ойлголтууд харьцангуй багатай буюу уг мэргэжлийн сонгон суралцах хүсэл эрмэлзэл багатай хэмээн харагдаж байна.

Харин үлдсэн 134 эмэгтэй оюутнуудын хариултыг шинжлэхэд мөн тухайн мэргэжлийн хувь хүний мэдрэмж, ойлголт, хандлагаас үүдэн тус мэргэжлийн үнэ цэнэ, эзлэх байр суурь шууд эерэг хамааралтай тодорхойлогдож байна. Түүнчлэн Крускал-Уоллис Н тестээс хархад бакалаврийн түвшний эрэгтэй оюутнуудын сөрөг хандлагын дундаж эрэмбэ 71.6, эмэгтэйн хувьд 61.25, харин нэр хүндийн хувьд χ^2 (1) = 3.463, $p = 0.063$, эрэгтэй 46.5, эмэгтэй 64.7 нь байгаа нь тус дүгнэлтийг илүү бататгаж байна.

- ✓ **Таван хүчин зүйл болон оюутнуудын нас хоорондын корреляци:** 18-25 насын ангиллын хувьд тухайн мэргэжлийн нэр хүнд болон хувь хүний мэдрэмж хандлагын үзүүлэлтүүд хоорондоо шууд хамааралтайгаар дүгнэгдсэн бол 26-35 настай буюу Y /Millennials gen/ үеийн оюутнуудын хувьд ажлын нэр хүнд, үр дүн, хувийн хандлага гэх гурван хүчин зүйлс нь харилцан нэг нэгнээсээ нягт уялдаа холбоотой болохыг тооцооллын дунд тогтоов.

Харин 36-44 насын оюутнуудын хувьд тухайн ажлын нэр хүндэд тулгуурлан үр дүн болон мэргэжлийн хандлага мэдрэмж нь хамааралтай хэмээн дүгнэж болохуйц байна.

Дүгнэлт, санал зөвлөмж

Нягтлан бодох бүртгэл мэргэжлийн үнэ цэнэ, нийгэмд эзлэх байр суурь зэрэгт тухайн мэргэжлээр суралцаж буй оюутнуудын хүйс болон бакалавр, магистрын хөтөлбөр хамааралтай эсэхийг олж тогтоох мөн техник технологи эрчимтэй хөгжиж буй энэ үед устах эрсдэлтэй мэргэжил хэмээн тодотгогдсон учир шалтгааныг тодорхойлох асуудалд үндэслэн энэхүү судалгааг хийж гүйцэтгэсэн болно.

Судалгаанд нийт 153 оюутныг хамруулан, тэдний суралцаж буй боловсролын зэрэг болон жендерт тулгуурлан уялдаа холбоог шинжилсэн бөгөөд үүний үр дүнд:

- ✓ Жендерийн хувьд эрэгтэй оюутнууд нь тус мэргэжлийг төдийлөн сонирхдоггүй бөгөөд үнэ цэнэтэй, байгууллагын оршин тогтоход чухал нөлөө бүхий мэргэжил хэмээх хандлага байдаггүй бол эмэгтэй оюутнууд нягтлан бодох бүртгэлийн мэргэжлийг илүү өндөрөөр үнэлж, үнэ цэнэтэй буюу нэр хүндтэй хэмээх хандлагатай болох нь тогтоогдлоо.
- ✓ Суралцаж буй мэргэжлийн түвшний хувьд бакалаврын оюутнууд мэргэжлийн ерөнхий төсөөлөлтэй буюу нэр хүнд, цалин урамшуулал, санхүүгийн аюулгүй байдал, сэтгэл ханамж гэх мэт үзүүлэлтүүдэд анхаарал хандуулдаг байна. Харин магистрын оюутнуудад ажлын үр дүн болон мэдрэмж чухал хамааралтай хэмээн илэрсэн ч ажилд тавигдах шаардлага, нэр хүндийн хүчин зүйлс илүү хүчтэй хамааралтай байгаа нь тус мэргэжлийн хүрээнд эзэмшсэн практик туршлага, мэдлэгтэй холбоотой байна. Өөрөөр хэлбэл, бакалаврын оюутнуудын хувьд сөрөг хандлагаас бусад хүчин зүйлсийн дундаж үзүүлэлтүүд нь бүгд магистрын оюутнуудаас өндөр тодорхойлогдсон тул ажлын байран дээр гарахаас өмнөх үед илүү өндөр хүлээлт, эерэг хандлагатайгаар суралцдаг хэмээх дүгнэлтэд хүргэж байна.

- ✓ Дижиталчлагдаж буй эдүгээ үед НББ-ийн мэргэжил устаж үгүй болох гэхээс илүүтэй компьютер, цахим холболт, үүлэн тооцоололд суурилагдан уг мэргэжлийг эзэмшиж буй боловсон хүчинээс хөрвөх чадвар, шинийг эрэлхийлэх, өөрчлөлтөд бэлэн байх зэрэг ур чадваруудыг түлхүү шаардах ирээдүйн хандлага буйг судалгааны дунд суурилан шинжилсэн болно.

Энэхүү судалгааны үр дунд тулгуурлан боловсруулсан санал, зөвлөмжөөс дурдвал:

- Уг судалгаа нь Ковид 19-ын нөхцөл байдлаас шалтгаалан Монгол улсад нягтлан бодох бүртгэлийн мэргэжлээр суралцаж буй оюутнуудыг нийтэд нь хамарч хараахан чадаагүй тул цаашид уг сэдвийн хүрээнд судалгааны хамрах хүрээг өргөжүүлэн шинжилгээ хийх боломжтой.
- Эдгээр суурь үзүүлэлтүүд дээр тулгуурлан Монголын их, дээд сургууль тус бүрээр нь өгөгдлийг харьцуулан шинжилгээ хийж болох бөгөөд ингэснээр тухайн сургууль бүрийн удирдлагын түвшинд шийдвэр гаргахад нөлөөлөхүйц үр дүнг харах боломжтой төдийгүй сургалт хариуцсан багш нар энэхүү ойлголтын зөрүү, сөрөг хандлагыг арилгах зорилгоор сургалтын ямар арга барил ашиглах зэргийн талаар хөтөлбөрт тусгаж өгөх бололцоо бүрдэнэ.
- Судалгаанд ашигласан 5 хүчин зүйлсээс гадна орчин үеийн чиг хандлагад нийцсэн, дижиталчлагдаж буй үед уг мэргэжилд өөр ямар хүчин зүйлсүүд хүчтэй нөлөөлж, улмаар ойлголтын зөрүү үүсгэж буйг судлах нь зохилтой.
- Ганна улсад хийгдсэн уг судалгаатай харьцуулахад нягтлан бодох бүртгэлээр суралцаж буй оюутан, залуус ижил ойлголттой байгаа бөгөөд тус мэргэжил нь ирээдүйд устахгүй, харин хувьсаж энэхүү дижиталын эрин үетэй уялдан өөрчлөгдөнө гэдэг итгэлтэй байна. Иймд нягтлан бодох бүртгэлээр сурч буй хүмүүс эл эрин зууны нөлөөллийг бодолцож, үргэлж шинийг эрэлхийлэх, дасан зохицох чадвар сайтай, мэдээлэл технологийн өндөр боловсрол эзэмших шаардлагатай.

Ном зүй

ACCA. (2012). *Closing the Value Gap*.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211. [http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).

Bolton, S. (2010). Career motivation theory: Generational differences and their impact on organizations.

Chia, M. Y. (2008). An international study of career drivers of accounting students. *Journal of Education and Work*, 21(1),, 41-60. <http://dx.doi.org/10.1080/13639080801957014>.

Dalci, I. A. (2013). Factors that influence Iranian students' decision to. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 145-163, <http://dx.doi.org/10.1108/20421161311288866>.

Eleni Germanou, T. H. (2009). *Students' Perceptions of Accounting Profession: Work Value Approach*. Sheffield Hallam University, School of Business and Finance, New York.

- Fiske, S. T. (2013). *Social cognition: From brains to culture*. Sage.Publisher Ltd, <http://dx.doi.org/10.4135/9781446286395>.
- Forum, W. E. (2020). *The Future of Jobs Report*. <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>.
- Germanou, E. H. (2009). Students' perceptions of accounting profession: Work value. *Asian Review of Accounting*, 17(2),, 136-148. <http://dx.doi.org/10.1108/13217340910975279>.
- Góis, C. G. (2013). In the aftermath of the Bologna process: Exploring the master students perceptions on accounting in two Portuguese higher education institutions. *Finanzas y administración de empresas*, 34-55.
- Hair, J. F. (2010). Multivariate Data Analysis. Englewood Cliffs. NJ: Prentice Hall.
- Hunt, S. C. (2004). The nature and origins of students' perceptions of. *Journal of Education for Business*, 142-149, <http://dx.doi.org/10.3200/JOEB.79.3.142-148>.
- HUTCHINSON, G. (06 оны 10, <https://www.goingconcern.com/future-accounting-jobs-new-york-fort-lauderdale-sponcon/>). Accounting in 2040: 4 Ways the Industry Will (Probably) Change in 20 Years. 2019.
- Karakaya, F. Q. (2011). A cross-national investigation of student intentions to pursue. *Journal of Marketing Education*, 33(1),, 18-27. <http://dx.doi.org/10.1177/0273475310389151>.
- Khalid, F. (2016). *Students' Perception of the Accounting Profession*. Researchgate.
- Marriott, P. R. (2003). Are we turning them on? A longitudinal study of undergraduate. *Accounting Education: An International*, 113-133, <http://dx.doi.org/10.1080/0963928032000091738>.
- Mbwuni, J. (2015). *Examining Students' Feelings and Perceptions of Accounting Profession in a Developing Country: The Role of Gender and Student Category*. Malaysia.
- Meredith, J. R. (2011). *Knowledge dissemination in operations management: Omega*. 435-446. <http://dx.doi.org/10.1016/j.omega.2010.10.003>.
- Peltier, J. W. (2014). A Parsimonious Instrument for Predicting Students' Intent to Pursue a Sales Career: Scale Development and Validation. *Journal of Marketing Education*, 36(1),, 62-74. <http://dx.doi.org/10.1177/0273475313520443>.
- Reiss, S. (2012). Intrinsic and extrinsic motivation. *Teaching of Psychology*, 39(2),. 152-156. <http://dx.doi.org/10.1177/0098628312437704>.
- Saemann, G. P. (1999). Student perceptions of the profession and its effect on decisions to. *Journal of Accounting Education*, 1-22, [http://dx.doi.org/10.1016/S0748-5751\(99\)00007-X](http://dx.doi.org/10.1016/S0748-5751(99)00007-X).
- Solomon, J. F. (2013). Impression management, myth creation and fabrication in private social and environmental reporting: Insights from Erving Goffman. *Accounting, organizations and society*, 38(3),, 195-213. <http://dx.doi.org/10.1016/j-aos.2013.01.001>.
- Tekbas, I. (2018). *The Profession of the Digital Age: Accounting Engineering*. IFAC, <https://www.ifac.org/knowledge-gateway/preparing-future-ready-professionals/discussion/profession-digital-age-accounting-engineering>.

Wessels, P. L. (2009). An investigation into students' perceptions of accountants. *Meditari Accountancy Research*, 17(1), 117-132.
<http://dx.doi.org/10.1108/10222529200900008>.

White, G. B. (2006). Perceptions of accountants: what are they after Enron and WorldCom? *Journal of College Teaching and Learning*, 71-76.

Х.Батсайхан. (2017 оны 01 12, <http://eagle.mn/r/22778>). Хамгийн түрүүнд устаж алга болох долоон мэргэжил.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdX8MxQfsMyCqsTGlNgwOxA1aNuvkTsWnX7aEadwfP_8ELtlw/viewform- Судалгааны асуулга

ИРГЭДИЙН ЗЭЭЛИЙН ХҮРТЭЭМЖИЙГ Р2Р ЗЭЭЛИЙН ПЛАТФОРМЫГ АШИГЛАН НЭМЭГДҮҮЛЭХ НЬ

СЭЗИС-ийн оюутан Д.Хонгорзул

ХУРААНГУЙ

Сүүлийн жилүүдэд гаднын олон орнуудад P2P (Peer to peer/ People to people) зээлийн платформыг ашиглан иргэд бусад хүмүүсээс шууд зээл авах боломжтой болоод байна. Уг платформ нь иргэд, аж ахуйн нэгжүүдэд санхүүгийн байгууллага буюу зуучлагчийн оролцоогүйгээр зээл авах болон зээл олгох боломжийг олгодог. Манай улсын хувьд иргэд зээл авахад шаардлага өндөр, хүү өндөр гэх мэт нэлээдгүй асуудлуудтай тулгардаг. Харин уг платформ нь эдгээр асуудлуудыг нааштай шийдвэрлэх нэгэн гарц болох юм. Иймээс энэхүү судалгааны ажлаараа олон улсын туршлага, P2P зээлийн платформын үйл ажиллагааг амжилттайгаар явуулж байгаа компаниуд, кейс зэргийг судлан Монгол улсын иргэдийн зээлийн хүртээмжийг нэмэгдүүлэх боломж, арга замыг хайн санал, зөвлөмжийг боловсруулахыг зорилоо.

Судалгааны ажлын асуудал

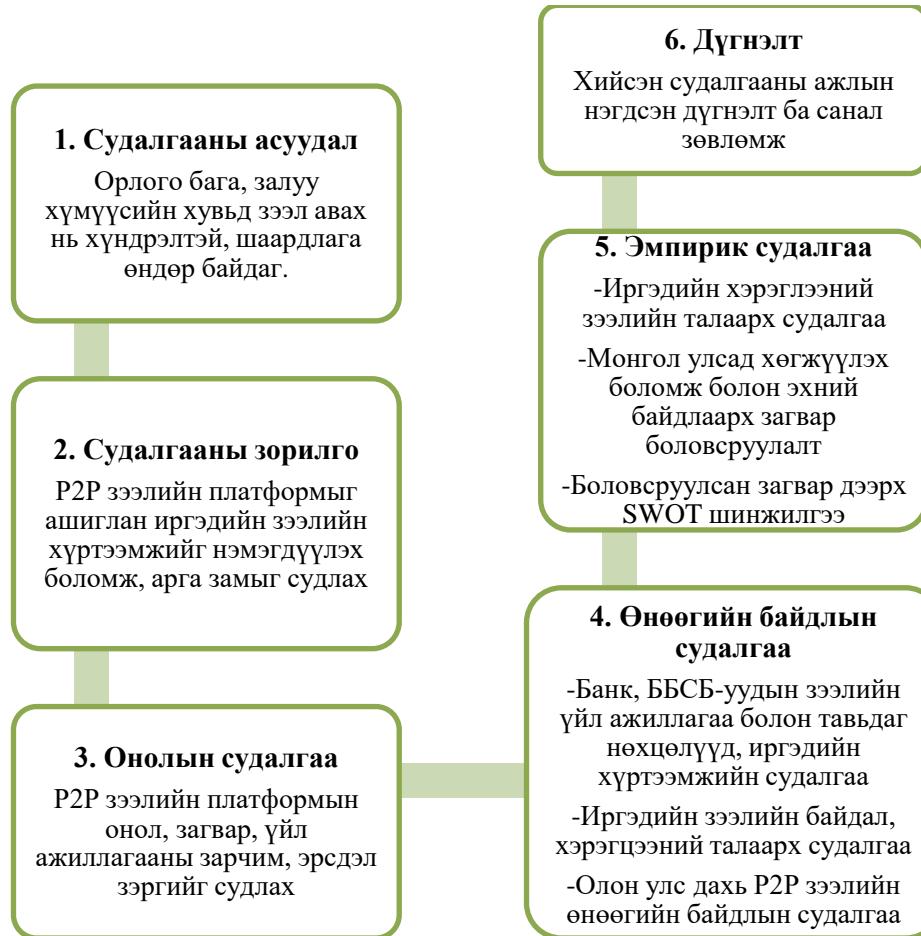
Манай улсад бага орлоготой өрхүүд, оюутнууд болон залуу хосууд их байдаг билээ. Тэдний хувьд банк болон ББСБ-аас зээл авах нь нэлээдгүй асуудалтай байдаг. Ломбард болон LendMn зэрэг газруудаас зээл авахад хүү өндөр байдаг гэх мэт бэрхшээлтэй учирдаг. Харин энэхүү P2P зээлийн платформыг хөгжүүлснээр иргэд хурдан хугацаанд өндөр нэмэлт зардалгүй мөн уян хатан нөхцөлтэйгөөр өөрийн ашиг сонирхолд нийцүүлсэн боломжийн бага хүйтэй зээл авах боломжтой болох юм.

Судалгааны ажлын зорилго

Иргэдийн зээл авах боломжийг нэмэгдүүлэх Р2Р зээлийн платформыг Монгол улсад хөгжүүлснээр иргэдэд ямар давуу талууд болон эрсдэл бий болгохыг судлан дүгнэхэд энэхүү судалгааны ажлын зорилго оршино.

СУДАЛГААНЫ ХЭСЭГ

1. Судалгааны аргачлал болон бүтэц



2. Онолын судалгаа

2.1 P2P зээл



Peer-to-peer буюу P2P зээл нь арилжааны банк эсвэл ББСБ-ын зуучлагчаар дамжуулалгүй зээл хүсэгч нь зээлдүүлэгчтэй онлайнаар шууд холбогдон зээл олгох эсвэл зээл авах боломжийг олгодог. Өөрөөр бол энгийн банкны зээлийн үйл явц, шаардлага, зуучлагчийн оролцоогүйгээр иргэдэд бусад хүмүүсээс шууд зээл авах боломжийг олгон холбодог өр төлбөрт суурилсан платформ юм. P2P зээлийг жижиг хэсгүүдэд хуваан олон янзын агентууд санхүүжүүлэх боломжтой байдаг. Иймээс P2P зээлийг уламжлалт банкны системээс өөрөөр өрийг санхүүжүүлэх хэлбэр гэж үзэн тусдаа өөр санхүүжилтийн хэлбэр гэж ангилдаг. P2P зээлийн үйл ажиллагаа явуулдаг вебсайтууд нь санхүүжилтийн олон боломж, арга замуудыг нэвтрүүлсэн.

2.2 Банкны зээл ба P2P зээлийн ялгаа

Банкнууд болон P2P зээлийн платформууд хоёулаа их хэмжээний хөрөнгө, зээлдэгчидтэй хүмүүсийг холбож байдаг. Гэсэн хэдий ч уламжлалт банкны зээл ба P2P зээлийн хооронд хоёр том ялгаа байдаг.

1. Хэрэгдэгчид банканд мөнгө байршуулахдаа мөнгийг хэрхэн ашиглаж байгаа талаар бараг ойлголтгүй байдаг бол P2P зээлийн платформ дээр зээлдүүлэгчид хөрөнгө оруулалт хийхийг хүсэж буй төсөл, бизнес эсвэл хэрэглэгчийн сонголтоо чөлөөтэй хийдэг.
2. P2P зээл олгох платформууд нь балансын зуучлалын хэрэгцээг арилгадаг бөгөөд ингэснээр зээлдүүлэгчид зээл, хөрвөх чадварын эрсдэлд ордог гэсэн үг юм.

2.3 P2P зээлийн бизнес загварууд

P2P зээлийн платформ ашиглан хөрөнгө оруулалт хийхдээ бизнес загварыг ойлгох нь маш чухал бөгөөд энэ нь хөрөнгө оруулагчдад тулгарах эрсдэлд томоохон нелөө үзүүлдэг. Бизнес эрхлэх эсвэл өөр зорилгоор хөрөнгө босгох гэж байгаа зээлдэгч ч мөн адил үүнд хамаарна. Одоогийн байдлаар P2P зээл олгох дээр дурдсан бизнесийн дөрвөн ерөнхий загвар байдаг:

1. Стандарт P2P зээл олгох
2. Loan Originators-үүд P2P зээл олгох
3. Банкны санхүүжилтээр P2P зээл олгох
4. Балансын зээл олгох

P2P зээл олгох стандарт зээл (бизнесийн загвар 1)-д та болон хөрөнгө оруулагчдын хооронд зөвхөн нэг зуучлагч (платформ) байдаг бөгөөд энэ нь бизнесийн загвар болон платформыг ойлгоход хялбар болгодог. P2P зээлийг Loan Originators -тай зээл олгоход (бизнесийн загвар 2) та болон зээлдэгч хоёрын хооронд бие даасан хоёр тал байдаг (энэ нь платформ ба Loan Originators) бөгөөд энэ нь хөрөнгө оруулагчдад платформыг болон хэн зээл авч байгааг ойлгоход хэцүү болгодог. Сүүлийн хоёр бизнес загвар нь сүүдрийн банк буюу уламжлалт банкны салбараас гадуур явагддаг банктай төстэй үйл ажиллагааг (голчлон зээл олгох) явуулдаг ББСБ-тай ойрхон тул яг ч P2P зээл хэмээн тодорхойлоход төвөгтэй.

Давуу ба сул талууд: Стандарт P2P зээл ба P2P зээл /Loan Originator/

Загвар	Бизнес загвар 1/стандарт/	Бизнес загвар 2/Loan Originator/
Давуу тал	Зээлийн чанар өндөр	Зээлийн хэмжээ өндөр
	Ил тод байдал	Тогтвортой богино хугацааны мөнгөн урсгал
	Энгийн бөгөөд ойлгомжтой	Зээлдэгчийн өр барагдуулалт хурдан
	Шууд хөрөнгө оруулалтын бүтэц	
Сул тал	Боломжит доод хэмжээ	Зээлийн чанар муу
	Өр цуглувалт харьцангуй удаан	Ил тод бус
	Бэлэн мөнгөний урсгал нь илүү тогтвортгүй	Илуу төвөгтэй эрсдэлийн бүтэц Шууд ба шууд бус хөрөнгө оруулалтын бүтцийн холимог Loan Originator дампуурвал бүхнийг алдана

Эх сурвалж: (Schmidt, 2020)

2.4 P2P зээлийн эрсдэл

P2P зээлийн хүрээнд доорх 6 эрсдэлийг авч үзэв. Эдгээр эрсдэлүүдийг бууруулах нэгдсэн зохицуулалт гэж дэлхийд байхгүй ба улс орон болгон өөр өөрсдийн нөхцөл байдалдаа тааруулан зохицуулалт хийдэг байна.

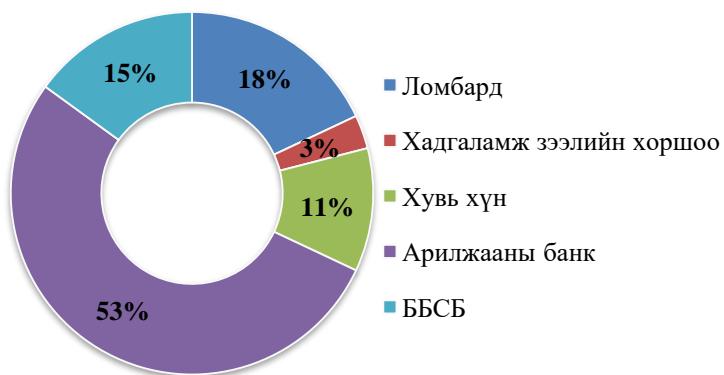
№	Эрсдэл
1	Тараан байршуулалт хангалтгүй (төвлөрлийн эрсдэл)
2	Найдваргүй өрийн улмаас мөнгөө алдах (зээлийн эрсдэл)
3	P2P зээл олгох платформын дамжуурлаас болж мөнгөө алдах (платформын эрсдэл)
4	Залилан, хайхрамжгүй байдлаас болж мөнгөө алдах
5	Алдагдалд оруулах
6	Эрт борлуулж чадаагүйгээс үүсэх алдагдал (хөрвөх чадварын эрсдэл)

Эх сурвалж: (4thway, 2020)

3. Монгол улсын зээлийн хүртээмжийн өнөөгийн байдлын судалгаа

3.1 Иргэдийн зээлийн өнөөгийн нөхцөл байдал

Иргэдийн авсан зээлийн бүтэц, олгосон байгууллагаар



2018 онд “Эн-Ар-Си-Си” ХХК-ийн явуулсан Монгол улсын санхүүгийн хүртээмжийг үнэлэх түүвэр судалгаагаар иргэдийн нийт зээлийн тоог хувиар авч үзвэл 53% нь арилжааны банкнаас зээл авсан бол дараагаар нь ломбард буюу санхүүгийн бус байгууллагаас зээл авсан байна.

Эх сурвалж: (Санхүүгийн Зохицуулах Хороо, 2020)

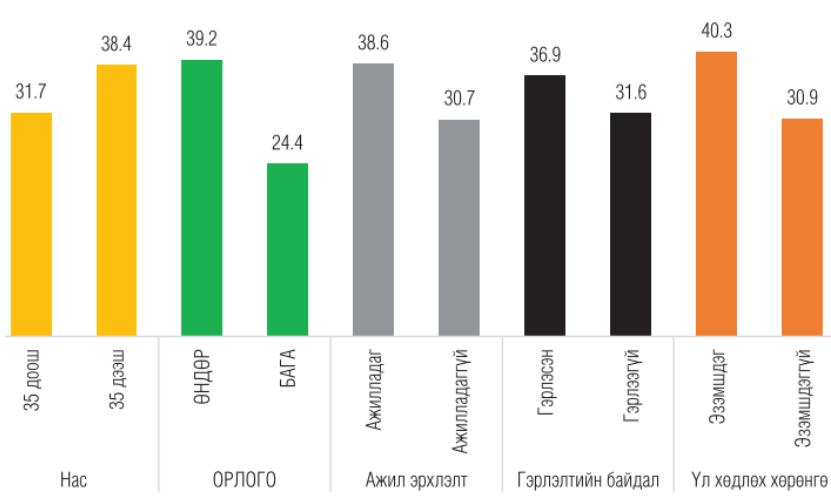
Доорх зурагт иргэдийн сарын орлого, зарлагын харьцааг харуулсан ба 2014 оноос хойш орлого нь зарлагаа нөхөж чадахгүй байсаар өдий хүрсэн байна. Мөн 2017-2019 оны хооронд өмнөх 3 жилтэй харьцуулахад бага буюу орлого зардлаа давах нь бүр холдсоор байгааг харуулж байна. Энэхүү үзүүлэлт нь иргэд зарлагаа нөхөхийн тулд хэрэглээний зээл тогтмол авах шаардлагатай гэдгийг илтгэж байна.

Иргэдийн сарын орлого, зарлагын харьцаа



Эх сурвалж: Судлаачийн нэгтгэл (Статистикийн мэдээллийн нэгдсэн сан, 2020)

Иргэдийн зээл авсан байдал, бүлгээр



Зээл авсан иргэдийн хэрэглэгчдийн бүлгээр хуваан авч үзэхэд нэлээд ялгаа гарч байна. Уг зурагнаас харахад 35-аас дээш настай, өндөр орлоготой, ажил эрхэлдэг, гэр бүлтэй, үл хөдлөх хөрөнгө эзэмшидгэг хүмүүсийн зээл авсан байдал нь нөгөө бүлэгтэйгээ харьцуулахад эрс өндөр байна.

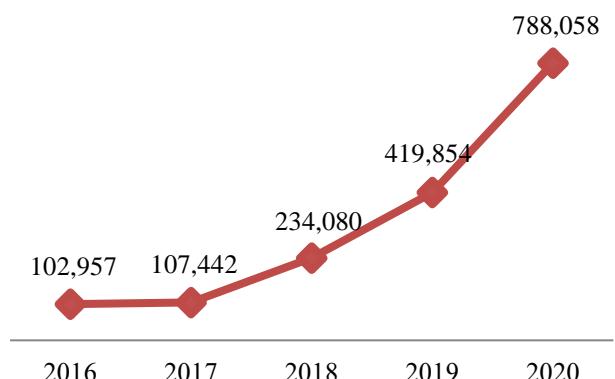
Эх сурвалж: (Санхүүгийн Зохицуулах Хороо, 2020)

3.2 ББСБ-ын зээлийн үйл ажиллагаа, иргэдийн зээл

2019 онд ББСБ-үүд 1.8 их наяд төгрөгийн зээл олгосны 71% нь иргэдэд олгосон зээл байсан. ББСБ-аас зээл авагчдын тоо сүүлийн 5 жилийн хугацаанд тогтмол өссөн үзүүлэлттэй байгаа ба зээлдэгчдийг насны ангиллаар харвал талаас илүү буюу 58% нь 18-35 насны хүмүүс байгаа юм. Мөн энэ насны хүмүүсийн 78% нь финтек зээл авснаас үзвэл залуу иргэд уламжлалт бус аппликэйшин ашиглан хялбар зээл авах эрмэлзэлтэй байгаа нь харагдаж байна. Харин 36-55 насны иргэдийн хувьд 18-35 насны иргэдтэй харьцуулбал бага байгаа ч ойролцоогоор 67% нь мөн л финтек үйлчилгээ ашиглан зээл авсан байна. 55-аас дээш насны зээлдэгчид уламжлалт болон финтек зээл авсан тоогоороо бараг адилхан байгаа ба нийт зээлдэгчдийн ердөө 2.89%-ийг эзэлж байна. Хүснэгт II-2-с мөн ББСБ-аас зээл авагчдын 72.7% нь финтек зээл авч байгааг харж болно.

ББСБ-аас зээл авагчдын тоо
насжилт, тоогоор, 2020 он

ББСБ-аас зээлдэгчдийн

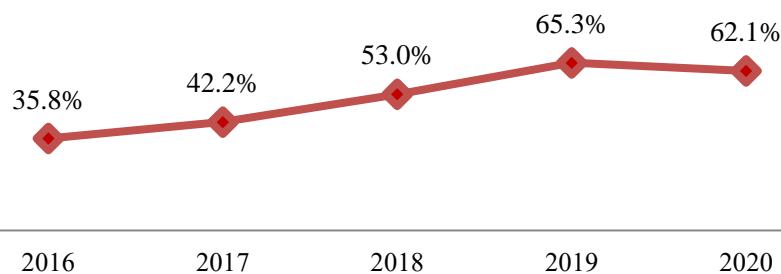


Зээлдэгчдийн насжилт	Уламжлалт	Финтек	Нийт
18-35 насны	100,228	356,269	456,497
36-45 насны	66,498	134,159	200,657
46-55 насны	35,533	71,042	106,575
55-с дээш	11,620	11,143	22,763
Нийт	213,879	572,613	786,492

Эх сурвалж: (Банк бус санхүүгийн байгууллагын газар, 2020)

Сүүлийн 5 жилийн хугацаанд ББСБ-ын нийт олгосон зээлд эзлэх хэрэглээний зээлийн хэмжээ тогтмол өссөөр байгаа нь харагдаж байгаа ба энэ нь иргэд хэрэглээндээ зориулан зээл авах нь нэмэгдэж байгааг харуулж байна. 2020 оны хувьд цар тахалтай холбоотойгоор өмнөх онтой харьцуулахад буурсан гэж үзэж байна.

ББСБ-ын нийт олгосон зээлд эзлэх хэрэглээний зээлийн хувь



Эх сурвалж: Судлаачийн нэгтгэл (Банк бус санхүүгийн байгууллагын газар, 2020)

3.3 Монгол дахь P2P зээлийн платформ

Монгол улсад P2P зээлийн үйл ажиллагаа явуулж байгаа ганц л байгууллага байдаг нь "Зээл Эм Эн Платформ" ББСБ-ын 2019 онд хэрэглээнд нэвтэрсэн "zeel.mn" юм. Zeel.mn нь зээлийг вебсайт болон гар утсаа ашиглан 10 сая төгрөг хүртэлх хэмжээгээр, барьцаагүйгээр авах боломжтой онлайн систем. Одоогийн байдлаар ихэнхдээ зээл авах хэмжээ тогтмол өндөр байгаа ч олгох зээлийн хэмжээ бага байна. Харин дундаж хүү нь сарын 1.9%-иар бодогдож байна. Энэ нь зах зээлийн хүнээс бага түвшин юм.

Анх бүртгүүлэхэд бөглөх анкетын мэдээлэлд тулгуурлан зээлжих оноог өгдөг ба энэ оноонд үндэслэн авах боломжтой зээлийг хэмжээг нь тогтоож өгдөг байна. Мөн энэхүү платформ нь хэрэглэгчийн бүртгэл, мэдээллийг Монголбанкны зээлийн мэдээллийн сан, Хур төрийн мэдээлэл солилцооны систем, арилжааны банкны системтэй холбогдон баталгаажуулж, цахим гарын үсгээр үйлчилгээ авах эрх олгодог.

4. Судлаачийн P2P зээлийн платформын загвар боловсруулалт

Монгол улсад эхний байдлаар ямар P2P зээлийн платформын загвар тохиромжтойг иргэдээс авсан судалгааны үр дүн, финтек зээлийн нөхцөл зэргийг бодолцож өөрийн хэмжээнд боловсруулав. Доорх хүснэгт ба зурагт судлаач миний бие P2P зээлийн ерөнхий загварыг гаргаж ирэхийг хичээв.

P2P зээлийн платформын ерөнхий мэдээлэл

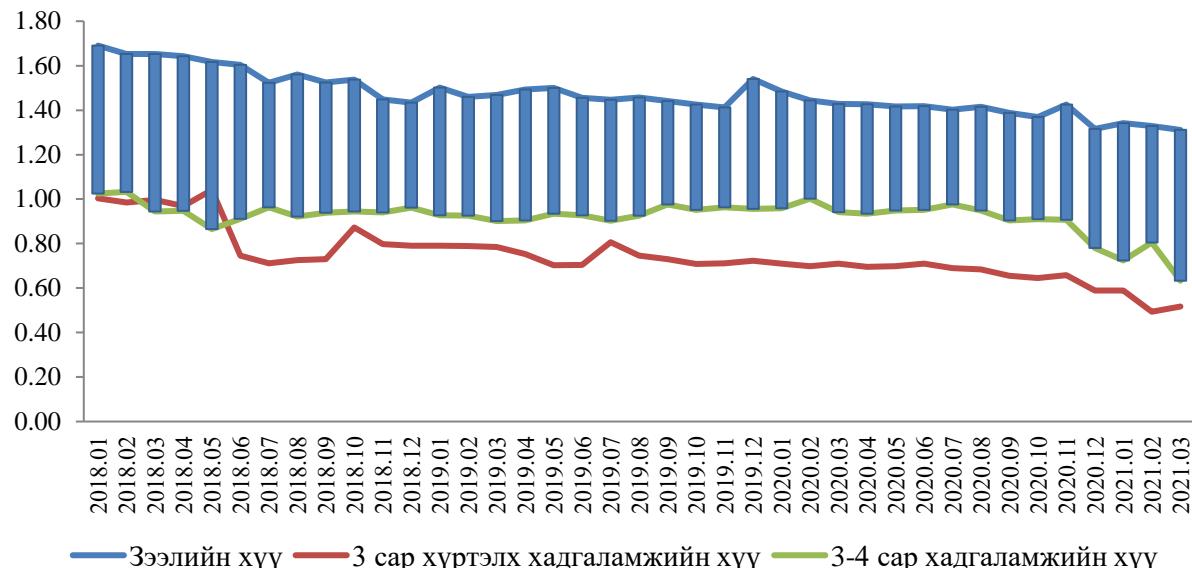
P2P зээлийн платформ	
Талбар	Вебсайт болон гар утасны апликацийн
Шимтгэл	2 талын тохиролцсон хүүний багахан хэсэг
Бизнес загвар	Стандарт P2P зээл олгох
Зээлдэгчийн төрөл	Хэрэглэгчийн зээл /хувь хүнд/
Зээлийн ангилал	Өдөр тутмын хэрэгцээ
Барьцаа хөрөнгө	Шаардлагагүй
Зээлийн хэмжээ	20'000-2'000'000 төгрөг

Хүүний тооцоолол

Хүүний хэмжээг зээлдэгч болон зээлдүүлэгч 2 тал нөхцөл болгон оруулж өгөх хэдий ч үүн дээр платформын зүгээс зохицуулалт хэрэгтэй. Учир нь P2P зээлийн платформын гол давуу тал нь зээлдэгч болон зээлдүүлэгч аль аль талдаа ашигтай байхад оршино. Иймээс санхүүгийн зах зээл дээрх зээлийн хүүний түвшнээс доогуур, хадгаламжийн хүүний түвшнээс дээгүүр хүүг тогтоон P2P зээлийн хүүг зохицуулах хэрэгтэй. ББСБ-уудын хувьд 2016-2020 оны хооронд сарын ЗЖДХ нь 4-2.8% байсан буюу

тогтмол буурсаар байсан. Гэсэн ч банкны хүүнээс өндөр байгаа юм. Тиймээс банкны хүүний мэдээлэлд тулгуурлан хүүний түвшинг тогтоох нь зөв гэж үзэв. Доорх зурагт цэнхэрээр будсан завсрын хооронд зээлийн хүүний түвшинг зээлийн системийн зүгээс зохицуулах нь тохиромжтой гэж дүгнэж байна. Өөрөөр бол тухайн үеийн зээл, хадгаламжийн хүүний түвшнээс хамааран өөрчлөгднө.

Банкны иргэдэд олгосон сарын ЗЖДХ, хадгаламжийн хүүний түвшин



Эх сурвалж: Судлаачийн нэгтгэл

Боловсруулсан P2P зээлийн платформын ерөнхий процессын загвар



Эх сурвалж: Судлаачийн боловсруулалт

Алхам болгоныг дэлгэрэнгүй тайлбарлавал:

Зээлдэгчийн талаас

- Бүртгүүлэх алхам:** Зээл авах хүсэлтэй байгаа хэрэглэгчээс хүснэгтэд байгаа мэдээлэл болон шаардлагыг тавина.

Шаардагдах мэдээлэл	Зээл авагчид тавих шаардлага
Утасны дугаар	
И-мэйл хаяг	18 насанд хүрсэн Монгол улсын иргэн байх
Регистрийн дугаар	
Дансны мэдээлэл	
Иргэний үнэмлэхийн зураг	Орлоготой гэдгээ батлах
Сэтгэлзүйн тест	

Эх сурвалж: Судлаачийн боловсруулалт

Өнөөдрийн байдлаар Монголбанкны мэдээллийн санд чанаргүй зээлдэгч нарын тоо өндөр байгаа тул үүнийг шаардлага болгон оруулбал нийгмийн зээл хэрэгтэй байгаа хэсгийн зээлийн хүртээмж нэмэгдэж чадахгүй байх магадлалтай гэж үзсэн тул дээрх 2 шаардлагыг зээлдэгчид тавих нь зөв гэж үзэв. Мөн зээл олгох эсэхийг зээлдүүлэгч талаас шийдэх тул уян хатан байх хэрэгтэй гэж үзсэн.

- Мэдээлэл боловсруулалт:** Энэ хэсэгт P2P зээлийн систем зээл хүсэгчийн оруулсан мэдээллийг боловсруулах юм. Доорх байдлаар мэдээллүүдэд хувийн жинг өгч боловсруулна.

Зээлдэгчийн мэдээлэлд өгөх хувийн жин



Эх сурвалж: Судлаачийн боловсруулалт

- ХҮР мэдээллийн системээс доорх мэдээллүүдийг татан зээлдэгчийн зээлийн онооны 10%-ийг хамааруулан өгөх
 - ◆ Төрсний гэрчилгээ
 - ◆ Гэрлэлтийн тодорхойлолт
 - ◆ Оршин суугаа хаягийн тодорхойлолт
 - ◆ Нийгмийн даатгал /НДШ/
 - ◆ Шүүхийн шийдвэрийн талаар мэдээлэл/гэмт хэрэгт холбогдсон эсэх/
 - ◆ YXX-ийн лавлагагаа
 - ◆ Эд хөрөнгөтэй эсэх лавлагагаа
- Монголбанкны зээлийн мэдээллийн сангаас зээл хүсэгчийн зээлийн ангиллын талаарх мэдээллийг татан зээлийн онооны 20%-ийг өгөх.

Монголбанкны Ерөнхийлөгч, Сангийн сайдын хамтарсан тушаалаар баталсан “Активыг ангилах, активын эрсдэлийн сан байгуулж, зарцуулах журам”-ын дагуу ангилна. Өр төлбөр төлөгдөх хугацаанаас хэтэрсэн хоногоор:

- ◆ Зээл, зээлийн хүүгийн эргэн төлөлт 15 хүртэл хоног – Хэвийн
- ◆ 90 хүртэл хоног-Анхаарал хандуулах
- ◆ 91-180 хоног –Хэвийн бус
- ◆ 181-360 хоног –Эргэлзээтэй
- ◆ 361-с дээш хоног –Муу
- Дансны мэдээлэл буюу хуулгыг татан тухайн хэрэглэгч нь өөрийн гэсэн орлоготой гэдгийг батлах, дараагаар нь орлогын хэмжээг үндэслэн оноог өгнө. Зээлийн онооны 20%-ийг эзэлнэ.
- Сэтгэлзүйн тест буюу Zeely.mn-ийн зээл олгох аргачлалыг ашиглан зээлийн онооны тал хувь буюу 50%-ийг өгнө. Учир нь аливаа зээлдэгч зээлээ эргэн төлөх нь сэтгэлзүй, аливаад хандах хандлага зэрэгтэй шууд холбоотой байдаг байна. Иймээс тухайн иргэнийг тандах байдлаар судалгаа бөглүүлэн зээлээ эргэн төлөх үгүйг гаргаж ирдэг байна.

3. **Зээлийн оноог өгөх:** P2P зээлийн платформын зүгээс зээлдэгчид эцсийн зээлийн оноог өгнө. Энэхүү оноо нь зээлдэгч зээлээ цаг тухай бүрт нь төлж сайн зээлдэгч байвал өсөх боломжтой байхаар зохицуулагдана. Мөн зээлдүүлэгчийн зүгээс зээлдэгчид оноо өгнө. 0-100 хүртэлх оноогоор үнэлнэ.
4. **Зээлийн хүсэлтээ гаргах:** Зээлдэгчийн зүгээс доорх нөхцөлийн хүрээнд зээл авах хүсэлтээ системд оруулан хэд хоног зээлийн хүсэлтээ байлгах буюу хүлээж чадахаа тохируулна.
 - Зээлийн хэмжээ
 - Зээлийн хүү
 - Зээлийн хугацаа
 - Эргэн төлөлтийн төлөвлөгөө

Нэмэлт уйлчилгээ/Зээл сунгалт/: Зээлдэгч зээлээ сунгах боломжтой ба энэ тохиолдолд зээлдүүлэгчид эхлээд энэ талаарх хүсэлтээ илгээн зөвшилцөнө. Хэрэв зээлдүүлэгч зөвшөөрвөл ахин тохиролцож зээл сунгагдана. Зөвшөөрөхгүй бол систем шинэ зээлдэгч буюу санхүүжилтийг хайна/нэмэлт шимтгэл системд төлнө/

Зээлээ хугацаанаасаа өмнө төлөх тохиолдолд зээлдүүлэгч талд мэдэгдэнэ.

Зээлдүүлэгчийн талаас

1. **Бүртгүүлэх алхам:** Доорх мэдээллүүдийг эхний ээлжид оруулна.
 - Утасны дугаар
 - И-мэйл хаяг
 - Регистрийн дугаар
 - Дансны мэдээлэлДансны мэдээллийг авч системтэй холбосноор мөнгө шилжүүлэх зэрэг гүйлгээг илүү амар болгоно.
2. **Хөрөнгө оруулалтын хүсэлт:** Доорх мэдээллүүдээс гадна хөрөнгө оруулах мөнгөн дүнгээ өөрийн систем дэх хэтэвчинд шилжүүлнэ. Ингэснээр зээлдэгч рүү

шилжүүлэг хийхэд амар болох ба хөрөнгө оруулагч зээлийг өгнө гэсэн баталгаа болох юм.

- Зээлийн хэмжээ
- Зээлийн хүү
- Зээлийн хугацаа
- Эргэн төлөлтийн төлөвлөгөө
- Зээлийн онооны шалгуур

3. **Нэмэлт сонголт:** Хөрөнгө оруулагч зээл авах хүсэлтүүдийг харан санхүүжүүлэх зээлээ сонгох боломжтой ба зээлийн хүсэлт гаргагчдын зээлийн онооны задаргаатай танилцан зээлдэгчийн талаар илүү дэлгэрэнгүй мэдэж болно. Өөрөөр бол хичнээн системээс зээлийн оноог өгсөн ч зээлдүүлэгч өөрийн хувьд чухал гэсэн мэдээллийг харан шийдвэр гаргах боломжтой болох юм. Жишээ нь чанаргүй зээлдэгчдийг мэдэн өгөхгүй байх боломжтой.

Их хэмжээний санхүүжилт олгох сонирхолтой байгаа тохиолдол системээс хөрөнгийг автоматаар тараан байршуулсан буюу эрсдэлийг тараасан багцыг санал болгоно. Хөрөнгө оруулагч системээс санал болгосон багцыг сонгох эсэхээ өөрөө шийднэ. Мөн энэ үйлчилгээ нь хураамж, шимтгэлгүй байна.

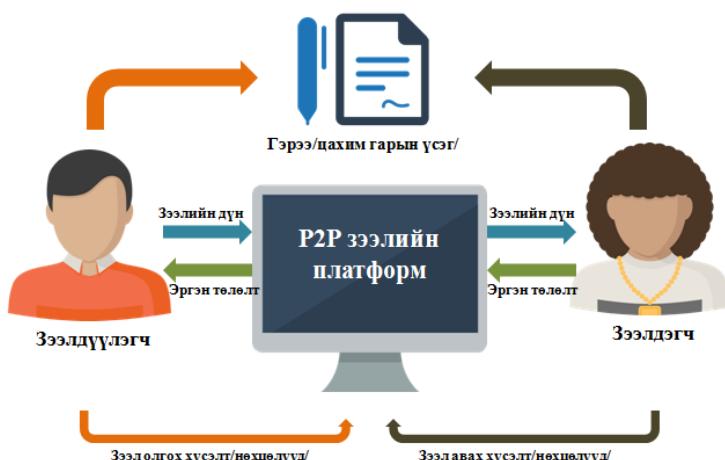
Санхүүжилтээ цуцлах: Энэ тохиолдолд зээлдүүлэгч зээлээ өөр хөрөнгө оруулагчид шилжүүлэх буюу хоёрдогч зах зээл дээр арилжаалах боломжтой. Энэ тохиолдолд тодорхой хэмжээний нэмэлт шимтгэлийг төлнө. Харин зээлийн дүнг шилжүүлэн зээлийг өөр дээрээ авсан тал нөгөө талын төлсөн шимтгэлээс тодорхой хувийг нэмэлтээр авна.

Зээлийг өөр хөрөнгө оруулагчид шилжүүлэх боломжгүй эсвэл шууд санхүүжилтээ татах тохиолдолд цуцлах хүсэлтэй хөрөнгө оруулагч платформд тодорхой хэмжээний торгууль төлнө.

Гэрээ байгуулах

Адил нөхцөлтэй зээл авах хүсэлтэй зээлдэгч болон хөрөнгө оруулах хүсэлтэй зээлдүүлэгч зурагт үзүүлсэн шиг платформ дээрээс нэгнээ олон холбогдож цахим гарын үсэг зуран гэрээ байгуулснаар зээл олголт явагдана.

P2P зээлийн платформ дээрх зээл, зээлдүүлэгч



Эх сурвалж: Судлаачийн боловсруулалт

P2P зээлийн платформын SWOT шинжилгээ

Эхний байдлаар боловсруулсан P2P зээлийн платформын үйл ажиллагаа, ялгарах байдлыг нь илүү ойлгомжтой тодорхой болгохын тулд SWOT шинжилгээг хийллээ.



ДҮГНЭЛТ

Гар утас, интернет хэрэглээ нэмэгдэж байгаа технологийн энэ эрин зуунд хүмүүс зээл авахын тулд өөрийн биеэр банканд очиж, олон шалгууруудыг хангах хэрэгтэй болж, цаг хугацаа алдах шаардлагагүй болоод байна. Финтек зээлийн хурдацтай хөгжиж байгаа нэгэн төрөл бол P2P зээл. Анх хөгжингүй орнууд зах зээлдээ нэвтрүүлэн зээл олгож байсан ч сүүлийн жилүүдэд хөгжиж буй орнууд тэр тусмаа Азид асар хурдацтай хөгжиж байгаа юм. Уг зээл нь олон давуу талуудтай ба улс орнуудын санхүү, эдийн засгийн салбарт эерэг нөлөөллийг узүүлж байгаа нь судалгааны явцад харагдсан.

Монгол улсад өнөөдрийн байдлаар чанаргүй зээлийн түвшин өндөр байгаа ба иргэдэд зээлийн шаардлага хэрэгцээ тогтмол байсаар байгаа юм. Гэсэн ч иргэдийн зээл авалтын байдлыг харвал хэрэглээний зээл хэрэгтэй гол сегмент болох 18-35 насны, орлого

багатай иргэдийн зээлийн хүртээмж бага байгаа нь өнөөгийн байдлын судалгаагаар харагдсан. Харин энэхүү асуудлыг шийдэж болох нэг гарц бол P2P зээл юм. Манай улсын хувьд залуучууд ихтэй мөн гар утас, интернетийн хэрэглээ нэмэгдэж байгаа өнөө үед финтек зээл нь харьцангуй шинэ үйлчилгээ билээ. Гэсэн ч цаашдын хөгжих боломж бололцоо их бөгөөд иргэдийн зээлийн хүртээмжийг бүр л нэмэгдүүлэх боломжийг олгоно. Учир нь иргэд зээл авахад саад болдог гол асуудлууд болох өндөр хүү, өндөр шаардлагаас зайлсхийх боломжтой болох юм.

Эхний байдлаар Монгол улсад тохиромжтой гэсэн P2P зээлийн ерөнхий загварыг иргэдээс авсан судалгаа болон одоогийн хэрэглээний зээлийн нөхцөл байдалтай уялдуулан, иргэдэд хэрэглээний зээл авахад тулгарч байгаа гол асуудлуудыг шийдвэрлэх замаар боловсруулсан ба үүнд тавигдах шаардлага, нөхцөл зэрэг нь иргэдэд зээл авахад таатай байдлыг бүрдүүлэн зээлийн хүртээмжийг нэмэгдүүлнэ гэж үзэж байна.

САНАЛ ЗӨВЛӨМЖ

Одоогийн нөхцөл байдлын хувьд манай улсын хууль эрх зүйн орчин, зохицуулалт хангалтгүй байгаа ба иргэдийн энэ талаарх мэдлэг ч дутмаг байгаа юм. Гэвч цаашдын ирээдүйд энэ салбарт таатай зохицуулалтыг хийж өгч, иргэдийн финтек болон P2P зээлийн талаарх мэдлэгийг нэмэгдүүлэн алхам алхмаар зах зээлд нэвтрүүлж, хөгжүүлбэл олон давуу тал, боломжуудыг иргэд болоод эдийн засагт нээж өгөх бүрэн боломжтой.

НОМЗҮЙ

- 4thway. (2020). *Peer-To-Peer Lending Risks – The Big Seven*. Retrieved from BFGSL Ltd and 4thWay: <https://www.4thway.co.uk/guides/seven-key-peer-peer-lending-risks/>
- Nemoto, N., David, S., & Bihong, H. (2019). Optimal Regulation of P2P Lending.
- Schmidt, J. (2020). *P2P Lending Explained: Business Models, Definitions & Statistics*. Retrieved from P2P Market Data: <https://p2pmarketdata.com/p2p-lending-explained/>
- Арилжааны банкуудын улирлын санхүүгийн тайлан. (2020). Улаанбаатар: Монгол банк.
- Банк бус санхүүгийн байгууллагын газар. (2020). *Банк бус санхүүгийн байгууллагуудын санхүүгийн тайлангийн нэгтгэлийн танилцуулга*. Улаанбаатар: Банк бус санхүүгийн байгууллагын газар.
- Б.Болормаа. (2019). Монгол хэрэглэгчийн финтек бүтээгдэхүүн үйлчилгээнд хандах хандлагыг тодорхойлох нь (ЛэндМН ББСБ).
- В.Балдандорж. (2019). Зээлийн үйл ажиллагаанд Финтек систем нэвтрүүлэх нь .
- Санхүүгийн Зохицуулах Хороо. (2020). *Судалгааны төвхимол*. Улаанбаатар: Санхүүгийн Зохицуулах Хороо.
- Статистикийн мэдээллийн нэгдсэн сан . (2020). *Ядуурал, өрхийн орлого, зарлага, дундаж хэрэглээ, АДТ*. Улаанбаатар: Статистикийн мэдээллийн нэгдсэн сан .

ИНТЕРНЭТ БАНК ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН СЭТГЭЛ ХАНАМЖИЙН СУДАЛГАА /УБ хотын жишээн дээр/

СЭЗИС-ийн оюутан М.Дөлгөөнтамир, Д.Хулан, Э.Эгшиглэн

ХУРААНГУЙ

Энэхүү судалгаагаа “Улаанбаатар хот дахь интернэт банк хэрэглэгчдийн зан төлөв ба сэтгэл ханамжид нөлөөлөх хүчин зүйлсийг тодорхойлох замаар банкуудын цахим үйлчилгээний чанар, урт хугацааны стратегийн бодлогоо илүү боловсронгуй болгоход хувь нэмэр оруулах” зорилгын хүрээнд хийсэн болно.

Судалгааны арга зүй: SERVQUAL загвар нь хэрэглэгчийн хүлээлт болон өнөөгийн байдалд тулгуурладаг стандарт судалгааны арга бөгөөд үйлчилгээний чанарыг таван хэмжигдэхүүнээр хэмждэг. Бид Будапештийн Корвинусын их сургуулийн профессор Szilard Podruzsik нарын (2015) Финланд улсын болон Muslim Amin нарын (2016) АНУ-н интернэт банкны хэрэглэгчдийн жишээн дээр хийсэн судалгааны ажлуудын арга зүйг ашигласан.

Судалгааны дизайн: Судалгааны анкет нь Улаанбаатар хотын хэрэглэгчдийн банкаар үйлчлүүлэх болон интернэт банкны хэрэглээний зан төлөвийг тодорхойлох 16 асуулт, интернэт банк хэрэглэгчдийн сэтгэл ханамжид нөлөөлөх хүчин зүйлсийг тодруулах 29 шкаал асуулт болон хувийн мэдээллийн 6 асуултаас тус тус бүрдсэн. Судалгааны нийт өгөгдлийг биечилсэн болон цахим хэлбэрээр цуглуулсан. Pilot test (n=30)-дээ хэрэглэгчдийн хүрээнд хийн, эцсийн байдлаар нийт 300 хүнийг хамруулан, чанарын шаардлага хангахийц 275 хүний өгөгдлийг SPSS Statistics 23.0 програмд оруулж, Cronbach's alpha коэффициентээр найдвартай байдлыг шалгахад Хэрэглэхэд хялбар байдал (EU), Найдвартай байдал (RB), Хариу үйлдэл (RP), Аюулгүй байдал (AR), Шуурхай байдал (EP), Хүсэл эрмэлзлэл (I), Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж (S)-н хүчин зүйлс бүгд найдвартай гарсан нь шкаал хэмжигдэхүүнийг хүчин зүйлийн шинжилгээнд ашиглах боломжтойг харуулсан. Үүний дараа хүчин зүйлийн шинжилгээг Principal Component арга ашиглан вариац хамгийн их байх буюу VariMax аргачлалаар хийсэн.

Судалгааны голлох үр дүн: Нийт интернэт банк хэрэглэгчдийн хувьд сэтгэл ханамжид нөлөөлөх 4 хүчин зүйл байж болно гэдэг нь харагдсан. Хэрэглэгчийн интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзлэлийг төрүүлж чадвар үүнийгээ дагаад сэтгэл ханамжтай байх боломжтой (хамаарал 80%) гэдэг нь харагдсан. Мөн хэрэглэгчийн интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзлэлд нөлөөлөх хамгийн гол хүчин зүйл нь аюулгүй байдал (хамаарал 73%) байж болох юм. Бүх банкуудын интернэт банк хэрэглэгчдийн хувьд Хэрэглэхэд хялбар байдал (5 банкны хувьд) болон Найдвартай байдлын (4 банкны хувьд) хүчин зүйлсийг чухалчилдаг байна.

Харин шуурхай байдал болон Аюулгүй байдлын хүчин зүйлсийг банкуудын нэр хүнд, санхүүгийн тогтвортой байдал, интернэт банкны үйлчилгээ болон аппликеийшн, вэб хуудас бусад олон хүчин зүйлсээс хамаарч ялгаатай байдлаар хүлээн авдаг байж болох юм. Дэлгэрэнгүйг Эмпирик судалгааны үр дүн бүлгээс үзнэ

ОРШИЛ

ХХ зуунтай зэрэгцэн банк, санхүүгийн бизнесийн ертөнцөд интернэт банкыг нэвтрүүлэх нь уламжлалт хэв маягаас дижитал хэлбэр лүү шилжсэн томоохон дэвшил юм. Хэрэглэгчийн онцгой хэрэгцээг хангахын тулд үйлчилгээний чанар өндөр байх нь зах зээлийн хувь хэмжээг нэмэгдүүлж, ашгийг авчирч байна. Үйлчилгээний салбар дахь мэдээлэл, технологийн хэрэглээ жилээс жилд өргөжин, хурдацтай хөгжиж буй энэ үед интернэт банк нь хэрэглэгчдийн цаг завыг хэмнэж, зардлыг бууруулж байна. Интернэт банкны хөгжил, цаашдын чиг хандлага нь одоогийн хэрэглэгчдийн сэтгэл ханамжаас хамаарах бөгөөд хэрэглэгчдийн хүсч буй өөрчлөлтийг үр дүнтэйгээр шийдэх боломжийг санал болгоход энэхүү судалгааны ач холбогдол оршсон болно.

Монгол улсын интернэт банкны үйлчилгээ өнөө цагт өөрсдийн байр сууриа аль хэдийн олсон буюу өрсөлдөөн ихтэй байна. Өнөөгийн байдлаар Монгол улсад 12 арилжааны банк өөрсдийн үйл ажиллагаагаа явуулж байгаа бөгөөд “Худалдаа хөгжлийн банк”, “Хaan банк”, “Голомт банк”, “Төрийн банк”, “Хас банк”-ууд нь арилжааны банкны зах зээлд нөлөө бүхий Топ-5 банк гэж нэрлэгддэг билээ. Нийгмийн өсөлт, технологийн хурдацтай хөгжлийн тусlamжтайгаар бүхий л албан байгууллагууд үйлчилгээгээ дижитал хэлбэрт шилжүүлж, байна. Үүний адил банкны салбарт интернэт банк, мобайл банк, телефон банк, ухаалаг банк зэрэг олон төрлийн үйлчилгээнүүд бий болсноор хэрэглэгчдэд ашиглахад илүү хялбар, ойлгомжтой болгож, банк бүр өөр өөрсдийн давуу талыг үүсгэн хэрэглэгчдийн цагийг хэмнэж, хэрэглэгч бүрт тохирох төрөл бүрийн шинэ бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг санал болгосоор байна. Тиймээс банкны үйлчилгээний чанар, урт хугацааны стратегийн бодлогоо илүү боловсронгуй болгоход хувь нэмэр оруулах хэрэгцээ байгаа юм.

I БҮЛЭГ. ОНОЛ, АРГА ЗҮЙН СУДАЛГАА

Энэ бүлэгт хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж болон интернет банкны ойлголтуудыг судлан хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийн талаарх онолын ухагдахуунуудыг судлах болно.

Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийн тухай ойлголт

Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж нь маркетингийн шинжлэх ухаанд хамгийн их судлагдсан байдаг. Сэтгэл ханамж нь хэрэглэгчдийн тухайн бүтээгдэхүүн үйлчилгээг үнэлж буй үнэлэмж гэж ойлгож болно. Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж ямар хэмжээнд байгаагаас шалтгаалж тухайн бүтээгдэхүүн үйлчилгээг дахин ашиглах үгүйгээ шийддэг. Эрдэмтэн, судлаачид сэтгэл ханамжийг судалсны үр дүнд өөр өөрсдийн гэсэн тодорхойлолтуудыг боловсруулсан байна. Түүхэн талаас нь харвал хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжтай холбоотой үйл ажиллагаа 1970-аад онд хэрэглэгчийн хэрэглээ өсч эхэлсэн үеэс эхэлсэн. Бусад салбаруудад зохицуулалтыг бууруулснаар урьд өмнө хэзээ ч өрсөлдөж байгаагүй пүүсүүдийн дунд хүчтэй өрсөлдөөн бий болгосон. Ингээд хэрхэн өрсөлдөх талаар урьд өмнө туршлагагүй байсан тул үнийн өрсөлдөөн ялгаралын үндсэн хэрэгсэл болж, үнийн дайн маш хурдан дэгдсэн байна. Пүүсүүд үйл ажиллагааны зардлыг бууруулахын тулд хэрэглэгчийн үйлчилгээтэй холбоотой зардлыг дахин бууруулжээ. Цаг хугацаа өнгөрөхийн хэрээр ажиллах хүчиний хомдол нь үйлчлүүлэгчдэд үзүүлэх үйлчилгээ буурахад нөлөөлсөн байдаг. Үйлчилгээний ажил нь бага цалинтай, ажил мэргэжлийн чиг бус, үйлчлүүлэгчтэй харилцах харилцааны чиглэлээр сургалт явуулдаггүй байв. Хүний хөдөлмөрийг машинаар солих (жишээлбэл, өөртөө үйлчлэх гэх мэт) нь олон үйлдлийн системийн үр ашгийг дээшлүүлсэн боловч ихэнхдээ үйлчлүүлэгчдийг пүүсээс холдуулж, үйлчлүүлэгчид өөрсдийгөө хамгаалахаас өөр аргагүй байдалд хүргэсэн ба урт хугацаанд үйлчлүүлэгчдийг сэтгэл ханамжтай байлгахад хэцүү болжээ. Үйлчлүүлэгчид эдийн засгийн хүнд үед хөдөлмөрлөж олсон мөнгөө зарцуулахдаа ихээхэн анхаардаг болсон ба үйлчилгээний компаниуд үйлчлүүлэгчдийнхээ асуудлыг шийдэн, хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийг хангахын төлөө шаргуу ажиллаж байна. Иймд хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж нь чухал ухагдахуун юм. (Hoffman, 2010) Ингээд дараагийн хэсэгт үйлчилгээний маркетингийн тухай авя үзэх болно.

Үйлчилгээний маркетингийн тухай ойлголт

Үйлчилгээ болон бүтээгдэхүүний ялгааг гаргах нэлээд хүндрэлтэй байдаг. Бүтээгдэхүүн нь ямар нэгэн үйлчилгээ агуулаагүй үр ашиг байдаг бол үйлчилгээ нь ямар нэгэн бодит элемент агуулаагүй ашиг тусаа өгдөг зүйл. Сэтгэл ханамж нь бүтээгдэхүүн болон үйлчилгээний чанараас хамаардаг. Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийн хэмжүүр нь чанар бөгөөд энэ нь бага зардлаар өндөр үнэ тогтоох нөхцөл болдог. Бүтээгдэхүүн хялбар ялгarah боломжгүй өрсөлдөөнт зах зээлийн үед чанарыг сайжруулах, үнэ цэнтэй үйлчилгээ бий болгох нь амжилт олох гол түлхүүр болдог байна. (Kotler, 1967)

Интернэт банкны үйлчилгээний үүсэл хөгжил, цаашдын чиг хандлага

Интернэт банк нь санхүүгийн институцийн вэб сайтаар дамжуулан банк болон бусад санхүүгийн байгууллагуудын хэрэглэгчдийн гүйлгээ, шилжүүлэг зэргийг хийх боломжийг олгодог электрон төлбөрийн систем юм.

Интернэт банкны үйлчилгээ 1980-аад оноос хөгжих болсон байна. Security First Network Bank (SFNB) нь хамгийн анхны интернэт банк бөгөөд 1995 оны 10-р сарын 18-нд Кэнтакигийн Пинэвилд үүсжээ. Сүүлийн жилүүдэд интернэт нь маш чухал борлуулалтын суваг болж байгаа бөгөөд хамгийн чухал үүрэг бол өдөр тутмын үйл ажиллагаанд интернэтийг ашигласнаар бидний хувьд мэдээллийн зардлыг бууруулах боломжийг олгож, зах зээлийг илүү хялбар болгодог.

2000 онд Калифорни мужийн “Input” компанийн судлаачид банкны салбарт ойрын жилүүдэд гарч болох өөрчлөлтийн талаар судалгаа хийсэн байна. Судалгааны үр дүнгээс харвал, 2001 он гараад гэрээр үйлчилгээ үзүүлдэг банкны тоо 3 дахин нэмэгдэх ба “цаасан чек” ашиглалт 60 хувь багасч, банкны үйлчилгээнд интернэтийн сүлжээг ашиглах явдал 40 дахин их болох ба хэрэглэгч гэрээсээ, интернетэд холбогдох боломжтой болж дуртай газраасаа банктай харьцаж мөнгөн гүйвуулга хийх хэмжээ ихсэж, интернэтээр дамжин хийгдсэн банкны гүйлгээ 2 тэрбууас давна гэж үзсэн нь биелэлээ олсон байдаг. Түүнээс гадна хадгаламж, даатгал, зээл, хөрөнгө оруулалт зэрэг бусад санхүүгийн үйл ажиллагаанд интернэтийг өргөн ашиглах болоод байгаа ба 2019 оны эцэс гэхэд дээрх үйлчилгээ хослуулсан гүйлгээний нийт хэмжээ 300 тэрбум ам.долларт хүрнэ гэж тооцож байжээ. Эцэст нь арилжааны банкууд үйлчилгээндээ интернэт нэвтрүүлэх болсон гол шалтгаан нь интернэт банкны нэг удаагийн гүйлгээ хийхэд гарах зардал уламжлалт банкны зардлаас 60 хувиар бага байдагт оршдог байна. (Wikipedia, Online banking, 2020) Харин манай улсын хувьд интернэт банкны үйлчилгээтэй холбоотойгоор Монгол банкнаас 2020 оны 2-р улирлын тайланд дараах статистикууд орсон байна.

№	Төрөл/суваг	Интернэт хандалт				Мобайл хандалт		Телефон банк		Нийт	
		Цахим хуудас		Гар утасны аппликашн							
		Тоо	Дүн	Тоо	Дүн	Тоо	Дүн	Тоо	Дүн	Тоо	Дүн
1	Банк дотор	3,301.10	6,344.22	42,262.22	11,499.20	27,106.67	3,000.57	251.95	50.58	72,922	20,895
2	Банк хооронд	1,999.46	3,253.10	11,122.05	3,065.32	847.48	129.94	0.00	0.00	13,969	6,448
3	Олон улсын гүйлгээ	12.35	491.37	1.48	18.80	0.00	0.00	0.00	0.00	14	510
4	Картын гүйлгээ	44.07	31.75	174.15	61.61	1.07	0.24	0.00	0.00	219	94
5	Зээл тололт	107.67	69.53	333.33	274.70	98.69	49.72	0.00	0.00	540	394
6	Төлбөр	Торгуулжийн төлбөр	16.11	0.37	3.98	0.09	0.00	0.00	0.00	20	0
		Татвар тололт	83.49	196.63	5.63	0.24	0.00	0.00	0.00	89	197
		Гаалийн төлбөр	8.26	74.17	3.02	2.43	0.00	0.00	0.00	11	77
		Даатгал	0.27	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0
		Хэрэглээний төлбөр	642.46	41.44	441.07	11.05	115.59	0.81	0.00	1,199	53
		Бусад	458.60	3.62	5.28	0.08	0.00	0.00	0.00	464	4
7	Хөдөлгөөнт банкны процессор	47.81	427.07	482.72	21.60	0.00	0.00	0.00	0.00	531	449
8	Нийт	6,722	10,933	54,835	14,955	28,169	3,181	252	51	89,978	29,120

2020 оны 2-р улирлын байдлаар арилжааны банкуудын цахим хуудсыг ашиглан 10.9 их наяд төгрөгийн, гар утасны аппликашнийг ашиглан 14.9 их наяд төгрөгийн гүйлгээ тус тус хийгдэж байсан байна.

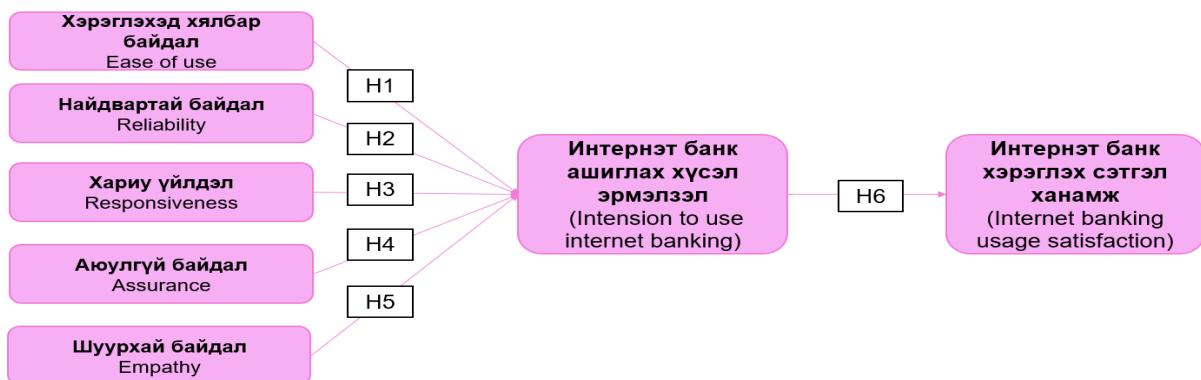
II БҮЛЭГ. ЭМПИРИК СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

Бид сэдвийн судлагдсан байдлын судалгааны тойм гаргаж, үүнээс Будапештийн Корвинусын их сургуулийн профессор Szilard Podruzsiк нарын (2015) Финланд улсын болон Muslim Amin нарын (2016) АНУ-н интернэт банкны хэрэглэгчдийн жишээн дээр хийсэн судалгааны ажлуудын арга зүйг ашигласан.

Судалгааны аргазүй

Хүчин зүйлс	Эх сурвалжууд
Хэрэглэхэд хялбар байдал <i>/Easy of use/</i>	Anber Abraheem, Shireen Yaseen (2011), C.N. Krishna Naik (2010)
Нийдвартай байдал <i>/Reliability/</i>	Heba Khalil Asfour, Shafiq I.Haddad (2014), Simon Nahusenay Ejigu (2016)
Хариу үйлдэл <i>/Responsiveness/</i>	Adewoye J.O (2013), Noel Y. M. Siu (2005)
Аюулгүй байдал /Assurance/ Шуурхай байдал /Empathy/	Dilini Aruppala, Prabath Perera (2013), Sevenpri Candra (2014) Adesinasi (2012), Muslim Amin (2016)
Хүсэл эрмэлзэл <i>/Intention/</i>	Szilard Podruzsiк (2015), Muslim Amin (2016)
Сэтгэл ханамж <i>/Satisfaction/</i>	Szilard Podruzsiк (2015), Muslim Amin (2016)

Дэвшүүлж буй судалгааны загвар



Судалгааны загварын хүрээнд доорх 6 таамаглалыг дэвшүүлж шалгасан. Үүнд:

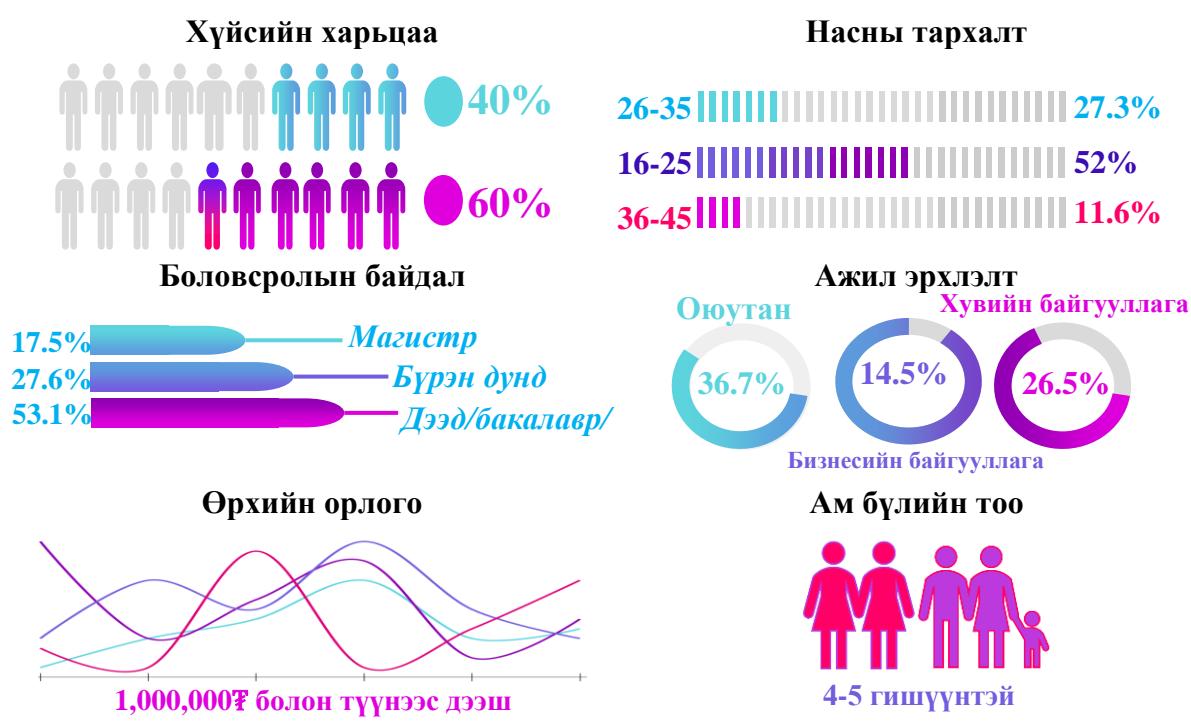
№	Дэвшүүлж буй таамаглалууд
H1	Хэрэглэхэд хялбар байдал нь интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзэлд эерэгээр нөлөөлдөг
H2	Нийдвартай байдал нь интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзэлд эерэгээр нөлөөлдөг.
H3	Хариу үйлдэл нь интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзэлд эерэгээр нөлөөлдөг.
H4	Аюулгүй байдал нь интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзэлд эерэгээр нөлөөлдөг.
H5	Шуурхай байдал нь интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзэлд эерэгээр нөлөөлдөг.
H6	Интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзэл нь интернэт банк хэрэглэх сэтгэл ханамжид эерэг нөлөөтэй.

Судалгааны анкет нь Улаанбаатар хотын банк үйлчлүүлэх болон интернэт банкны хэрэглээний зан төлөвийг тодорхойлох 14 асуулт (Tashmia Ismail, 2011), интернэт банкны хэрэглээний сэтгэл ханамжийг тодорхойлох 29 шкаал асуулт Muslim Amin (2016), болон хувийн мэдээллийн 6 асуултаас тус тус бурдсэн.

Түршилтын тест. Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамжийг тодорхойлох асуултуудын хариултуудыг сонголт хэр оновчтой бүтэцлэгдсэн зэргийг шалгах зорилгоор СЭЗИС-ийн ($n=30$) оюутнуудыг хамруулан шалгасан.

Өгөгдөл цуглуулсан үйл явц. Судалгааны нийт өгөгдлийг биечилсэн болон цахим байдлаар google form-р цуглуулсан. Нийт 300 өгөгдөл цуглуулснаас чанарын шаардлага хангах 275 өгөгдөл дээр шинжилгээ хийсэн.

Судалгаанд хамрагдагсдын хувийн мэдээлэл:



Интернет банкаар хийлийндах залуулэв:



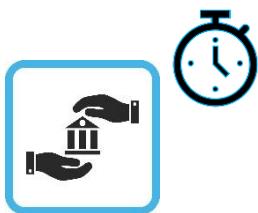
Хэрэглэгчдийн интернэт банк ашиглан ихэвчлэн авдаг
үйлчилгээ

Нийт судалгаанд хамрагдагсдын 31.6% нь өөрийн үйлчлүүлдэг банкны данс хооронд орлого зарлагын гүйлгээ, 35.3% нь бусад банкны данс хоорондох орлого зарлагын гүйлгээ, 10.2% нь зээл авах, 8.4% нь картын үйлчилгээ, 7.6% нь хадгаламжийн үйлчилгээ, 5.8% нь гадаад төлбөр тооцоо, 1.1% нь даатгалын үйлчилгээ авахаар банкны салбаруудаар очиж үйлчлүүлдэг.



Хэрэглэгчдийн банкны салбаруудаас үйлчлүүлэх давтамж

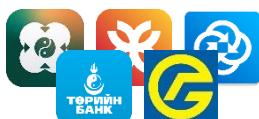
Нийт судалгаанд хамрагдагсдын 59.3% нь сард 1-2 удаа, 16.7% нь сард 3-4 удаа, 9.1% нь долоо хоногт 1-2 удаа, 7.6% нь өдөр бүр, 0.7 хувь нь жилд 1-2 удаа салбаруудаар үйлчлүүлж байна.



Хэрэглэгчдийн банкны салбар дээрээс үйлчилгээ авахдаа зарцуулдаг дундаж хугацаа

Нийт судалгаанд хамрагдагсдын 36.4% нь 0-20 минут, 35.3% нь 21-30 минут, 21.8% нь 31-60 минут, 5.8% нь 1-2 цаг, 0.7% нь 2 цагаас их хугацааг банкны салбараас үйлчилгээ авахад зарцуулдаг.

Хэрэглэгчдийн аль арилжааны банкны хэрэглэгч эсэх



Хэрэглэгчдийн интернэт банкийг ашиглаж эхэлсэн хугацаа

Нийт судалгаанд хамрагдагсдын 38.2% нь 1-3 жил, 31.6% нь 3 ба түүнээс дээш жил, 14.9% нь 7-12 сар, 9.5% нь 2-6 сар, 5.8% нь 1 сар хүртэл хугацаанд интернэт банк ашиглаж байна.

Хэрэглэгчийн интернэт банкны талаарх мэдээлэл авдаг гол эх сурвалж

Нийт судалгаанд хамрагдагсдын 38.9% нь банкны ажилтан, мессежээс, 29.1% нь сошиал болон тв сурталчилгаанаас, 20.4% нь гэр бүл, найз нөхөд, хамтрагчдаас, 8.4% нь брошур, зурагт самбараас, 3.3% нь бусад эх үүсвэрээс интернэт банкны үйлчилгээний талаарх мэдээлэл авдаг байна.

Хоёр талт шинжилгээг хийхдээ Хи квадрат тестээр статистикийн хувьд ач холбогдолтой асуултуудын үр дүнг хавсралтанд оруулсан болно.

Найдвартай байдлын шинжилгээ:

Шкаал асуултуудын найдвартай байдлыг Кронбахын альфа коэффициентээр шалгахад бүгд 0.7-с дээш буюу найдвартай гэж үзэж болохоор байна.

Хүчин зүйл	Асуултын тоо	Кронбахын альфа
Хэрэглэхэд хялбар байдал (EU)	4	0.745
Найдвартай байдал (RB)	4	0.809
Хариу үйлдэл (RP)	4	0.789
Аюулгүй байдал (AR)	4	0.787
Шуурхай байдал (EP)	4	0.775
Хүсэл эрмэлзэл (I)	4	0.762
Сэтгэл ханамжс (S)	5	0.790
Нийт	29	0.942

Үүний дараа судалгааны загварын хувьд буюу дэвшүүлсэн таамаглалуудаа шалгах зорилгоор хүчин зүйлийн шинжилгээ хийхэд дараах үр дүн гарсан болно.

Хүчин зүйлийн шинжилгээ:

Хүчин зүйлийн шинжилгээг хийхийн тулд эхлээд түүврийн хувьд эх олонлогийг төлөөлөх чадварыг КМО коэффициентээр хэмжих бөгөөд энэ нь 0.7-с дээш байсан тохиолдолд хангалттай гэж үздэг. Мөн таамаглалын үр дунд Sig нь 0.05-с бага гарсан тохиолдолд шинжилгээний үр дүнг статистикийн хувьд ач холбогдолтой буюу эсрэг таамаглал болох хувьсагчид нь хоорондоо ялгаатай буюу тодорхой хүчин зүйлсүүдийг илэрхийлж байна гэж үздэг. Хүчин зүйлийн шинжилгээний үр дунд факторлогдохгүй байсан хувьсагчдыг хасалт хийж, зөвхөн факторлогдсон хувьсагчдын хувьд доорх үр дүнг гаргалаа.

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.924
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4456.927
	df	406
	Sig.	.000

Дээрхээс харахад түүврийн хувьд хангалттай төлөөлөх (0.924) чадвартай, статистикийн хувьд (0.0) ач холбогдолтой гэдэг нь харагдаж байна.

Хүчин зүйлийн шинжилгээний үр дүнд нийт 29 хувьсагчаас Хариу үйлдэл (RP)-г илэрхийлэх 4 хувьсагч хасагдаж үлдсэн 25 хувьсагч нь 6 хүчин зүйлийг доорх байдлаар илэрхийлж байна.

Rotated Component Matrix ^a	Component					
	1	2	3	4	5	6
I1_Би интернэт банкыг цаашид ашигласаар байх болно.	.877					
I2_Интернэт банкны үйлчилгээ түргэн шуурхай явагдаж, миний цаг завыг хэмнэж чаддаг.	.848					
I4_Интернэт банкаар ямар нэгэн алдаатай гүйгээ хийгддэггүй. (данс андуурагдах, мөнгөн тэмдэгт өөрчлөгдөх гэх мэт)	.742					
I3_Интернэт банкны нууцлал хангалттай сайн байж чаддаг.	.629					
S2_Интернэт банкны үйлчилгээг бусад хүмүүст санал болгоно.		.836				
S5_Интернэт банкны гүйлгээний шимтгэл бага учир би сэтгэл ханамжтай байж чаддаг.		.815				
S4_Миний сонгон үйлчлүүлдэг банкны интернэт банкны үйлдлийн систем тогтмол шинэчлэгддэг.		.807				
S1_Би интернэт банкыг сонгон ашигладагтаа сэтгэл хангалуун байдаг.		.774				
S3_Миний сонгон үйлчлүүлдэг банкны интернэт банкны үйлчилгээ хамгийн сайн нь.		.689				
RB3_Интернэт банк ашиглан үйлчилгээ авч байхад гацаж, цаг авах тохиолдол гардаггүй.			.802			
RB1_Интернэт банк ашиглаж байхад ямар нэгэн системийн саатал, алдаа гардаггүй.			.792			
RB2_Интернэт банк ашиглаж байхдаа хувийн мэдээллээ алдах вий гэж санаа зовдогтүй			.775			
RB4_Интернэт банк банкны оператор үнэн зөв, ойлгомжтой мэдээлэл өгдөг.			.565			

AR2_Интернэт банкандаа нэвтрэн, үйлдэл хийгээгүй удахад автоматаар системээс гардаг.			.791	
AR3_Интернэт банкны нэвтрэх болон гүйлгээний нууц үргүүд хангалттай нууцлал сайтай санагддаг.			.722	
AR1_Интернэт банкыг ашиглахад надад аюулгүй санагддаг.			.645	
AR4_Интернэт банк руугаа нэврэхэд хурууны хээ болон нүүр царай таньдаг нь ашиглахад хялбар болгодог.			.584	
EU3_Интернэт банкны цэс, үйлчилгээний заавар хараад ойлгомжтой, цгцтэй байж чаддаг.			.766	
EU2_Интернэт банк нь сүүлийн үеийн технологийг ашиглан байнга чанараа сайжруулж байдаг нь хэрэглэхэд таатай байдаг.			.725	
EU4_Интернэт банкны аппликашн, вэбийн дизайн өнгө загварын хувьд тааламжтай байж чаддаг			.700	
EU1_Интернэт банкны аппликашн харагдах байдал нь надад чухал нөлөөтэй.			.638	
EP2_Интернэт банкны үйлчилгээ (мөнгөн гүйлгээ, харилцах, хадгаламж, хадгаламж барьцаалсан зээл, гэх мэт) богино хугацаанд хийгддэг			.789	
EP3_Шилжүүлэг хийгдсэн мэдээлэл шуурхай ирдэг.			.741	
EP1_Интернэт банкандаа нэвтрэхэд цаг алддаггүй.			.716	
EP4_Алдаатай гүйлгээ хийхэд тэр дороо засагдаж гүйлгээ цуцлагддаг.			.513	
a. Rotation converged in 6 iterations.				

Үүний дараа бид судалгаанд хамрагдсан 275 хэрэглэгчийн жишээн дээр буюу нийт хэрэглэгчдийн хувьд үр дүнгээ гаргахаас гадна банк бүрийн хэрэглэгчдийн хувьд тус тусад нь хүчин зүйлийн шинжилгээг хийж, үр дүнг хураангуйлан орууллаа. Судалгааны үр дүн судалгааны хүрээнд түүвэрлэн авч үзсэн Монголын топ-5 банкны үйл ажиллаагаа, нэр хүндтэй шууд холбогдох бөгөөд бид судлаачийн ёсзүйн дагуу банкуудын нэrsийг кодлон, үр дүнг өнгөөр ялган харууллаа. Банк тус бүрээр нь ялгаж, хүчин зүйлийн шинжилгээг хийх явцад хэрэглэгчийн интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзлэлд нөлөөлдөг 5 хүчин зүйлийн зарим нь хүчин зүйлс нь бүхэлдээ хасагдаж, үлдсэн хүчин зүйлсийн хувьд тодорхой тооны хувьсагчид нь хасагдаж байсан тул бид бүхэлдээ хасагдсан хүчин зүйлсийг судалгааны үр дүнгийн хэсэгт оруулаагүй болно.

Банк №1 үр дүн: Банкны №1-н интернэт банк хэрэглэгчдийн хүсэл эрмэлзлэлд Найдвартай байдал, Хэрэглэхэд хялбар байдал болон Аюулгүй байдлын хүчин зүйлс нөлөөлдөг байж болохоор байна.

Банк №2 үр дүн: Банк №2 -н хувьд авч үзвэл интернэт банк хэрэглэгчдийн хүсэл эрмэлзлэлд Аюулгүй байдал, Шуурхай хялбар байдал болон Хэрэглэхэд хялбар байдлын хүчин зүйлс нөлөөлдөг байж болохоор байна.

Банк №3 үр дүн: Банк №3-н хувьд авч үзвэл интернэт банк хэрэглэгчдийн хүсэл эрмэлзлэлд Хэрэглэхэд хялбар байдал, Найдвартай байдал болон Шуурхай байдлын хүчин зүйлс нөлөөлдөг байж болохоор байна.

Банк №4 үр дүн: Банк №4-н хувьд авч үзвэл интернэт банк хэрэглэгчдийн хүсэл эрмэлзлэлд Найдвартай байдал, Хариу үйлдэл болон Хэрэглэхэд хялбар байдлын хүчин зүйлс нөлөөлдөг байж болохоор байна.

Банк №5 үр дүн: Банк №5-н хувьд авч үзвэл интернэт банк хэрэглэгчдийн хүсэл эрмэлзлэлд Аюулгүй байдал, Найдвартай байдал болон Хэрэглэхэд хялбар байдалын хүчин зүйлс нөлөөлдөг байж болохоор байна.

Нийт судалгаанд хамрагдагсад болон банк тус бүрийн интернэт банкны үйлчилгээ хэрэглэгчдээр салгасан үр дүнгээ нэгтгэвэл дараах байдалтай байна.

Банкууд:	Найдвартай байдал	Хэрэглэхэд хялбар байдал	Шуурхай байдал	Аюулгүй байдал	Хариу үйлдэл
Банк №1	+	+		+	
Банк №2		+	+	+	
Банк №3	+	+	+		
Банк №4	+	+			+
Банк №5	+	+		+	
Нийт	+	+	+	+	

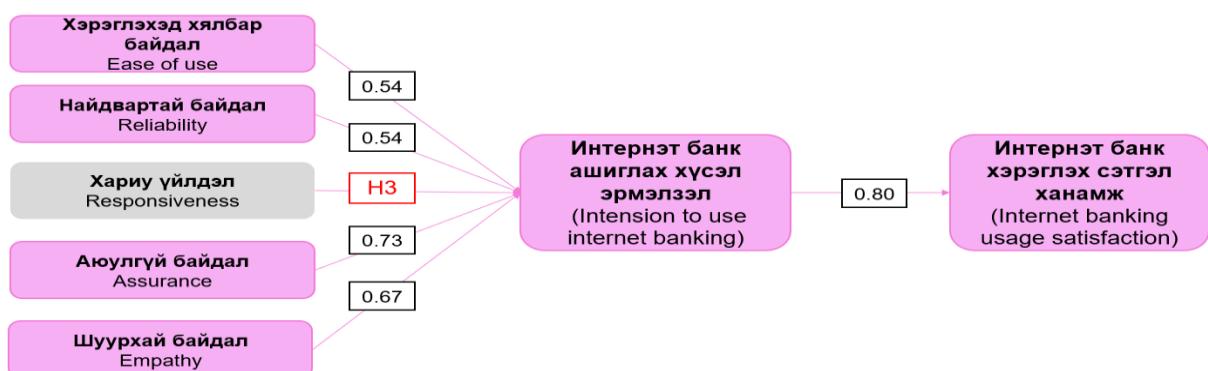
+ тэмдгээр хэрэглэгчийн интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзлэлд нөлөөлдөг байх боломжтой хүчин зүйлсийг тэмдэглэлээ. Дээрхээс харахад бүх банкны хэрэглэгчдийн хувьд Хэрэглэхэд хялбар байдал болон Найдвартай байдалын хүчин зүйлс нөлөөлдөг байж болохоор байна. Бусад хүчин зүйлсийн хувьд тухайн банкны интернэт банкны аппликашн, вэб хуудас болон хэрэглэгчдийн онцлогоос хамаарч байж болох юм.

Эцэст нь бид дэвшүүлсэн таамаглал болон судалгааны загвараа тодорхойлохын тулд хамаарлын буюу Корреляцийн шинжилгээ хийсэн. Корреляцийн шинжилгээ хийхдээ тухайн хүчин зүйлийг илэрхийлэх хувьсагчдыг Compute Variable цэсийг ашиглан Grand mean тооцох байдлаар буюу 1 хувьсагч болгон хувиргаад үүний дараа Хүсэл эрмэлзлэлтэй хамаарал шалгасан.

Корреляцийн шинжилгээ:

Корреляцийн шинжилгээ хийж үзэхэд Хүсэл эрмэлзлэл болон Сэтгэл ханамжийн хүчин зүйлс эерэг нягт (0.80), харин Хүсэл эрмэлзлэл бусад хүчин зүйлс болох Найдвартай байдалтай (0.54), Аюулгүй байдалтай (0.73), Хэрэглэхэд хялбар байдалтай (0.54) Шуурхай байдалтай (0.67) эерэг хамааралтай гэдэг нь харагдаж байна.

Батлагдсан судалгааны загвар ба таамаглал шалгасан байдал:



Хүчин зүйлийн болон Корреляцийн шинжилгээнүүдийн үр дүнд суурилж бид судалгааны дэвшүүлсэн загварын үр дүн болон таамаглалуудаа шалгахад дээрх үр дүн гарлаа.

Интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзлэлд 4 хүчин зүйл нөлөөлдөг байх боломжтой бөгөөд хэрэв хүсэл эрмэлзлэлийг нь төрүүлж чадвал хэрэглэгч сэтгэл ханамжтай байх боломжтой гэсэн үр дүн гарлаа. Бидний дэвшүүлсэн 6 таамаглалын 5 нь батлагдаж, 1 таамаглал шалгагдах боломжгүй болсон байна.

Банк тус бүрээр хүчин зүйлсийн хамаарлыг дээрхийн адил шалгаж, батлагдсан судалгааны загварыг тус бүрт нь гаргасныг хавсралтаар харуулсан болно. Дээрх үр дүнгүүдийг нэгтгэж хүснэгтлэн харвал дараах байдалтай байна. Хүснэгтэнд нэгтгэж харуулахдаа Корреляцийн коэффициентийг хувь руу шилжүүлэх байдлаар хамаарлын хүчийг нь тооцсон болно.

Банкууд:		Сэтгэл ханамж	Найдвартай байдал	Хэрэглэхэд хялбар	Аюулгүй байдал	Шуурхай байдал	Хариу үйлдэл
<i>Банк №1</i>		85%	55%	59%	71%		
<i>Банк №2</i>		77%		69%	76%	63%	
<i>Банк №3</i>		74%	36%	50%		56%	
<i>Банк №4</i>		80%	54%	37%			37%
<i>Банк №5</i>		86%	66%	48%	80%		
<i>Нийт хэрэглэгчид</i>	X	80%	54%	54%	73%	67%	

Дээрхээс эерэг хүчтэй хамааралтай буюу 70%-с дээш байгаа тохиолдлуудыг улаанаар ялган харууллаа

III БҮЛЭГ.ДҮГНЭЛТ БОЛОН ХЭЛЭЛЦҮҮЛЭГ

Бид Улаанбаатар хотын топ-5 банкны интернэт банкны 275 хэрэглэгчийн жишээн дээр энэхүү судалгаагаа хийж гүйцэтгэлээ. Өгөгдлийн шинжилгээний хүрээнд давтамжийн шинжилгээ (Frequency), хоёр талт шинжилгээ (Crosstabs), найдвартай байдлын шинжилгээ (Reliability test), хүчин зүйлийн (Factor analysis) шинжилгээ болон хамаарлын шинжилгээ (Correlation analysis) тус тус хийж дараах дүгнэлтэнд хүрлээ.

Банкны салбар болон интернэт банкаар үйлчлүүлэх зан төлөвийн хувьд:

- Банкны салбар болон интернэт банк ашиглах хамгийн гол зорилго нь орлого болон зарлагын гүйлгээ хийхэд чиглэдэг байна.
- 72% орчим хувь нь банкны салбар дээр үйлчлүүлэхдээ 30 хүртлэх минутыг зарцуулдаг байна.
- Интернэт банк хэрэглэгчдийн 70 орчим хувь нь хэдийнээ тус үйлчилгээг ашиглаад хэвшсэн буюу 1-с дээш жил үйлчлүүлсэн туршлагатай байж болохоор байна.
- Интернэт банкны үйлчилгээний тухай банкны ажилтан (39%) болон сошиал сувгаас (29%) голчлон мэдээлэл авдаг байна.

Интернэт банкны сэтгэл ханамжид нөлөөлөх хүчин зүйлсийн хувьд:

- Нийт интернэт банк хэрэглэгчдийн хувьд сэтгэл ханамжид нөлөөлөх 4 хүчин зүйл байж болохоор байна. Хэрэглэгчийн интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзлэлийг төрүүлж чадвар үүнийгээ дагаад сэтгэл ханамжтай байх боломжтой (хамаарал 80%) гэдэг нь харагдаж байна.
- Хэрэглэгчийн интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзлэлд нөлөөлөх хамгийн гол хүчин зүйл нь аюулгүй байдал (хамаарал 73%) байж болохоор байна.
- Хариу үйлдлийн хүчин зүйлийн хувьд нийт хэрэглэгчдийн хувьд хүчин зүйлийн шинжилгээгээр хасагдсан ч Банк №4 дээр хэрэглэгчид нь илүүтэй сайн хүлээн авдаг байж болохоор байна.
- Хэрэглэгчдийн хувьд **Найдвартай байдал** гэдгийг үйлчилгээг авч байхад гацахгүй, цаг авахгүй байх (loading 0.80) гэсэн байдлаар илүүтэй ойлгодог байна.
- **Аюулгүй байдал** гэдгийг интернэт банкиндаа нэвтрэн ороод ямар нэгэн үйлдэл хийгээгүй удсан тохиолдолд автоматаар гардаг байх (loading 0.79) гэсэн байдлаар илүүтэй ойлгодог байна.
- **Хэрэглэхэд хялбар байдал** гэдгийг интернэт банкны цэс, үйлчилгээний заавар харахад ойлгомжтой, цэгтэй байх (loading 0.77) гэсэн байдлаар илүүтэй ойлгодог байна.
- Харин **Шуурхай байдал** гэдгийг интернэт банкны үйлчилгээ богино хугацаанд хийгддэг байх (loading 0.79) гэсэн байдлаар илүүтэй ойлгодог байна.

- Бүх банкуудын интернэт банк хэрэглэгчдийн хувьд Хэрэглэхэд хялбар байдал (5 банкны хувьд) болон Найдвартай байдлын (4 банкны хувьд) хүчин зүйлсийг чухалчилдаг байна.
- Харин шуурхай байдал болон Аюулгүй байдлын хүчин зүйлсийг банкуудын нэр хүнд, санхүүгийн тогтвортой байдал, интернэт банкны үйлчилгээ болон апликашн, вэб хуудас бусад олон хүчин зүйлсээс хамаарч ялгаатай байдлаар хүлээн авдаг байж болох юм.

Дээрх дүгнэлт нь бидний сонгосон судалгааны аргазүй болон зөвхөн түүврт хамрагдсан хэрэглэгчдийн хувьд л хүчинтэй юм гэдгийг онцлон хэлмээр байна. Иймд дараа дараагийн судлаачдад дараах зүйлсэд анхаарах хэрэгтэй байж болох юм.

- SERVQUAL GAP судалгааны аргазүйг ашиглах
- Түүврийн тоо хэмжээг банк тус бүрийн хувьд илүү нэмэгдүүлэх /100, 100 хэрэглэгч гэх мэт

САНАЛ ЗӨВЛӨМЖ

Банк №1-н хувьд:

- Тус банкны хувьд **Аюулгүй байдал** дээрээ илүүтэй анхаарах хэрэгтэй байна

Интернэт банк хэрэглэж байх явцад системийн болон бусад гацалт гаражгүй байхад анхаарах,

Интернэт банк ашиглаж байх үед хувийн мэдээллээ алдахаас санаа зовдог учраас шууд ил харагдахгүй хэрэглэгч өөрөө хүссэн тохиолдолд нэмэлт үйлдэл хийх байдлаар хардаг байх /жишээлбэл дансны үлдэгдлийн дүн гэх мэт/,

Интернэт банкны цэс маш ойлгомжтой байх хэрэгтэй ба өнгө дизайн нь түүндээ нийцсэн байх,

Банк №2-н хувьд:

- Тус банкны хувьд **Аюулгүй байдал** дээрээ илүүтэй анхаарах хэрэгтэй байна

Гүйлгээний нууц үгний нууцлалыг илүү сайжруулах,

Интернэт банк нь ашиглахад аюулгүй гэдгийг хэрэглэгчдэд илүү ойлгуулсан контентуудыг бүтээх,

Нэвтрэхэд цаг алдалгүй хурдан шуурхай ордог боломжоор хангах,

Банк №3-н хувьд:

- Тус банкны хувьд **Шуурхай байдал** дээрээ илүүтэй анхаарах хэрэгтэй байна

Шилжүүлэг хийгдсэн мэдээлэл нь хэрэглэгчид маш түргэн шуурхай ирдэг байхад анхаарах,

Вэб сайт болон апликашний харагдах байдал буюу интерфэйсийг илүү сайжруулахад анхаарах,

Банк №4-н хувьд:

- Тус банкны хувьд **Найдвартай байдал** дээрээ илүүтэй анхаарах хэрэгтэй байна

Операторуудаа нь үнэн зөв, ойлгомжтой мэдээлэл өгдөг байхад сургах сургалт зохион байгуулах,

Цахим тооцоолуураа илүү сайн хөгжүүлэх буюу хэрэглэгчдэд санхүүгээ хянах, илүү үр ашигтай байх боломжийг сануулдаг байх,

Интернэт банк хэрэглэж байх явцад системийн болон бусад гацалт гарахгүй байхад анхаарах,

Банк №5-н хувьд:

- Тус банкны хувьд **Аюулгүй байдал** дээрээ илүүтэй анхаарах хэрэгтэй байна

Интернэт банкинд нэвтэрсэн боловч хэрэглээгүй тодорхой хугацаа өнгөрсөн бол шууд автоматаар гардаг байх, үүнтэй холбоотой системийн онцлогоо хэрэглэгчдэд маш сайн таниулах,

Интернэт банк хэрэглэж байх явцад системийн болон бусад гацалт гарахгүй байхад анхаарах,

Вэб сайт болон апликацийний харагдах байдал буюу интерфэйсийг илүү сайжруулахад анхаарах зэрэг болно

НОМ ЗҮЙ

Монгол хэл дээрх эх сурвалжууд

Я.Отгонсүрэн. (2008). *Үйлчилгээний маркетинг*. Улаанбаатар.

Үндэсний статистикийн хороо. (1995-2004). *Монгол Улсын Статистикийн эмхэтгэл*.
Улаанбаатар: Адмон ХХК.

Гадаад хэл дээрх эх сурвалжууд

Hoffman, K. D. (2010). *Services Marketing Concepts, Strategies, & Cases*.

Kotler, P. (1967). *Marketing management*.

Wikipedia. (2020, November 5). *Online banking*. Retrieved from en.wikipedia.org:
https://en.wikipedia.org/wiki/Online_banking#History

Wikipedia. (2020, January 3). *Security First Network Bank*. Retrieved from en.wikipedia.org:
https://en.wikipedia.org/wiki/Security_First_Network_Bank

David L, M., & Hawkin Motherbaugh. (2010). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. y McGraw-Hill/Irwin, a business unit of The McGraw-Hill Companies, Inc.

Fornell. (1992). *A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience*. *Journal of Marketing* (хуудсд. 6-21).-Д

Jesse, H. (2021). *The Kano model: how to wow your customers*. DMEXPO.

Kotler. (2009). *Principle of Marketing*. London: Prentice Hall, One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey 07458.

ХАВСРАЛТ

Судалгаанд хамрагдагсдын хувийн мэдээлэл

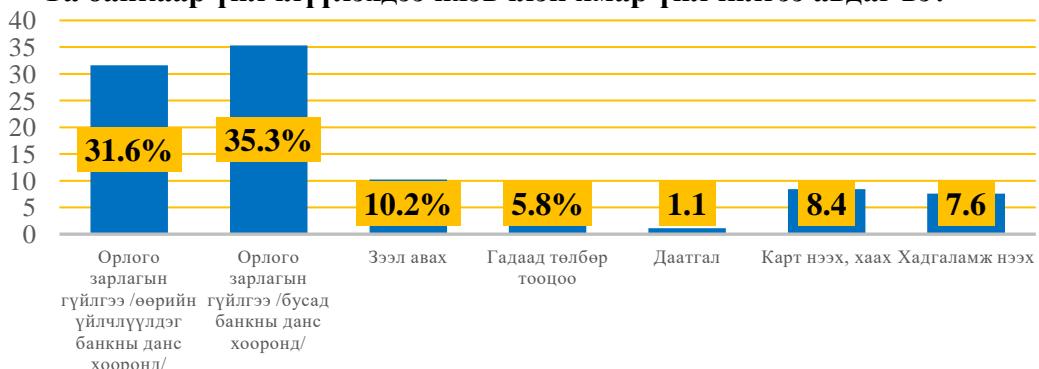
Хүйс	Тоо	Хувь
Эрэгтэй	92	40.0
Эмэгтэй	183	60.0
Нас	Тоо	Хувь
16-25 нас	143	52.0
26-35 нас	75	27.3
36-45 нас	32	11.6
46-с дээш	25	9.1

Боловсрол	Тоо	Хувь
Бага	1	.4
Бүрэн бус дунд	4	1.5
Бүрэн дунд	76	27.6
Дээд буюу бакалавр	146	53.1
Магистр, доктор	48	17.5
Ажил эрхлэлт	Тоо	Хувь
Төрийн байгууллага	21	7.6
ТББ, ОУБ	34	12.4
Хувиараа бизнес эрхлэгч	40	14.5
Оюутан, сурагч	101	36.7
Ажилгүй	6	2.2
Хувийн байгууллага	73	26.5
Өрхийн орлого	Тоо	Хувь
500000₮-хүртэл	68	24.7
500001₮-1000000₮	65	23.6
1000001₮-1500000₮	42	15.3
1500001₮-2000000₮	43	15.6
2000001₮-2500000₮	29	10.5
2500001₮-3000000₮	9	3.3
3000001₮ ба түүнээс дээш	19	6.9
Ам бүлийн тоо	Тоо	Хувь
Ганц бие	58	21.1
2-3	62	22.5
4-5	65	23.6
5-6	53	19.3
6 ба түүнээс дээш	37	13.5

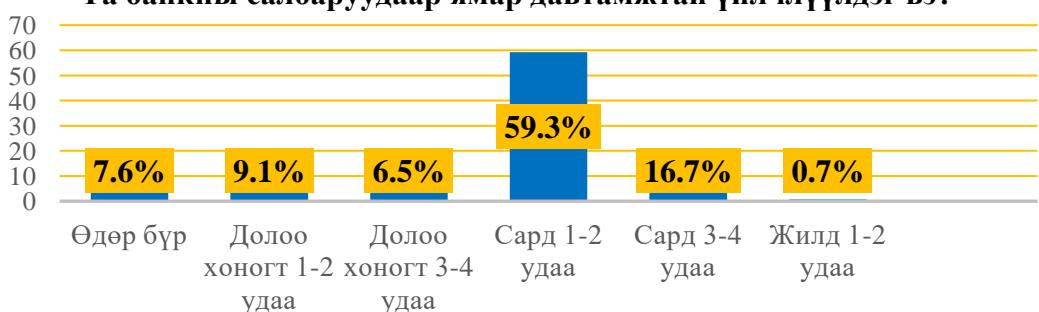
Давтамжийн шинжилгээний үр дүн



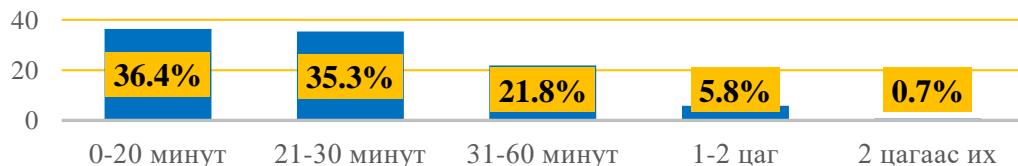
Та банкаар үйлчлүүлэхдээ ихэвчлэн ямар үйлчилгээ авдаг вэ?



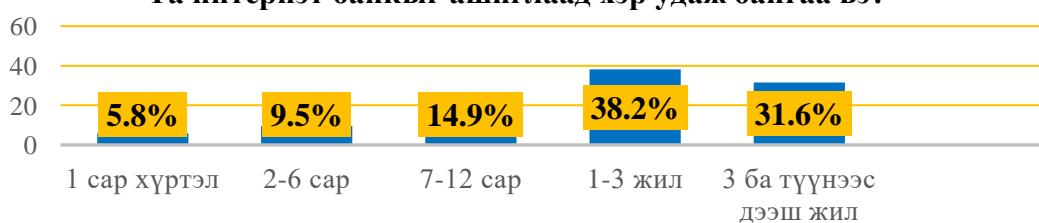
Та банкны салбаруудаар ямар давтамжтай үйлчлүүлдэг вэ?



Та банкны салбар дээрээс үйлчилгээ авахад хэр их хугацаа зарцуулдаг вэ?



Та интернэт банкыг ашиглаад хэр удаж байгаа вэ?



Хоёр талт шинжилгээний үр дүн:

		Та өөрийн сонгон үйлчлүүлдэг арилжааны банкыг сонгоно уу?				
		Хаан банк	Хас банк	ХХБ	Голомт банк	Төрийн банк
Та банкаар үйлчлүүлэхдээ ихэвчлэн ямар үйлчилгээ авдаг вэ?	Хадгаламж нээх	10.7%	3.6%	5.3%	7.0%	12.2%
	Карт нээх, хаах	5.4%	5.4%	10.5%	8.8%	12.2%
	Даатгал	0%	0%	1.8%	3.5%	0%
	Гадаад төлбөр тооцоо	3.6%		10.5%	8.8%	6.1%
	Зээл авах	12.5%	8.9%	3.5%	5.3%	22.4%
	Орлого зарлагын гүйлгээ /бусад банкны данс хооронд/	23.2%	44.6%	31.6%	45.6%	30.6%
	Орлого зарлагын гүйлгээ /өөрийн үйлчлүүлдэг банкны данс хооронд/	44.6%	37.5%	36.8%	21.1%	16.3%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

		Та өөрийн сонгон үйлчлүүлдэг арилжааны банкыг сонгоно уу?				
		Хаан банк	Хас банк	ХХБ	Голомт банк	Төрийн банк
Та арилжааны банкуудын салбаруудаар ямар давтамжтай үйлчлүүлдэг вэ?	Өдөр бүр	6.9%	12.5%	5.3%	10.5%	2.1%
	Долоо хоногт 1-2 удаа	12.1%	3.6%	8.8%	12.3%	8.5%
	Долоо хоногт 3-4 удаа	3.4%	0%	3.5%	14.0%	12.8%
	Сард 1-2 удаа	65.5%	75.0%	36.8%	47.4%	74.5%
	Сард 3-4 удаа	12.1%	8.9%	43.9%	15.8%	0%
	Жилд 1-2 удаа	0%	0%	1.8%	0%	2.1%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

		Та өөрийн сонгон үйлчлүүлдэг арилжааны банкыг сонгоно уу?				
Та банкны үйлчилгээ авахдаа салбар дээр оочирлодог уу?	Тийм	Хаан банк	Хас банк	ХХБ	Голомт банк	Төрийн банк
		72.4%	78.6%	82.5%	73.7%	80.9%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

		Та өөрийн сонгон үйлчлүүлдэг арилжааны банкыг сонгоно уу?				
Та банкны салбар дээрээс үйлчилгээ авахад хэр их хугацаа зарцуулдаг вэ?	Хаан банк	Хас банк	ХХБ	Голомт банк	Төрийн банк	
	0-20 минут	32.8%	44.6%	31.6%	52.6%	17.0%
	21-30 минут	43.1%	42.9%	36.8%	33.3%	17.0%
	31-60 минут	17.2%	12.5%	21.1%	12.3%	51.1%
	1-2 цаг	5.2%	0%	8.8%	1.8%	14.9%
	2 цагаас их	1.7%	0%	1.8%	0%	0%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

		Та аль арилжааны банкны интернэт банкны үйлчилгээг ихэвчлэн авдаг вэ?				
Та хамгийн сүүлд хэзээ интернэт банк ашигласан бэ?	Хаан банк	Хас банк	ХХБ	Голомт банк	Төрийн банк	
	Өнөөдөр	67.9%	76.4%	85.7%	68.4%	60.8%
	1-3 хоногийн өмнө	25.0%	14.5%	3.6%	19.3%	15.7%
	3-7 хоногийн өмнө	3.6%	3.6%	8.9%	10.5%	19.6%
	2-3 долоо хоногийн өмнө	0%	3.6%	0%	0%	3.9%
	3-аас дээш 7 хоногийн өмнө	3.6%	1.8%	1.8%	1.8%	0%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

		Та аль арилжааны банкны интернэт банкны үйлчилгээг ихэвчлэн авдаг вэ?				
Та интернэт банкыг	Хаан банк	Хас банк	ХХБ	Голомт банк	Төрийн банк	
	1 сар хүртэл	7.1%	5.5%	1.8%	5.3%	9.8%
	2-6 сар	14.3%	12.7%	7.1%	7.0%	5.9%
	7-12 сар	8.9%	12.7%	19.6%	19.3%	13.7%
	1-3 жил	41.1%	23.6%	46.4%	40.4%	39.2%

ашиглаад хэр удаж байгаа вэ?	3 ба түүнээс дээш жил	28.6%	45.5%	25.0%	28.1%	31.4%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Та интернэт банкны үйлчилгээний талаарх мэдээллээ хаанаас авдаг вэ?	Та аль арилжааны банкны интернэт банкны үйлчилгээг ихэвчлэн авдаг вэ?				
	Хаан банк	Хас банк	ХХБ	Голомт банк	Төрийн банк
Та интернэт банкны үйлчилгээний талаарх мэдээллээ хаанаас авдаг вэ?	Гэр бүл, найз нөхөд, хамтрагчдаас	23.2%	18.2%	19.6%	14.0%
	Сошиал болон тв сурталчилгаанаас	35.7%	16.4%	41.1%	24.6%
	Брошур, зурагт самбараас	12.5%	3.6%	8.9%	12.3%
	Банкны ажилтан, мессежээс	25.0%	56.4%	26.8%	47.4%
	Бусад	3.6%	5.5%	3.6%	1.8%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Банк 1



Банк 2



Банк 3



Банк 4





Хүчин зүйлийн шинжилгээний зам үр дүнгийн хүснэгтүүд:

Communalities	Initial	Extraction
EU1_Интернэт банкны апликешион харагдах байдал нь надад чухал нөлөөтэй.	1.000	.433
EU2_Интернэт банк нь сүүлийн үеийн технологийг ашиглан байнга чанараа сайжруулж байдаг нь хэрэглэхэд таатай байдаг.	1.000	.672
EU3_Интернэт банкны цэс, үйлчилгээний заавар харахад ойлгомжтой, цэгцтэй байж чаддаг.	1.000	.710
EU4_Интернэт банкны апликешион, вэбийн дизайн өнгө загварын хувьд тааламжтай байж чаддаг	1.000	.653
RB1_Интернэт банк ашиглаж байхад ямар нэгэн системийн saat алдаа гардаггүй.	1.000	.682
RB2_Интернэт банк ашиглаж байхдаа хувийн мэдээллээ алдах вий гэж санаа зовдоггүй	1.000	.660
RB3_Интернэт банк ашиглан үйлчилгээ авч байхад гацаж, цаг авах тохиолдол гардаггүй.	1.000	.664
RB4_Интернэт банк банкны оператор үнэн зөв, ойлгомжтой мэдээлэл өгдөг.	1.000	.495
RP1_Интернэт банк банкны талаар шинэ мэдээ мэдээлэл, сайжруулалтаа цаг алдалгүй мэдээллэж чаддаг	1.000	.558
RP2_Интернэт банк нь хийх гэсэн үйлдлийг минь төвөгтүй хийж гүйцэтгэдэг.	1.000	.560
RP3_Интернэт банкны тооцоолуур хэсэг надад санхүүгээ хянах боломжийг бүрдүүлж өгдөг.	1.000	.527
RP4_Интернэт банк ашиглахад туслалцаа хэрэг болсон тохиолдолд оператор цаг алдалгүй үйлчилж чаддаг.	1.000	.503
AR1_Интернэт банкыг ашиглахад надад аюулгүй санагддаг.	1.000	.698
AR2_Интернэт банкандaa нэвтрэн, үйлдэл хийгээгүй удахад автоматаар системээс гардаг.	1.000	.679
AR3_Интернэт банкны нэвтрэх болон гүйлгээний нууц үргүүд хангалттай нууцлал сайтай санагддаг.	1.000	.590
AR4_Интернэт банкруугаа нэвтрэхэд хурууны хээ болон нүүр царай таньдаг нь ашиглахад хялбар болгодог.	1.000	.534
EP1_Интернэт банкандaa нэвтрэхэд цаг алдлаггүй.	1.000	.596
EP2_Интернэт банкны үйлчилгээ (мөнгөн гүйлгээ, харилцах, хадгаламж, хадгаламж барьцаалсан зээл, гэх мэт) богино хугацаанд хийгддэг	1.000	.690
EP3_Шилжүүлэг хийгдсэн мэдээлэл шуурхай ирдэг.	1.000	.702
EP4_Алдаатай гүйлгээ хийхэд тэр дороо засагдаж гүйлгээ цуцлагддаг.	1.000	.424

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.850	39.250	39.250	7.850	39.250	39.250	3.563	17.816	17.816
2	1.697	8.485	47.735	1.697	8.485	47.735	3.129	15.647	33.463
3	1.327	6.633	54.368	1.327	6.633	54.368	2.931	14.655	48.118
4	1.157	5.787	60.156	1.157	5.787	60.156	2.408	12.038	60.156
5	.971	4.854	65.010						
6	.845	4.227	69.237						
7	.737	3.685	72.922						
8	.680	3.401	76.324						
9	.627	3.136	79.460						
10	.543	2.715	82.175						
11	.495	2.475	84.650						
12	.464	2.318	86.968						
13	.416	2.079	89.047						
14	.398	1.989	91.036						
15	.393	1.966	93.002						
16	.367	1.837	94.839						
17	.302	1.508	96.347						
18	.287	1.433	97.780						
19	.240	1.199	98.979						
20	.204	1.021	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Корреляцийн шинжилгээний үр дүн: Банк №1

Correlations						
		Xэрэглэгчийн сэтгэл ханамж	Xүсэл эрмэлзлэл	Найдвартай байдал	Xэрэглэхэд хялбар байдал	Аюулгүй байдал
Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж	Pearson Correlation	1	.846**	.615**	.635**	.715**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	56	56	56	55	56
Хүсэл эрмэлзлэл	Pearson Correlation	.846**	1	.553**	.591**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	56	56	56	55	56
Найдвартай байдал	Pearson Correlation	.615**	.553**	1	.407**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.000
	N	56	56	56	55	56
Хэрэглэхэд хялбар байдал	Pearson Correlation	.635**	.591**	.407**	1	.606**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.000
	N	55	55	55	55	55
Аюулгүй байдал	Pearson Correlation	.715**	.705**	.600**	.606**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	56	56	56	55	56

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Корреляцийн шинжилгээний үр дүн: Банк №2

		Correlations				
		Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж	Хүсэл эрмэлзэл	Хэрэглэхэд хялбар байдал	Аюулгүй байдал	Шуурхай байдал
Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж	Pearson Correlation	1	.774**	.599**	.558**	.684**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	57	57	56	57	57
Хүсэл эрмэлзэл	Pearson Correlation	.774**	1	.690**	.764**	.626**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	57	57	56	57	57
Хэрэглэхэд хялбар байдал	Pearson Correlation	.599**	.690**	1	.512**	.538**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	56	56	56	56	56
Аюулгүй байдал	Pearson Correlation	.558**	.764**	.512**	1	.590**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	57	57	56	57	57
Шуурхай байдал	Pearson Correlation	.684**	.626**	.538**	.590**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	57	57	56	57	57

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Корреляцийн шинжилгээний үр дүн: Банк №3

		Correlations				
		Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж	Хүсэл эрмэлзэл	Хэрэглэхэд хялбар байдал	Шуурхай байдал	Найдвартай байдал
Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж	Pearson Correlation	1	.737**	.448**	.706**	.451**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.001
	N	51	51	51	51	51
Хүсэл эрмэлзэл	Pearson Correlation	.737**	1	.495**	.558**	.364**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.009
	N	51	51	51	51	51
Хэрэглэхэд хялбар байдал	Pearson Correlation	.448**	.495**	1	.366**	.189
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.008	.183
	N	51	51	51	51	51
Шуурхай байдал	Pearson Correlation	.706**	.558**	.366**	1	.570**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008		.000
	N	51	51	51	51	51
Найдвартай байдал	Pearson Correlation	.451**	.364**	.189	.570**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.009	.183	.000	
	N	51	51	51	51	51

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Корреляцийн шинжилгээний үр дүн: Банк №4

		Correlations				
		Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж	Хүсэл эрмэлзлэл	Найдвартай байдал	Хэрэглэхэд хялбар байдал	Хариу үйлдэл
Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж	Pearson Correlation	1	.799**	.428**	.474**	.522**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	55	55	55	55	55
Хүсэл эрмэлзлэл	Pearson Correlation	.799**	1	.543**	.369**	.366**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.006	.006
	N	55	55	55	55	55
Найдвартай байдал	Pearson Correlation	.428**	.543**	1	.443**	.444**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.001	.001
	N	55	55	55	55	55
Хэрэглэхэд хялбар байдал	Pearson Correlation	.474**	.369**	.443**	1	.341*
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.001		.011
	N	55	55	55	55	55
Хариу үйлдэл	Pearson Correlation	.522**	.366**	.444**	.341*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.001	.011	
	N	55	55	55	55	55

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Корреляцийн шинжилгээний үр дүн: Банк №5

		Correlations				
		Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж	Хүсэл эрмэлзлэл	Найдвартай байдал	Хэрэглэхэд хялбар байдал	Аюулгүй байдал
Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж	Pearson Correlation	1	.858**	.624**	.514**	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	56	56	56	56	56
Хүсэл эрмэлзлэл	Pearson Correlation	.858**	1	.663**	.479**	.801**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	56	56	56	56	56
Найдвартай байдал	Pearson Correlation	.624**	.663**	1	.516**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	56	56	56	56	56
	Pearson Correlation	.514**	.479**	.516**	1	.372**
Хэрэглэхэд хялбар байдал	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.005
	N	56	56	56	56	56
	Pearson Correlation	.691**	.801**	.681**	.372**	1
Аюулгүй байдал	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005	
	N	56	56	56	56	56
	Pearson Correlation	.691**	.801**	.681**	.372**	1

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Таамаглал шалгасан корреляцийн шинжилгээний үр дүн

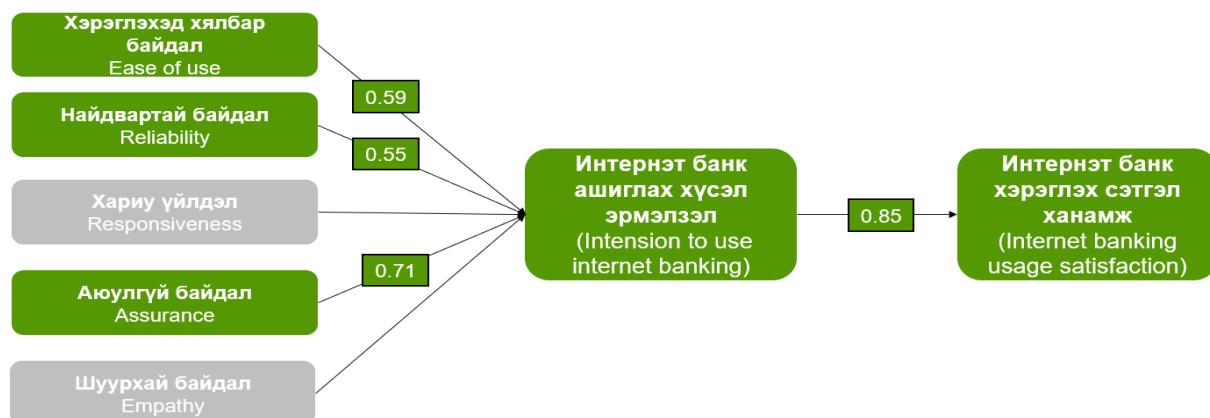
		Correlations					
		Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж Satisfaction	Хүсэл эрмээлзэл Intention	Найдвартай байдал Reliability	Аюулгүй байдал Assurance	Хэрэглэхэд хялбар байдал Ease of Use	Шуурхай байдал Empathy
Хэрэглэгчийн сэтгэл ханамж Satisfaction	Pearson Correlation	1	.804**	.560**	.633**	.540**	.658**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	275	275	275	275	273	274
Хүсэл эрмээлзэл Intention	Pearson Correlation	.804**	1	.535**	.727**	.535**	.665**
	Sig. (2-tailed)		.000		.000	.000	.000
	N	275	275	275	275	273	274
Найдвартай байдал Reliability	Pearson Correlation	.560**	.535**	1	.529**	.400**	.524**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000		.000	.000
	N	275	275	275	275	273	274
Аюулгүй байдал Assurance	Pearson Correlation	.633**	.727**	.529**	1	.482**	.596**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000		.000	.000
	N	275	275	275	275	273	274
Хэрэглэхэд хялбар байдал Ease of Use	Pearson Correlation	.540**	.535**	.400**	.482**	1	.491**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000		.000
	N	273	273	273	273	273	272
Шуурхай байдал Empathy	Pearson Correlation	.658**	.665**	.524**	.596**	.491**	1

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	274	274	274	274	272	274

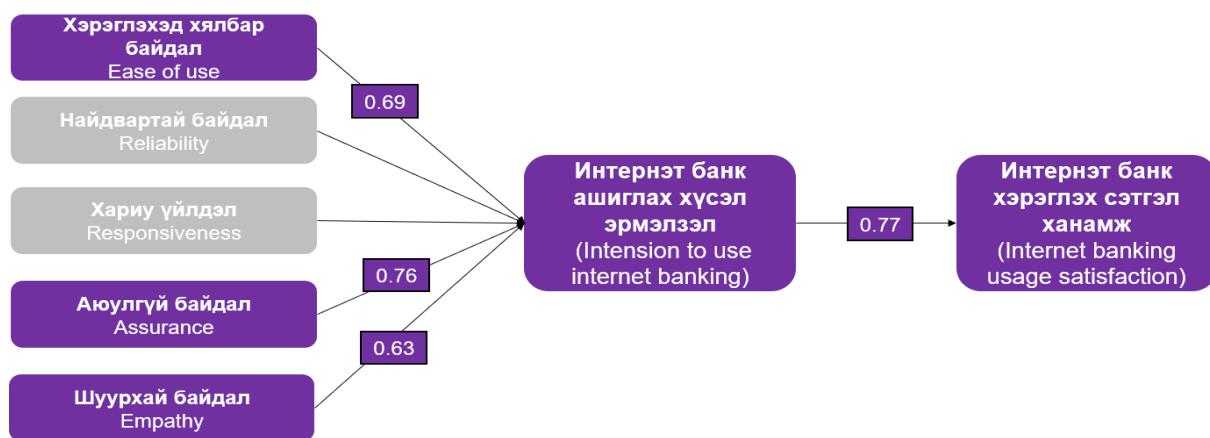
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Банк тус бүрээр хүчин зүйлийн хамаарлыг шалгасан байдал

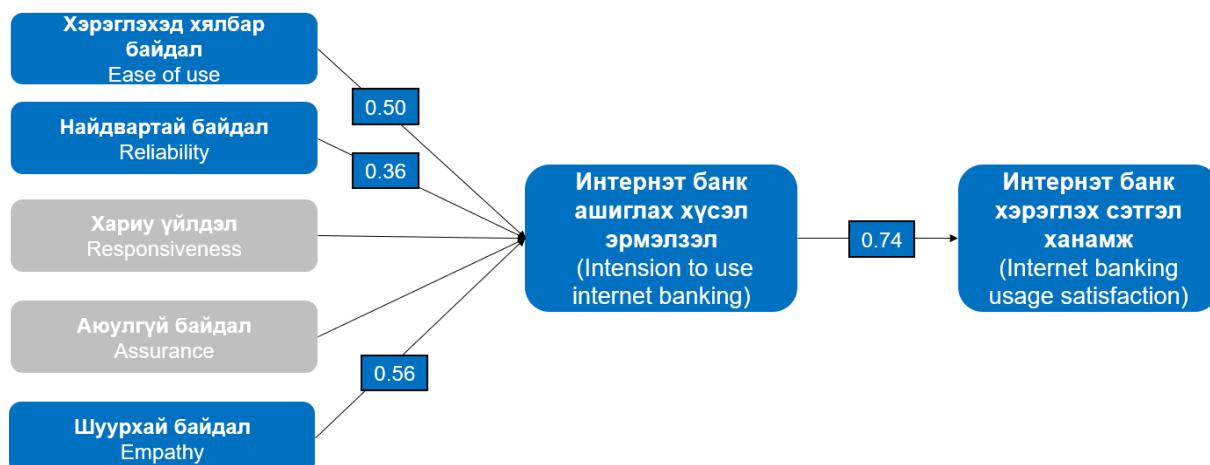
Банк №1 хувьд:



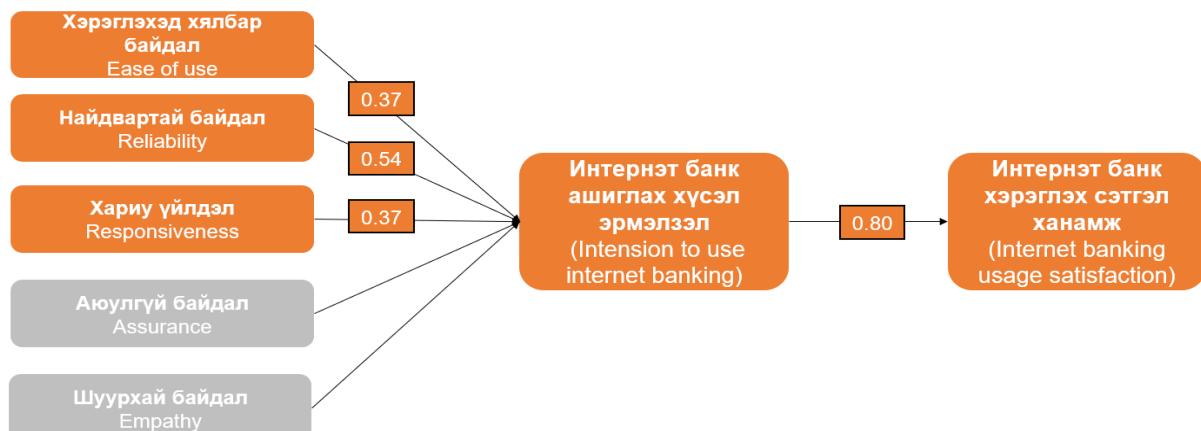
Банк №2 хувьд:



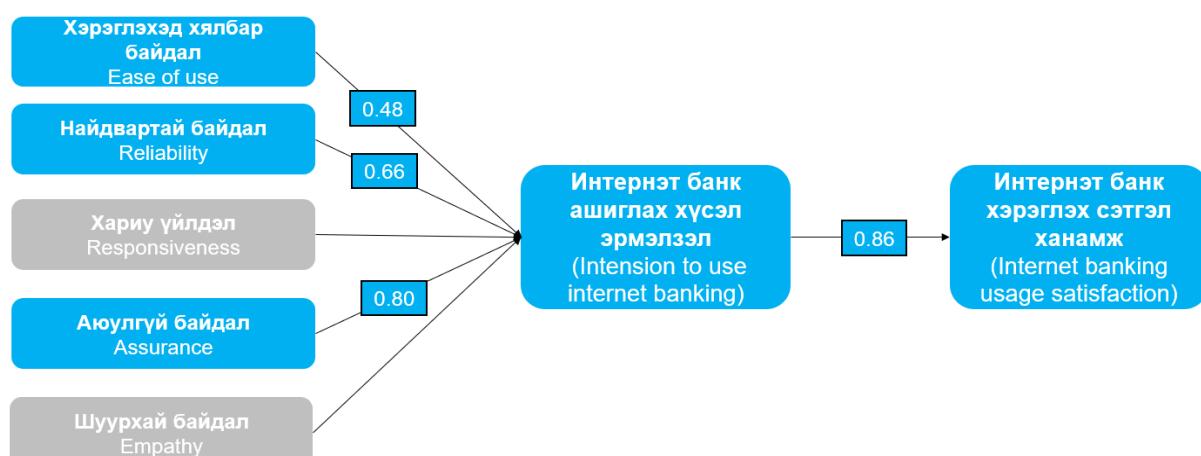
Банк №3 хувьд:



Банк №4 хувьд:



Банк №5 хувьд:



Таамаглал шалгасан байдал:

№	Дэвшүүлж буй таамаглалууд	Нотлогдсон	Няцаагдсан
H1	Хэрэглэхэд хялбар байдал нь интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзэл эерэг хамааралтай.	+	
H2	Найдвартай байдал нь интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзэл эерэг хамааралтай.	+	
H3	Хариу үйлдэл нь интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзэл эерэг хамааралтай.	Xүчин зүйл хасагдсан учир шалгах боломжгүй болсон	
H4	Аюулгүй байдал нь интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзэл эерэг хамааралтай.	+	
H5	Шуурхай байдал нь интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзэл эерэг хамааралтай.	+	
H6	Интернэт банк ашиглах хүсэл эрмэлзэл нь интернэт банк хэрэглэх сэтгэл ханамж эерэг хамааралтай.	+	

**QR КОД ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН ҮНЭ ЦЭНИЙН ОЙЛГОЛТЫГ ХАРЬЦУУЛСАН
СУДАЛГАА /Монгол, Япон улсын жишээн дээр/**

СЭЗИС-ийн оюутан Н.Энхтунгалаг

ХУРААНГУЙ

Судалгааны ач холбогдлын хувьд академик судлаачид QR код хэрэглэгчийн зан төлөв, ялангуяа соёл хоорондын үзлэгт бага анхаарал хандуулсан байна. Энэ сэдвээр цаашид судлахаар төлөвлөж буй судлаачдын хоёрдогч эх үүсвэр болох ном зүйн тойм буюу судлагдсан байдал болох. Мөн Монголд QR кодын хэрэглээ өсөж байгаа хэдий ч харьцангуй сул хөгжсөн байгаа учраас нэмэлт судалгаа хийх шаардлагатай байгаа. Үүнд нэмэлт салбаруудад (үйлдвэрлэлийн, эрүүл мэндийн г.м) QR кодыг хэрхэн амжилттай ашиглаж байгаа талаарх судлах (барилгын салбар дахь qr код хэрэглээ; эрүүл мэндийн салбарын дахь qr код хэрэглээ; үйлдвэрлэлийн салбар дахь qr код хэрэглээ; тээврийн салбар дахь qr код хэрэглээ). Энэхүү судалгааны зорилго нь QR код ашиглаж байсан туршлагатай хэрэглэгчдээс мэдээлэл цуглуулах зорилгоор Монгол болон Япон гэсэн хоёр орны хэрэглэгчдийн QR кодыг ашигласнаас үүсэх үнэ цэнийн талаар хэрэглэгчдийн ойлголт хэрхэн ялгаатай байгааг судлах зорилготой юм. Хоёр улсын QR код талаар хэрэглэгчдээс мэдээлэл цуглуулах зорилгоор онлайнд суурилсан судалгааг боловсруулсан болно. Үүнд: нийт 461 судалгаанд оролцогч хамрагдсаны монголоос 252 хүн, 209 япон хүмүүс оролцсон байна. Монгол улсын хувьд бизнесийн байгууллагууд QR хэрэглэдэг учраас дагаад иргэд ашиглахын илүүд үздэг бол, япон улсын хувьд хэрэглэгчээс илүүтэй салбар, байгууллагууд тэр дундаа үйлдвэрлэл, эрүүл мэндийн салбарт өөрсдийн үйл ажиллагааг хурдасгах, хялбар болгох байдлаар илүүтэй хэрэглэж байна. QR кодыг үргэлжлүүлэн ашиглах хүсэл эрмэлзэл нь улс орнуудад харилцан адилгүй байгаа бөгөөд энэ нь QR кодыг сканнердаж буй хэрэглэгчийн хэв маягт соёл, итгэл үнэмшил, туршлага, амьдралын хэв маяг чухал үүрэг гүйцэтгэж байна.

Түлхүүр үгс: QR код, Монгол улс, Япон улс, Хүлээгдэж буй үнэ цэн

ОРШИЛ

Судалгааны ажлын үндэслэл

Өнөө үед гар утасны хэрэглэгчид гар утсандaa QR кодын програм суулгаж, өгөгдөл илүү хурдан хандах боломжийг бий болгож байна (Demir, Kaynak, & Demir, 2015). QR кодыг анх Японы Денсо Вэйв компани зохион бүтээсэн боловч энэ технологийн хэрэгсэл нь Зүүн Өмнөд Азид ихээхэн нөлөөлөл үзүүлжээ. QR кодоор дамжуулан хийгддэг төлбөрийн хэрэгсэл нь сүүлийн хоёр жилд тэсрэлт хийжээ. Амазон, Волмарт, Алипэй хүртэлх бүх компаниуд төлбөрийн хялбар байдлыг сайжруулахын тулд QR кодыг хэрэглэж эхэллээ. Үүнийг эрүүл мэнд, маркетинг, жижиглэн худалдаа, аялал жуулчлал, спорт болон бүхий л салбарт ашигладаг. QR код нь аль хэдийн аль ч брэндийн танигдсан онцлог шинж чанар болсон байна (Hedge, 2021). Дэлхийн хүн амын бараг 90% нь 2020 он гэхэд өндөр хурдны интернетэд холбогдох боломжтой болох бөгөөд энэ нь QR кодын хэрэглээг ихэсгэх болно (QrTiger, 2021).

Сэдвийн хүрээнд хэрэглэгчийн хүлээгдэж буй үнэ цэн гэдэг онолыг авч үзэв. (үйлчилгүүлэгчийн тухайн бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний давуу тал, хүслийг түүний талаар, ялангуяа өрсөлдөгчийн бүтээгдэхүүнтэй харьцуулж үзэхэд хэрэглэгчийн өөрийнх нь тухай ойлголт юм). Түүнчлэн ТАМ, гедоник сэдэл, төлөвлөсөн зан төлөвийн онолыг мөн авч үзэв. Нэр томъёоны тайлбар: ТАМ (технологийг хүлээн зөвшөөрөх загвар).

Цахимжуулалт хурдацтай хөгжиж, улс орнууд даяар интернетийн технологи тархаж байгаагийн үр дүнд гар утас нь QR кодын тусламжтайгаар дижитал мэдээллийг хүлээн авах гол хэрэгсэл болжээ (QrTiger, 2021). 2021 онд дэлхий дээрх ухаалаг гар утасны хэрэглэгчдийн тоо 3.8 тэрбум болж байгаа нь дэлхийн хүн амын 48.46 хувийг ухаалаг утас эзэмшдэг гэсэн үг юм. Нийтдээ ухаалаг болон энгийн утастай хүмүүсийн тоо 4.88 тэрбум бөгөөд дэлхийн хүн амын 62.24 хувийг бүрдүүлдэг (O'Dea, 2020). Хүн ам, орон сууцны 2020 оны тооллогоор Улаанбаатар хотын 6 болон түүнээс дээш насны хүн амын 91.2 хувь буюу 1136.6 мянган иргэн гар утас хэрэглэж байгаа ба нийт хүн амын 76.0 хувь буюу 946.7 мянган хүн интернет хэрэглэж байна (ХҮН АМ, ОРОН СУУЦНЫ 2020 ОНЫ УЛСЫН ЭЭЛЖИТ ТООЛЛОГЫН НИЙСЛЭЛИЙН НЭГДСЭН ДҮН /хураангуй/, 2020). QR код хамгийн түгээмэл ашиглагддаг монголын ebarimt систем нь 1'200'000 мянган гаруй хэрэглэгчтэй байна (Б.Биндэрьяа, 2018). Цаашилбал, QR кодыг Токио дахь тээврийн салбарт ашигладаг. Одоо байгаа судалгаануудын хувьд QR кодыг эрүүл мэндийн салбарт өргөн ашиглаж ирснийг харуулж байна. Банкны салбарт Ли ба бусад. (2010) нь аюулгүй байдал, аюулгүй байдлыг дээшлүүлж, онлайн банкны үйлчилгээ илүү найдвартай, аюулгүй, илүү тохиромжтой болсноор хэрэглэгчийн санхүүгийн сайжруулсан туршлагыг бий болгох зорилгоор гар утас, QR кодыг хослуулан онлайн банкны танилтын шинэ системийг санал болгох. Gartner-ийн тайланд дурдсанаар захиалга, төлбөр тооцоо, төлбөрийн үйлчилгээний 80% нь 2024 он гэхэд харилцах шаардлагагүй (contactless) болно (QrTiger, 2021). Энэхүү судалгаа нь QR кодыг ашигласнаас үүсэх үнэ цэнийн талаар хөгжиж буй болон хөгжсөн зах зээл дээрх хэрэглэгчдийн ойлголт хэрхэн ялгаатай байгааг харуулах судалгаа.

Монгол болон Япон улсыг харьцуулах болсон шалтгаанууд:

- (1) Монгол зэрэг Азийн хөгжиж буй орнуудын зах зээл (ЕАМ) сүлжээний бэлэн байдал, хамгийн сүүлийн үеийн технологийн хүртээмжээр Япон-оос доогуур байрт орсон байна. (Silja Baller, Soumitra Dutta, and Bruno Lanvin, 2016).
- (2) Хоёр улсын хоорондох соёлын эрс ялгаа. Япон гэх мэт монохроматик соёлууд товлосон цагтаа уулзалтыг эхлүүлж, дуусгах хандлагатай байдаг. Монгол гэх мэт полихроматик соёлтой орнууд уулзалтад оройтож магадгүй юм (Daniel Moritz Marutschke, Victor V. Kryssanov, Jesus Manuel Olivares Ceja, Patricia Brockmann, 2019). Нийт 8-н Хофстедийн хэмжээсээс харахад 5 буюу дийлэнх нь ялгаатай байгаа учраас соёлийн эрс ялгаа харагдаж байна.

Энэхүү судалгааны ажлын зорилго нь Монгол болон Япон гэсэн хоёр орны хэрэглэгчдийн QR код ашиглах зан төлөвийн ялгааг судлав. Энэ нь QR кодын үнэ цэнэ, цаашид ашиглах хүсэл эрмэлзлэл зэрэг чухал талуудыг тодорхойлоход чиглэгдсэн. Эдгээр орнуудын хэрэглэгчдийн харьцуулалт хэд хэдэн судалгаа, нөхцөл байдалд гарч ирсэн (жишээлбэл, Jung & Sung, 2008; Lim & Palacios Marques, 2011; Khan, Yoon, & Park, 2014). Энэхүү дипломын ажил нь QR кодын хүрээнд Монгол ба Япон улсын хэрэглэгчдийн хоорондын ялгавартай ойлголтыг судлахад чигдэгдсэн. Монгол болон Япон гэсэн хоёр орны хэрэглэгчдийн QR кодыг ашигласнаас үүсэх үнэ цэнийн талаар хэрэглэгчдийн ойлголт хэрхэн ялгаатай байгааг судлах. Хэрэглэгчийн хүлээгдэж буй үнэ цэнийг тодорхойлдог хүчин зүйл, үр дагаврыг ойлгох явдал юм. Энэхүү судалгаа нь QR кодын зан байдал, ашиглалт, хөгжлийн түвшинг судлах зорилгоор хоёр орны мэдээллийг цуглуулж, харьцуулах зорилготой. Сэдвийн хүрээнд онолын хүрээг тодорхойлсон судалгааг хийх: Онолын судалгаанд үндэслэн эмпирик судалгааг хийх; Судалгааны үр дүнд үндэслэн дүгнэлт, санал зөвлөмжийг боловсруулах; Цаашид энэ сэдвээр судлах судлаачдын хувьд хоёрдогч судалгааны эх үүсвэр болох зэрэг юм.

Нэгдүгээр бүлэгт онолын судалгаанд ашиглагдаж буй онолын тайлбарууд, хэрэглээ/жишээ, дэвшүүлсэн таамаглалууд багтсан болно. Хоёрдугаар бүлэгт судалгааны зорилго, зорилтууд, судалгааны дизайн боловсруулах /судалгаа хийх төлөвлөгөө гаргах/, өгөгдлийг шинжлэх зэрэг хэсгүүдээс бүрдсэн болно. Мөн дүгнэлт, санал зөвлөмж, номзүй, хавсралтаар дусаж байна.

Тоон судалгааны аргазүйг судалгаанд ашиглах ба санал асуулгаар загварыг боловсруулсан болно. Мөн анкетийг анх англи хэл дээр хийсэн үүнийг япон хэлний орчуулагч мэргэжилтэн япон хэл дээр хөрвүүлсэн болно. Шинжилгээний хэсэгт, судалгаанд оролцогчдын хувийн мэдээлэл, давтамж, судалгааны асуулгын найдвартай байдлын шинжилгээ, хүчин зүйлийн бүрдүүлэлт, корреляцийн шинжилгээ, регрессийн шинжилгээ хийсэн болно.

I БҮЛЭГ. ОНОЛЫН СУДАЛГАА

1.1 Хэрэглэгчийн хүлээгдэж буй үнэ цэн

🔍 Уйлчлүүлэгчдийн хувь хүний ойлголтоос хамаарч хэрэглэгчийн хүлээгдэж буй үнэ цэнийн талаархи дөрвөн тодорхойлолтыг санал болгож байна: (1) "Үнэ цэнэ нь хямд үнэ", (2) "Үнэ цэнэ нь тухайн бүтээгдэхүүнээс миний хүссэн зүйл юм", (3) "Үнэ цэнэ нь миний олж авсан чанар юм (төлсөн үнийн хувьд). "ба (4)" Үнэ цэнэ нь миний өгсөн зүйлээс олж авсан зүйл юм" (Zeithaml, 1988). Үнэт зүйлийн эдгээр дөрвөн илэрхийлэлийг дараахь өргөн хүрээнд батлагдсан тодорхойлолтод тусгасан болно: "Хүлээгдэж буй үнэ цэн нь хэрэглэгчийн хүлээн авсан ба өгсөн зүйлд үндэслэн бүтээгдэхүүний ашиг тусыг үнэлэх ерөнхий үнэлгээ юм" (Zeithaml, 1988). Хэрэглэгчийн үнэ цэнийн талаарх хожуу ойлголттой холбоотой Zeithaml (1988) нь үнэ цэнэ нь илүү өндөр түвшний (өөрөөр хэлбэл дээд эрэмбийн) хийсвэрлэл бөгөөд бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний (объектив) шинж чанарууд ба (субъектив) үр дүн эсвэл ойлголтын хооронд ялгааг мөн санал болгож байна (Zeithaml, 1988).

Зураг 1. 1 Хэрэглэгчийн хүлээгдэж буй үнэ цэн



Эх сурвалж: (Bhasin, 2021)

1.2 QR код

1.2.1 QR код гэж юу вэ?

🔍 'QR код' дахь 'Q' ба 'R' нь 'Quick Answer' гэсэн үгсийн эхний үсгээс авсан болно. QR код нь хоёр хэмжээст тэмдэг юм. QR код нь харилцаа холбооны хэрэгсэл бөгөөд дижитал технологи ба уламжлалт харилцаа холбооны хэрэгслийг холбох гүүрийг бий болгодог шинэ хэрэгсэл юм. QR код нь бүх өндөр хүчин чадалтай PDF417, өгөгдлийн матрицыг өндөр нягтралтай хэвлэх, тэдгээрийн шинж чанарт үндэслэсэн судалгаан дээр үндэслэн макси кодыг өндөр хурдтай унших боломжийг олгодог матрицын тэмдэг юм.

QR Code 'нь Японы Тоёота компанийн охин компани болох Дэнсо Вэйв корпорацийн олон улсад бүртгэгдсэн худалдааны тэмдэг юм. QR кодын алдартай болсон цаад бодит байдал бол QR кодын техникийн үзүүлэлтийг олон нийтэд зарлаж, ашиглах эрхийг хязгаарлаагүй явдал юм. (Denso Wave, 2013).

1.3 Япон улс дахь QR кодын хэрэглээ

QR 2020 оны 6-р сард явуулсан судалгаагаар Япон дахь судалгаанд оролцогчдын 93 орчим хувь нь QR кодын төлбөрийн үйлчилгээг мэддэг гэж хариулсан боловч оролцогчдын дөнгөж 48 орчим хувь нь төлбөрийн хэрэгсэл болгон ашиглах боломжтой гэж үзсэн байна. 34 орчим хувь нь одоо QR кодын төлбөрийн үйлчилгээг ашиглаж байна гэж хариулав (Statista, 2021). Гар утасны төлбөр тооцооны гол хэрэглэгчид нь залуу, дунд насныхан байна. Энэ үе нь ухаалаг гар утасны үйл ажиллагаа, програмд маш их дуртай бөгөөд Японд QR код ашиглаж болзошгүй хүн байх төлөвтэй байна.

Эдийн засаг, худалдаа, аж үйлдвэрийн яамнаас "бэлэн мөнгөгүй алсын хараа" -г боловсруулж, ирээдүйн бэлэн бус төлбөрийн харьцааны зорилтот хэмжээ 80% байх бөгөөд энэ нь дэлхийн хамгийн өндөр түвшин гэж мэдэгдэв. Өнөө үед хүмүүсийн анхаарлыг татаад байгаа QR кодын төлбөр харьцангуй хямд үнээр худалдан авах боломжтой гар утасны терминал ашиглах боломжтой тул дэлгүүр нэвтрүүлэхэд тулгарч буй саад бэрхшээлийг бууруулах төлөвтэй байна. Японд QR төлбөрийн янз бүрийн үйлчилгээнүүд аль хэдийн гарч ирсэн (Kaszas, 2019).

1.4 Монгол улс дахь QR кодын хэрэглээ

Хүн ам, орон сууцны 2020 оны улсын тооллогоор Улаанбаатар хотын 6, түүнээс дээш наасны хүн амын 91.2 хувь буюу 1136600 мянган иргэн гар утас хэрэглэж байгаа ба 2010 оны тооллогын үеэс 251.8 мянга хүнээр буюу 28.5 хувиар нэмэгджээ. Гар утас хэрэглэгчдийн 46.5 хувийг эрэгтэй, 53.5 хувийг эмэгтэйчүүд эзлэж байна (ХҮН АМ, ОРОН СУУЦНЫ 2020 ОНЫ УЛСЫН ЭЭЛЖИТ ТООЛЛОГЫН НИЙСЛЭЛИЙН НЭГДСЭН ДҮН /хураангуй/, 2020).

Монголын ebarimt систем 1,200,000 мянган гаруй хэрэглэгчтэй (Б.Биндэръяа, 2018).

1.5 Судлагдсан байдлын тойм

СУДАЛГАА № 1:

Судалгааны нэр, он: *Cross-Cultural Investigation of Consumer Perceived Value of Technology: A Study of Quick Respond (QR) Codes in Emerging and Developed Markets (Korea and US)*, (2018),

Судлаачийн нэр: Joonyong Park, Toulany Thavisay, Renee B. Kim

Судалгааны ажлын зорилго: Энэхүү судалгаа нь QR кодыг ашигласнаас үүсэх үнэ цэнийн талаар хөгжсиж буй болон хөгжссөн зах зээл дээр хэрэглэгчдийн ойлголт хэрхэн ялгаатай байгааг судлах.

Судалгааны ажлын арга зүй: Вэбэд сууринсан судалгааг боловсруулсан. Нийт 274 Америк, 239 Солонгосын хариуг авсан.

Судалгааны ажлын үр дүн: Бүтцийн загварчлалын үр дүнгээс харахад таамаглал дэвшүүлсэн замуудын талаар АНУ, Солонгосын загварын хооронд ялгаа байгааг харуулж байна. АНУ-ын түүвэрлэлтийн хувьд хүлээгдээж буй эрсдэл ба хүлээгдээж буй

Үнэ цэнийн хоорондын хамаарал нь ач холбогдолгүй, харин Солонгосын хэрэглэгчдэд чухал ач холбогдолтой болохыг тэмдэглэх нь зүйтэй.

1.6 Таамаглал

- Н1: Тав тухтай байдал нь QR кодын үнэлгээнд эерэгээр нөлөөлдөг.
- Н2: Таатай байдал нь QR кодын үнэлэмжид эерэгээр нөлөөлдөг.
- Н3: Нийцтэй байдал нь QR кодын үнэлгээнд эерэг нөлөө үзүүлдэг.
- Н4: Хүлээгдэж буй эрсдэл нь QR кодын үнэлэмжид сөргөөр нөлөөлдөг.
- Н5: QR кодын хүлээгдэж буй үнэ цэн үргэлжлүүлэн ашиглах хүсэл эрмэлзэлд сайнаар нөлөөлдөг.

II БҮЛЭГ. ШИНЖИЛГЭЭНИЙ ХЭСЭГ

2.1 Судалгааны зорилго

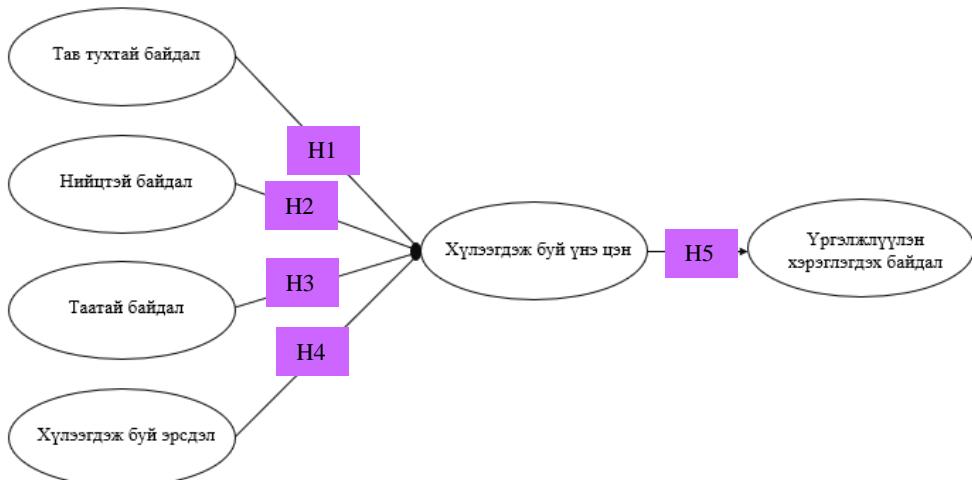
Энэхүү судалгааны зорилго нь QR код ашиглаж байсан туршлагатай хэрэглэгчдээс мэдээлэл цуглуулах зорилгоор Монгол болон Япон гэсэн хоёр орны хэрэглэгчдийн QR кодыг ашигласнаас үүсэх үнэ цэнийн талаар хэрэглэгчдийн ойлголт хэрхэн ялгаатай байгааг судлах зорилготой юм. Тоон судалгааны аргазүйг судалгаанд ашиглах ба санал асуулгаар загварыг боловсруулсан болно. Мөн анкетийг анх англи хэл дээр хийсэн үүнийг япон хэлний орчуулагч мэргэжилтэн япон хэл дээр хөрвүүлсэн болно.

2.2 Судалгааны аргазүй

Энэ судалгааны хүрээнд QR код ба түүнийг тодорхойлох хүчин зүйлсийн хэрэглэгчийн хүлээгдэж буй үнэ цэнийг маркетинг, технологийг нэвтрүүлэхтэй холбоотой холбогдох ном зохиолуудыг судалж тодорхойлж, үзэл баримтлалыг боловсруулсан болно. Зураг 2.1-т үзүүлсний дагуу энэхүү судалгааны загвар нь QR кодын хүлээн зөвшөөрөгдсөн үнэ цэнийг тодорхойлох хүчин зүйл гэдэг ойлголттой дөрвөн бүрэлдэхүүн хэсгийг багтаасан болно. QR код ашиглаж байсан туршлагатай хэрэглэгчдээс мэдээлэл цуглуулах зорилгоор онлайн суурилсан судалгааг боловсруулсан. Мэдээлэл цуглуулах ажлыг Монгол болон Япон улсуудад тус тус хийсэн.

Энэхүү судалгааны загварт үндэслэн нийт судалгааны асуулгыг 6 хүчин зүйл, 21 хувьсагчтай байхаар авч үзэв.

Зураг 2. 1 Судалгааны загвар



Эх сурвалж: (Joonyong Park, 2018)

2.2.1 Асуулгын түүвэр бүрдүүлэлт

Судалгааны эх олонлог нь Монгол улс болон Япон улсын ухаалаг гар утас хэрэглэдэг хүмүүсээс авах болно.

Асуулгын судалгааны эх олонлогийн хэмжээ:

Зураг 2. 2 Судалгааны эх олонлогийн хэмжээ

Sample size: **385**

This means 385 or more measurements/surveys are needed to have a confidence level of 95% that the real value is within $\pm 5\%$ of the measured/surveyed value.

Confidence Level:	<input type="text" value="95%"/>
Margin of Error:	<input type="text" value="5%"/>
Population Proportion:	<input type="text" value="50%"/> Use 50% if not sure
Population Size:	<input type="text" value="101615000"/> Leave blank if unlimited population size.
<input style="background-color: #4CAF50; color: white; padding: 5px; margin-right: 10px; border-radius: 5px; font-weight: bold; font-size: 10px; border: none;" type="button" value="Calculate"/> <input style="background-color: #D9E1F2; border: none; border-radius: 5px; font-size: 10px; padding: 5px;" type="button" value="Clear"/>	

(calculator.net, 2021)

- 95 хувийн итгэх түвшинтэй
- 5% алдааны хязгаар
- Эх олонлогийг төлөөлөх хүн амын хэмжээний хувьд (МУ-ын ухаалаг гар утас хэрэглэгч 1'650'000, Япон ухаалаг гар утас хэрэглэгч 100'000'000)

2.3 Шинжилгээний үр дүн

Монгол улсаас 252, Япон улсаас 209 хариулт авсан болно. Монгол улсын оролцогчдын дийлэнх нь 30-39 насныхан байсан бөгөөд тэдний 54.4 хувь нь эрэгтэй, 45.6 хувь нь эмэгтэйчүүд байв. Япон улсын оролцогчдын дийлэнх нь 30-39 насныхан байсан бөгөөд тэдний 50.7 хувь нь эрэгтэй, 49.3 хувь нь эмэгтэйчүүд байв. Япон улсын оролцогчдын дунд судалгаанд хамрагдсан эрэгтэй, эмэгтэй хүмүүсийн тоо бараг тэнцүү байсан бөгөөд оролцогчдын дийлэнх нь мөн ихэнх нь бакалаврын зэрэгтэй 30-39 насныхан байв. Ихэнх монгол судалгаанд хамрагдсан хүмүүс хувиараа бизнес эрхэлдэг 500'000-1'500'000₮ сарын дундаж орлоготой хүмүүс байна. Харин ихэнх японд

судалгаанд хамрагдсан хүмүүс төрийн бус байгууллагад ажилладаг сарын дундаж орлоготой хүмүүс байна.

Монгол улсын хувьд QR кодыг И-баримт уншуулах болон төлбөрийн үйлчилгээ хийх зорилгоор ашигладаг бол япон улсын хувьд тээврийн үйлчилгээнд хяналт хийх дэлгэрэнгүй мэдээлэл авах; үйлдвэрлэлийн явцад хяналт хийх үед болон сонирхсон мэдээллийн дэлгэрэнгүй мэдээллийг авах зорилгоор ашиглаж байна.

QR кодоор дамжуулан судалгаанд оролцсон монгол хүмүүс вебсайт дээрх нэмэлт мэдээллийн авах линк, барааны тасалбар авах линк мөн санхүүгийн гүйлгээний линкээр нэвтрэдэг бол япон хүмүүсийн хувьд тэмцээнд оролцох линк, веб тоглоом контент руу нэвтрэх холбоосоор нэвтрэч байна.

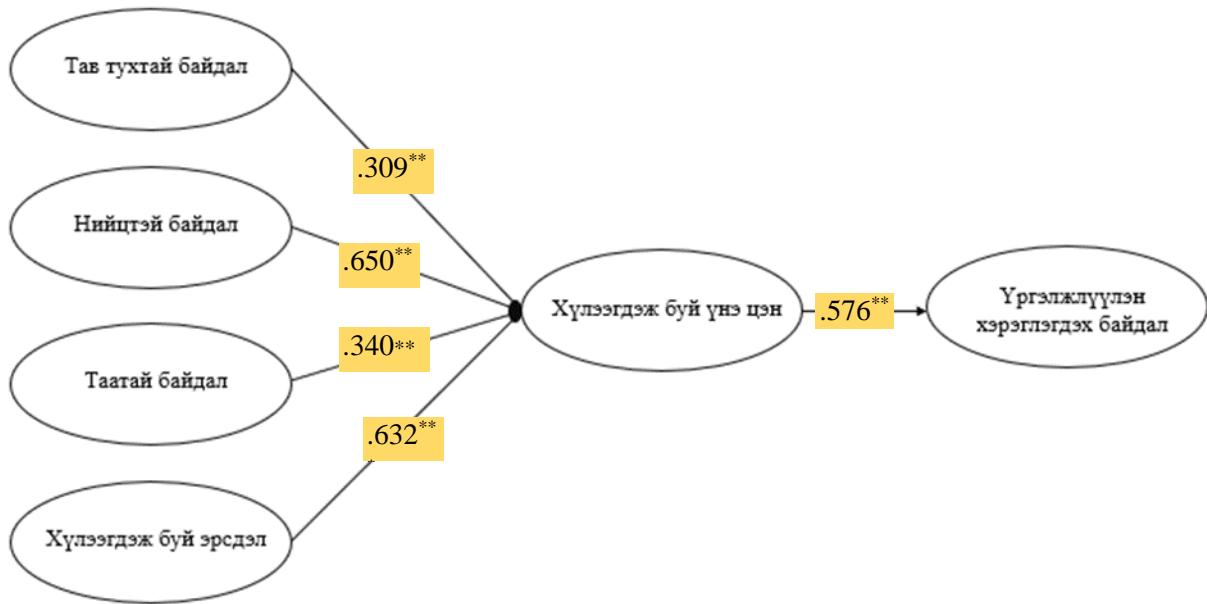
Монгол улс хувьд апликацийн, вебсайт дээрээс QR кодыг сканнердаж байна. Япон улсын хувьд вебсайт дээрээс, апликацийн, бүтээгдэхүүний сав баглаа боодол дээрээс QR кодыг сканнердаж байна.

Судалгаанд оролцсон монгол хүмүүс ихэвчлэн QR кодыг дэлгүүрт эсвэл супермаркет дотор, ресторанд ихэвчлэн скан хийдэг бол япон хүмүүс гудамжинд, нийтийн тээвэр дотор, ресторанд мөн дэлгүүр эсвэл супермаркет дотор.

Cronbach-ийн альфа тестийн бүх утга нь 0.70-аас 0.95 хооронд хэлбэлзэж байгаа нь бүх хүчин зүйлүүд хүлээн зөвшөөрөгдөхүйц утгатай болохыг харуулж байна.

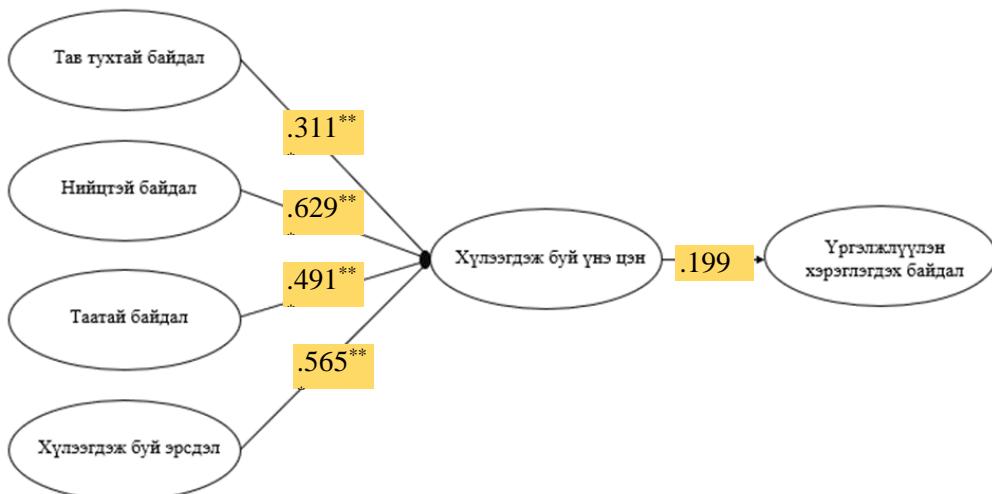
Хүчин зүйлийн шинжилгээ хийхэд КМО коэффицент 0.7-аас дээш, мөн ач холбогдлын зэрэг нь 0.05-аас бага байсан тул статистик ач холбогдолтой гэж үзэв (Монгол). Нийт 22 хүчин зүйл нь 6 факторт хуваагдсан байна. Факторлогдохгүй байсан зарим хүчин зүйлсийг шинжилгээний явцад хассан болно (Монгол). Хүчин зүйлийн шинжилгээ хийхэд КМО коэффицент 0.7-аас дээш, мөн ач холбогдлын зэрэг нь 0.05-аас бага байсан тул статистик ач холбогдолтой гэж үзэв (Япон). Нийт 16 хүчин зүйл нь 6 факторт хуваагдсан байна. Факторлогдохгүй байсан зарим хүчин зүйлсийг шинжилгээний явцад хассан болно (Япон). Хамаарлын хүч нь 0-0.5 хооронд бол сул хамааралтай, 0.5-0.75 бол мэдэгдэхүйц хамааралтай, 0.75-0.90 бол нягт хамааралтай, 0.90-1.0 бол хүчтэй хамааралтай. Корреляцийн коэффициентийг доорх хүснэгтэд харуулав.

Зураг 2. 3 Судалгааны загвар (Монгол)



Судалгааны загварчлалын үр дүнгээс харахад бүх хүчин зүйл ач холбогдолтой гарсан боловч тэр дундаа илүү ач холбогдолтой нь нийцтэй байдал, хүлээгдэж буй эрсдэл нь QR кодыг ашиглах хүлээгдэж буй үнэ цэнийн хувьд хэрэглэгчдэд эерэгээр нөлөөлж мөн цаашлан үргэлжлүүлэн хэрэглэх байдалд давхар эерэгээр нөлөөлдөг болохыг харуулж байна. Энэ нь шинэ технологи нь хэрэглэгчдийн өдөр тутмын амьдрал дахь хэрэглээний туршлагыг сайжруулах практик, үйл ажиллагааны шинж чанарыг агуулсан болохыг харуулж байна. Бусад хүчин зүйл нь хоорондоо эерэг сүл хамааралтай байна. Хамаарлын хүч нь 0-0.5 хооронд бол сүл хамааралтай, 0.5-0.75 бол мэдэгдэхүйц хамааралтай, 0.75-0.90 бол нягт хамааралтай, 0.90-1.0 бол хүчтэй хамааралтай. Корреляцийн коэффициентийг доорх хүснэгтэд харуулав.

Зураг 2. 4 Судалгааны загвар (Япон)



Судалгааны загварчлалын үр дүнгээс харахад бүх хүчин зүйл ач холбогдолтой гарсан боловч тэр дундаа илүү ач холбогдолтой нь нийцтэй байдал, хүлээгдэж буй эрсдэл нь QR кодыг ашиглах хүлээгдэж буй үнэ цэнийн хувьд хэрэглэгчдэд эерэгээр нөлөөлж байна. Харин QR кодыг хүлээгдэж буй үнэ цэнийн хувьд хэрэглэгчид үргэлжлүүлэн

хэрэглэх байдалд ач холбогдолгүй гарч ирсэн байна. Энэ нь соёлын ялгаа, хуваарилалтын сувгийн онцлог мөн тухай улсын хүн амын наслалтын бүтэц буюу ахмад/хөгшин хүмүүс давамгайлдаг ба ихэнх жижиглэнгийн худалдааны газруудыг буюу том-пор дэлгүүрүүдийг ахмад хүмүүс ажиллуулдаг учраас ихэнх хэрэглэгчид үүний бүтцийг дагаж байна. Бусад хүчин зүйл нь хоорондоо эерэг сүл хамааралтай байна.

Регрессийн шинжилгээг хүлээгдэж буй үнэ цэнэд хамаарах хувьсагч, тав тухтай байдал, нийцтэй байдал, таатай байдал, хүлээгдэж буй эрсдэл, үргэлжлүүлэн хэрэглэх байдал гэсэн 5 үл хамаарах хувьсагчтайгаар хийхэд R квадрат нь 0.605 гарсан нь хөтөлбөрийн үнэнч байдлыг дээрх хүчин зүйл нь 60 хувьтай тайлбарлаж байна. Тав тухтай байдал болон таатай байдлын параметрийн ач холбогдлын зэрэг нь 0.05-аас их учир нөлөөлөл байхгүй байна. Нийцтэй байдал, хүлээгдэж буй эрсдэл болон үргэлжлүүлэн хэрэглэх байдал нь 0.05-аас бага тул хүлээгдэж буй үнэ цэнэд нөлөөлөх нөлөөллийн тэгшитгэлийг дараах байдлаар гаргав (Монгол).

$$\text{Хүлээгдэж буй үнэ цэн} = 0.322 * \text{Compatibility} + 0.319 * \text{PerceivedRisk} + 0.206 * \text{ContinuedUseofIntention} - 0.176$$

Регрессийн шинжилгээний үр дүнд дараах таамаглалуудыг дэмжлээ:

- H1: Тав тухтай байдал нь QR кодын үнэлгээнд эерэгээр нөлөөлдөг.
- H2: Таатай байдал нь QR кодын үнэлэмжид эерэгээр нөлөөлдөг.
- H3: Нийцтэй байдал нь QR кодын үнэлгээнд эерэг нөлөө үзүүлдэг.
- H4: Хүлээгдэж буй эрсдэл нь QR кодын үнэлэмжид сөргөөр нөлөөлдөг.
- H5: QR кодын хүлээгдэж буй үнэ цэн үргэлжлүүлэн ашиглах хүсэл эрмэлзэлд сайнаар нөлөөлдөг.

Регрессийн шинжилгээг хүлээгдэж буй үнэ цэнэд хамаарах хувьсагч, тав тухтай байдал, нийцтэй байдал, таатай байдал, хүлээгдэж буй эрсдэл, үргэлжлүүлэн хэрэглэх байдал гэсэн 5 үл хамаарах хувьсагчтайгаар хийхэд R квадрат нь 0.552 гарсан нь хөтөлбөрийн үнэнч байдлыг дээрх хүчин зүйл нь 50 хувьтай тайлбарлаж байна. Тав тухтай байдал болон үргэлжлүүлэн хэрэглэх байдлын параметрийн ач холбогдлын зэрэг нь 0.05-аас их учир нөлөөлөл байхгүй байна. Нийцтэй байдал, хүлээгдэж буй эрсдэл болон таатай байдал нь 0.05-аас бага тул хүлээгдэж буй үнэ цэнэд нөлөөлөх нөлөөллийн тэгшитгэлийг дараах байдлаар гаргав (Япон).

$$\text{Хүлээгдэж буй үнэ цэн} = 0.546 * \text{Compatibility} + 0.267 * \text{Pleasure} + 0.487 * \text{PerceivedRisk} - 0.392$$

Регрессийн шинжилгээний үр дүнд дараах таамаглалуудыг дэмжлээ:

- H1: Тав тухтай байдал нь QR кодын үнэлгээнд эерэгээр нөлөөлдөг.
- H2: Таатай байдал нь QR кодын үнэлэмжид эерэгээр нөлөөлдөг.
- H3: Нийцтэй байдал нь QR кодын үнэлгээнд эерэг нөлөө үзүүлдэг.
- H4: Хүлээгдэж буй эрсдэл нь QR кодын үнэлэмжид сөргөөр нөлөөлдөг.

Регрессийн шинжилгээний үр дүнд дараах таамаглалуудыг няцаалаа:

- H5: QR кодын хүлээгдэж буй үнэ цэн үргэлжлүүлэн ашиглах хүсэл эрмэлзэлд сайнаар нөлөөлдөг.

Монгол ба Япон улсын хэмжээсүүдийн дундаж онооны тооцоолсон статистик мэдээллийг харуулав. Ерөнхийдөө монгол хэрэглэгчид QR кодын талаарх ойлголтыг япон хариулагчдаас өндөр түвшинд байлгах хандлагатай байдаг.

ДҮГНЭЛТ

Энэхүү судалгааны зорилго нь Монгол болон Япон гэсэн хоёр орны хэрэглэгчдийн QR код ашиглах зан төлөвийн ялгааг судлан, энэ нь QR кодын үнэ цэнэ, цаашид ашиглах хүсэл эрмэлзлэл зэрэг чухал талуудыг тодорхойлоход чиглэгдсэн. Дээрх зорилгын хүрээнд онолын судалгаа болон судлагдсан байдлын тоймын судалгаа хийж өөрийн судалгааны ажлын загварыг боловсруулсан болно. Хоёр улсын QR код талаар хэрэглэгчдээс мэдээлэл цуглуулах зорилгоор google form боловсруулж нийт 461 судалгаанд оролцогч хамрагдсаны монголоос 252 хүн, 209 япон хүмүүс оролцсон байна. Мөн дийлэнх оролцогчид 30-49 насныхан байв.

QR кодын хувьд хоёр улсын хэрэглэгч хоёулаа хүлээгдэж буй эрсдэл, нийцтэй байдлын нөлөөнд автаж үүнийг өндөр ашиглах хандлагатай байдаг. QR кодыг ашиглах нь индивидуализмыг өндөр үнэлдэг хоёр орны хэрэгцээ, туршлага, утастай илүү нийцдэг байж болох юм.

Таатай байдал нь хүний уйтгар гуниг, аз жаргал эсвэл аз жаргалгүй байдал, баяр баясгалан гэх мэт сэтгэлийн хөдлөлийг авч үздэг тул таатай байдал ба хүлээгдэж буй үнэ цэнийн хоорондын хамаарал нь ач холбогдолгүй байна. Тодорхой нөхцөл гар утасны тусламжтайгаар QR кодыг сканнердах нь системийн доголдол эсвэл холболт тасарснаас болж сайн ажиллахгүй байж магадгүй юм. Оролцогчид QR кодын талаархи туршлага дээрээ үндэслэн хариултаа өгсөн тул энэхүү үр дүн нь урьд өмне ийм нөхцөл байдалтай тулгарч байсан эдгээр хэрэглэгчидэд хамаарах бөгөөд тэд QR код ашиглах бүртээ ажаргалтай байж чадна гэдэгт итгэхгүй байж магадгүй юм.

Монгол улсын хувьд бизнес эрхлэгчид QR кодыг цар тахалтай холбогдуулан өмнөхөөсөө илүү их ашиглаж байгаа тул хэрэглэгчид ашиглах байдал үүнийгээ дагаад маш өндөр байна. Харин Япон улсын хувьд бизнесийн зарим нэг салбараас илүү түлхүү үйлдвэрлэлийн салбар, барилгын салбар, эрүүл мэндийн салбар болон тээврийн салбарт салбар байгууллагууд ашиглах байдал маш өндөр байна.

Судалгаанаас хамгийн чухал дурдах ёстой хэсэг болох хүлээгдэж буй үнэ цэнэ болон үргэлжлүүлэн ашиглах байдлын харилцан хамаарал нь Японы хэрэглэгчийн хувьд ач холбогдолгүй, харин Монголын хэрэглэгчдэд чухал ач холбогдолтой болохыг тэмдэглэх нь зүйтэй. Яагаад япон хэрэглэгчдийн хувьд үргэлжлүүлэн ашиглах байдал нь ач холбогдолгүй гарч ирснийг дараах байдлаар тайлбарлав.

Ахмад настны тэтгэвэр авагчдын зэрэг нэмэгдэж байгаа нь өөрчлөлтийг эсэргүүцэж байгаа бөгөөд ингэснээр Япон улс гар утасны програмын төлбөр, цахим мөнгөний талаар үе тэнгийнхнээсээ илүү хоцорч магадгүй юм.

Токио нь 2025 он гэхэд бэлэн бус төлбөр тооцооны харьцааг хоёр дахин нэмэгдүүлж 40% болгож, эцэст нь хөдөлмөрийн бүтээмжийг нэмэгдүүлэх зорилгоор 80% болгохыг хүсч байна. Япон бусад орнуудтай харьцуулахад цайвар байна - Өмнөд Солонгост хийсэн гүйлгээний 96%, Хятадад хийсэн 66% нь бэлэн мөнгөгүй байна гэж салбарын лобби төлбөр тооцоо Японы нийгэмлэгийн мэдээллээс харж болно (Tetsushi Kajimoto, Izumi Nakagawa, 2019). Японы өрхүүд хөрөнгийнхөө талаас илүү хувийг бэлэн мөнгө,

хадгаламжинд хадгалдаг. Ахмад настнуудын хувьд энэ хувь хэмжээ нэмэгдэж, зарим нь үрэлгэн зардлаас урьдчилан сэргийлэх арга зам болох бэлэн мөнгөний баримталдаг. "Би бэлэн мөнгөгүй байх сонирхолгүй байна. Гар утсаа алдсан тохиолдолд би үүнд эвгүй санагдаж байна. Хэтэвчнээсээ мөнгө гаргахтай харьцуулахад би хичнээн их мөнгө зарцуулсан нь тодорхойгүй байна".

Олон жижиг бизнес эрхлэгчид мөнгөө бэлэн бус төлбөр тооцоонд шилжүүлэх гэж байгаа ч үүнийг хийх нь бага ашиг олж байгаа юм. Mom-and-pop дэлгүүрүүд үйл ажиллагаага явуулахын тулд өдөр тутмын бэлэн мөнгөний орлогод найддаг тул авлагаас хэт хамааралтай байж чадахгүй гэж Японы супермаркетуудын салбарын лобби дарга Юкио Кавано хэлэв (Tetsushi Kajimoto, Izumi Nakagawa, 2019). Машин нэвтрүүлэх зардал, гүйлгээний өндөр төлбөр зэргээс шалтгаалан бэлэн бус төлбөр тооцоонд татаас авах боломжтой гэж үзсэн 2 сая орчим жижиг пүүсийн талаас бага хувь нь засгийн газрын кампанит ажилд бүртгэгдсэн байна (Tetsushi Kajimoto, Izumi Nakagawa, 2019).

Гэмт хэргийн гаралтын түвшин, хэт бага хүү, улс даяар ATM-ын сүлжээ бий болсон нь Японд бэлэн мөнгө татах сонирхолтой болоод удаж байгаа нь хүмүүст бэлэн бус төлбөр тооцоонд шилжих цөөн хөшүүргийг өгч байна. Гэсэн хэдий ч арилжааны банкууд ATM-аа нэгтгэж, хэрэглэгчдийн бэлэн мөнгө авах боломжийг бууруулснаар энэ хандлага аажмаар өөрчлөгдөж магадгүй юм.

Хүн амын бараг гуравны нэгийг эзэлдэг ахмад настнуудыг дадал зуршлаа өөрчлөхөд нь итгүүлэх нь тийм ч хялбар биш юм. Токио хотын Янака Гинза хотын хөл хөдөлгөөн ихтэй худалдааны дүүрэгт олон жижиг дэлгүүрүүд бэлэн мөнгөгүй гүйлгээг хүлээн аваагүй байна.

Жижиг цэцгийн дэлгүүрийн эзэн, 70 настай Мицуо Котаке гурван сарын өмнөөс PayPay-г санал болгож эхэлсэн гэж хэлэв. Гэхдээ пин код оруулах, програм тохишуулах нь түүний үйлчлүүлэгчдийн хувьд дэндүү ойлгомжгүй зүйл бөгөөд ихэнх нь ахмад настнууд хайртай хүмүүсийнхээ булшинд цэцэг авахаар ирж байна гэж тэр нэмж хэлэв. "Залуучуудад ашиглахад хялбар байдаг, гэхдээ хөгшин хүмүүс үүнийг мэддэггүй" гэж тэр хэлэв. "Би өөрөө бэлэн мөнгө хэрэглэдэггүй. Бэлэн мөнгө хамгийн хурдан байдаг" (Tetsushi Kajimoto, Izumi Nakagawa, 2019).

Япон улс хүн амын хөгшрөлттэй тулгарч байгаа бөгөөд 65 ба түүнээс дээш насны иргэдийн дерөвний нэгээс илүү хувь нь амьдарч байна. Энэ нь 2055 он гэхэд 40% болж, хүн ам нь одоогийн 127 саяас 90 сая болж буурах төлөвтэй байна (BBC, 2016).

Үүний үр дүнд харилцан адилгүй хоёр улсын хувьд соёлын ялгааны ач холбогдлыг тодруулж сонирхол, сонголт нь харилцан адилгүй байна. Иймээс QR кодын хэрэглэгчийн хүлээгдэж буй үнэ цэнийн үргэлжлүүлэн хэрэглэх байдлын зорилгод үзүүлэх нөлөө нь ийм итгэл үнэмшилүүдээс шалтгаалан өөр өөр байна.

САНАЛ ЗӨВЛӨМЖ

Судалгааны үр дүнд үндэслэн QR кодыг ашиглах, хэрэгжүүлэх байгууллагуудад зориулан дараах байдлаар боловсруулав.

Судалгааны үр дүнгээс харахад QR систем нь хурдан уншигдах чадвартай, хадгалах багтаамж сайтай тул япон улсад зөвхөн хэрэглэгч скан хийхээс илүүтэй бусад салбар, байгууллагууд (үйлдвэрлэлийн салбар, барилгын салбар, боловсролын салбар, тээврийн салбар г.м) QR кодыг хэрэглэгчээс илүүтэй идэвхтэй ашиглаж байна.

Барилгын салбар дахь qr код хэрэглээ:

- Зураг төсөл дээр суулгасан qr код

Зураг 2. 5 Шаардлагатай холбоо барих мэдээллийг өгөх



Эх суралж: (nerdonsite, 2020)

- Шаардлагатай эд анги, багаж хэрэгсэл байгаа эсэхийг баталгаажуулах
- Үйлдвэр дээр ирсэн эд зүйлсийн байршил, тоо хэмжээг зохицуулах
- Хадгалах тавиур дээрх материалын зургийг камераар авах
- Эд анги, багаж хэрэгсэл байх ёстой газраа байгаа эсэхийг шалгах

Зураг 2. 6 Ирэх / бараа материал / ачилтын менежмент



Эх суралж: (skylogiq, n.d.)

Үйлдвэрлэлийн салбар дахь qr код хэрэглээ:

- Тоног төхөөрөмжийн засвар үйлчилгээг хянах
- Үйлдвэрлэлийн салбар дахь ажиллах хүчийг хянах
- Мэдээлэл цуглуулах зорилгоор онлайн маягт үүсгэж, маягт бүрийг зөв процессын алхам хавсаргах.
- Төсөл/ажлын захиалга бүрийг QR кодоор тодорхойлно. Ажилтан QR кодыг смартфон ашиглан сканнердаж мэдээлэл авах боломжтой.

Тээврийн салбар дахь qr код хэрэглээ:

- Суудлын болон төлбөрийг хурдан хийх

- QR код нь зорчигчдод автобус, гатлага онгоцны тийзийг хурдан худалдан авахад тусалдаг.
- Тээврийн хуваарийг хянах
- Тээвэрлэлт, бараа материалыг хянах зорилгоор
- Тээврийн хэрэгслийг амархан түрээслэх

Зураг 2. 7 Тээвэр дэх QR кодууд



Эх сурвалж: (scanova, 2020)

Эрүүл мэндийн салбарын qr код хэрэглээ:

- Өвчтөний мэдээллийг агуулсан QR код
- Өвчтөн оношилгооны шалтгааныг олж мэдэхийн тулд кодыг сканнердаж, бэлтгэлтэй ирдэг.

НОМЗҮЙ

- 1212.mn. (2019). 1212.mn: https://www.1212.mn/tables.aspx?tbl_id=DT_NS0_0300_071V3&Group_select_all=0&GroupSingleSelect=_1&Sex_select_all=0&SexSingleSelect=_1&YearY_select_all=0&YearYSingleSelect=_2019&viewtype=linechart-ээс Гаргасан
- (2021). QrTiger: <https://www.qrcode-tiger.com/qr-code-statistics>-ээс Гаргасан
- Ahmet Bulent Ozturk, A. B. (2015). What keeps the mobile hotel booking users loyal? Investigating the roles of self-efficacy, compatibility, perceived ease of use, and perceived convenience. *International Journal of Information Management*, 8.
- Ahmet Bulent Ozturk, A. B. (2016). What keeps the mobile hotel booking users loyal? Investigating the roles of self-efficacy, compatibility, perceived ease of use, and perceived convenience. *International Journal of Information Management*, 6.
- BBC. (2016 оны December 8). BBC: <https://www.bbc.com/news/world-asia-38247437>-ээс Гаргасан
- calculator.net. (2021). calculator.net: <https://www.calculator.net/sample-size-calculator.html?type=1&cl=95&ci=5&pp=50&ps=101136600&x=104&y=16>-ээс Гаргасан
- Chang, P. (2010). Drivers and moderators of consumer behaviour in the multiple use of mobile phones. . *International Journal Mobile Communications* , 88-105.
- Chen, L. G. (2002). Enticing online consumers: an extended technology acceptance perspective. *Information & Management*, 705-719.
- Daniel Moritz Marutschke, Victor V. Kryssanov, Jesus Manuel Olivares Ceja, Patricia Brockmann. (2019). Virtual, Distributed Courses to Teach Global Software Engineering: A Cultural Contrast of Germany, Japan, Mexico, and Mongolia. *Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences*, 7739-7747.
- Demir, S., Kaynak, R., & Demir, K. A. (2015). *Usage level and future intent of use of quick response (QR)*. Turkey: Procedia - Social and Behavioral.
- Denso-wave. (2014). QRcode.com: <https://www.qrcode.com/en/about/>-ээс Гаргасан
- G. Hofstede, G. J. Hofstede, and M. Minkov. (2010). Cultures and Organizations: Software of the Mind. *3rd Edition McGraw-Hill*, 7739-7747.
- Hedge, A. (2021 оны February 21). About us: MobStac. beaconstac: <https://blog.beaconstac.com/2019/12/qr-code-statistics>-ээс Гаргасан
- humblebunny. (2021). humblebunny: <https://www.humblebunny.com/japans-top-social-media-networks>-ээс Гаргасан
- Japantoday. (2019 оны february 6). Japantoday: <https://japantoday.com/category/tech/japanese-mobile-pay-service-paypay-offers-new-easy-to-use-cashless-payment-system>-ээс Гаргасан
- Jasperson, J. C. (2005). A Comprehensive Conceptualization of the Post-Adoptive Behaviors Associated with IT-Enabled Work Systems. *MIS Quarterly*, 525-557.
- Jiang, L. Y. (2013). Measuring consumer perceptions of online shopping convenience. *Journal of Service Management*, 191-214.

- Joonyong Park, T. T. (2018). *Cross-Cultural Investigation of Consumer Perceived Value of Technology: A Study of Quick Respond (QR) Codes in Emerging and Developed Markets (Korea and US)*. Korea: Korean Social Science Research Council.
- Menon, S. K. (2002). Cross-category effects of induced arousal and pleasure on the internet shopping experience. *J.Retail*, 31-40.
- nerdonsite. (2020). nerdonsite: <https://www.nerdonsite.com/blog/qr-codes-in-construction-industry/>-ээс Гаргасан
- Nikkei Asia. (2018 оны December 18). Nikkei Asia: <https://asia.nikkei.com/Economy/Alipay-out-from-Japan-s-cashless-rebate-program>-ээс Гаргасан
- O'Dea, S. (2020 оны 12 10). Statista: <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>-ээс Гаргасан
- Sukati, I. (2018). A Review: Customer Perceived Value and its Dimension. *ResearchGate*, 154-158.
- Techforkorea. (2018). Techforkorea: <http://www.techforkorea.com/2018/08/10/line-and-owin-sign-collaboration-agreement-to-expand-mobile-payments-in-japan/>-ээс Гаргасан
- Tetsushi Kajimoto, Izumi Nakagawa. (2019 оны November 5). reuters. reuters: <https://www.reuters.com/article/uk-japan-economy-cashless/japan-wants-to-go-cashless-but-elderly-arent-so-keen-idINKBN1XF0C9?edition-redirect=in>-ээс Гаргасан
- Б.Биндэрьяа. (2018 оны 6 4). Б.Биндэрьяа: Бэлэн бусаар тооцоо хийхэд НӨАТ-ын баримт автоматаар бүртгэгддэг болж байгаа.
- Дэвтэр, М. (2020 оны april 20). facebook. facebook: <https://hr-hr.facebook.com/MedlegteiDevter/posts/3037820262939997>-ээс Гаргасан
- (2020). *ХҮН АМ, ОРОН СУУЦНЫ 2020 ОНЫ УЛСЫН ЭЭЛЖИТ ТООЛЛОГЫН НИЙСЛЭЛИЙН НЭГДСЭН ДҮН /хураангуй/. Улаанбаатар.*

ХАВСРАЛТ

Хавсралт 1 Судалгааны асуулгын анкет

Монгол судалгаа:

Таньд энэ өдрийн мэнд хүргэе!!!

Энэхүү судалгаа нь QR код ашиглаж байсан туршлагатай хэрэглэгчдээс мэдээлэл цуглуулах зорилгоор Монгол болон Япон гэсэн хоёр орны хэрэглэгчдийн QR кодыг ашигласнаас үүсэх үнэ цэнийн талаар хэрэглэгчдийн ойлголт хэрхэн ялгаатай байгааг судлах зорилготой юм.

Энэхүү судалгааны ажил нь СЭЗИС-ийн бакалаврын зэрэг горилсон дипломын ажлын судалгаа бөгөөд судалгаанд оролцогчдын хувийн мэдээллийн нууцыг чандлан нууцлах болно.

Судалгаанд үнэтэй цаг заваа зориулан оролцсон таньд **БАЯРЛАЛАА**.

ХЭСЭГ 1. QR КОДЫН ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ХЭРЭГЛЭЭГ ТОДОРХОЙЛОХ

1. Та ихэвчлэн QR кодыг ямар зорилгоор ашигладаг вэ?

E-Barimt уншуулах үед

Төлбөрийн үйлчилгээ хийх үед

Бараа бүтээгдэхүүний дэлгэрэнгүй мэдээллийг авах үед

Сонирхсон мэдээллийн дэлгэрэнгүйг авах үед

Байгууллага, хувь хүний дэлгэрэнгүй мэдээллийг авах үед

Үйлдвэрлэлийн үйл явцад хяналт хийх үед

Тээврийн үйлчилгээнд хяналт хийх, дэлгэрэнгүй мэдээллийг авах үед

Маркетингийн хэрэгсэл болгон ашиглах үед

Бусад

2. Та QR кodoор дамжуулан ямар төрлийн контентэд нэвтэрсэн бэ?

Вебсайт дээрх нэмэлт мэдээллийг авах линк

Сурталчилгааны талаарх нэмэлт материалын линк

Барааны тасалбар худалдаж авах линк

Тэмцээнд оролцох линк

Вэб, тоглоомын контент руу нэвтрэх холбоос

Санхүүгийн гүйлгээний линк

Хөнгөлөлтийн эрхийн бичгийн холбоос

Бусад

3. Та дараах зүйлсийн аль дээр нь QR кодыг сканирдэж байсан бэ?

Вебсайт дээрээс

Бүтээгдэхүүний сав баглаа боодол дээрээс

Сурталчилгааны хуудас эсвэл брошур дээрээс

Сонин эсвэл сэтгүүлийн сурталчилгаа нь дээрээс

Эрхийн бичиг дээрээс

Аппликэйшин дээрээс

Гадна сурталчилгаа эсвэл зурагт хуудаснаас

Бусад

4. Та QR кодыг сканнердахдаа хаана байсан бэ?

Гэртээ

Ажил дээрээ

Гудамжинд

Нийтийн тээвэр дотор

Дэлгүүр эсвэл супермаркет дотор

Ресторанд

Бусад

ХЭСЭГ 2. QR КОДЫН ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ХЭРЭГЛЭЭНИЙ ҮНЭ ЦЭНИЙН ТАЛААРХ ОЙЛГОЛТЫГ ТОДОРХОЙЛОХ

5. Та өөрийн тав тухтай байдалтай холбоотой өгүүлбэрүүдийг уншаад хэр санал нийлж байгаагаа 1-5 хүртэлх оноогоор үнэлнэ үү? /1-огт санал нийлэхгүй, 5-бүрэн санал нийлнэ/

QR кодын тав тухтай байдал	1	2	3	4	5
QR кодыг ашиглах нь надад хялбар байдаг.					
Би хаана ч байсан утсаа ашиглан QR кодыг уншуулж чадна.					
Надад QR кодыг ашиглан аливаа үйл явцыг гүйцэтгэх нь илүү тохиромжтой гэж бодогддог.					
QR код хэрэглэх нь миний хэрэглээнд илүү тохиромжтой гэж боддог.					

6. Та өөрийн нийцтэй байдалтай холбоотой өгүүлбэрүүдийг уншаад хэр санал нийлж байгаагаа 1-5 хүртэлх оноогоор үнэлнэ үү? /1-огт санал нийлэхгүй, 5-бүрэн санал нийлнэ/

QR кодын нийцтэй байдал	1	2	3	4	5
QR код нь миний санхүүтэй холбоотой бүх шилжүүлгэнд нийцдэг.					
QR кодыг ашиглах нь миний төлбөр төлөх байдалд нийцдэг.					
QR кодоор дамжуулан төлбөр төлөх нь миний амьдралын хэв маягт нийцдэг.					
Миний гар утас QR код ашиглахад нийцдэг.					

7.a) Таньд QR кодыг ашиглахад эсвэл бодоход аль мэдрэмж нь илүү төрж байна вэ?

Сэтгэлээр унасан Баяр хөөртэй

7.б) Таньд QR кодыг ашиглахад эсвэл бодоход аль мэдрэмж нь илүү төрж байна вэ?

Аз жаргалгүй Аз жаргалтай

7.в) Таньд QR кодыг ашиглахад эсвэл бодоход аль мэдрэмж нь илүү төрж байна вэ?

Сэтгэл хангалуун бус Сэтгэл хангалуун

7.г) Таньд QR кодыг ашиглахад эсвэл бодоход аль мэдрэмж нь илүү төрж байна вэ?

Таатай бус Таатай

7.д) Таньд QR кодыг ашиглахад эсвэл бодоход аль мэдрэмж нь илүү төрж байна вэ?

Хязгаарлагдмал Чөлөөтэй

8. Та өөрийн хүлээгдэж буй эрсдэлтэй холбоотой өгүүлбэрүүдийг уншаад хэр санал нийлж байгаагаа 1-5 хүртэлх оноогоор үнэлнэ үү? /1-огт санал нийлэхгүй, 5-бүрэн санал нийлнэ/

QR кодын хэрэглэгчийн хүлээгдэж буй эрсдэл	1	2	3	4	5
QR кодыг ашиглан гүйлгээ хийж байхад гуравдагч этгээд зөвшөөрөлгүйгээр хянах, харах эрсдэл бага байдаг.					
QR кодыг ашиглах үед хэрэглээний мэдээллийг (тухайлбал, төлбөрийн хэмжээ) буруугаар ашиглах эрсдэл бага байдаг.					
QR кодыг ашиглах үед төлбөр тооцооны мэдээллийн эрсдэл (жишээлбэл, зээлийн картын дугаар, банкны дансны мэдээлэл) бага байдаг.					
QR код нь нууц мэдээллийг дамжуулах аюулгүй технологийн хэрэгсэл юм.					

9. Та өөрийн хүлээгдэж буй үнэ цэнэтэй холбоотой өгүүлбэрүүдийг уншаад хэр санал нийлж байгаагаа 1-5 хүртэлх оноогоор үнэлнэ үү? /1-огт санал нийлэхгүй, 5-бүрэн санал нийлнэ/

QR кодын хэрэглэгчийн хүлээгдэж буй үнэ цэн	1	2	3	4	5
QR кодыг ашиглах нь тааламжтай туршлагыг бий болгодог.					
Миний хувьд QR кодыг ашигласан туршлага үнэ цэнэтэй байдаг.					
QR код нь миний хувьд цаг хугацаа болон мөнгийг зөв ашиглаж байгааг илтгэдэг.					

QR кодыг ашиглах нь бусад хүмүүст эерэг сэтгэгдэл төрүүлдэг.

--	--	--	--	--	--

10. Та өөрийн үргэлжлүүлэн хэрэглэгдэх байдалтай холбоотой өгүүлбэрүүдийг уншаад хэр санал нийлж байгаагаа 1-5 хүртэлх оноогоор үнэлнэ үү? /1-огт санал нийлэхгүй, 5-бүрэн санал нийлнэ/

QR кодыг хэрэглэгчийн үргэлжлүүлэн хэрэглэгдэх байдал	1	2	3	4	5
Цаашид та QR кодыг үргэлжлүүлэн ашиглах бодолтой байна.					
Би QR кодыг өдөр тутмын амьдралдаа ашиглахыг үргэлж хичээх болно.					
Би QR кодыг үргэлжлүүлэн ашиглахаар төлөвлөж байна.					

ХЭСЭГ 3. ХУВИЙН МЭДЭЭЛЛИЙН ХЭСЭГ

Таны хувийн мэдээллийг чандлан нууцлах тул үнэн зөвөөр хариулна гэдэгт итгэж байна.

Хүс:	Эрэгтэй	Эмэгтэй		
Нас:	10-19 50-59	20-29 60 болон түүнээс дээш	30-39	40-49
Боловсролын түвшин:	Дунд боловсрол Бакалаврын зэрэг дээш	Бүрэн дунд боловсрол Магистрын зэрэг болон түүнээс		
Ажил эрхлэлт:	Төрийн албанад Хувиараа бизнес эрхэлдэг Оюутан	Бизнесийн байгууллагад ТББ Сурагч		
Өрхийн сарын дундаж орлого:	500 000₮ хүртэл 1 000 001₮ – 1 500 000₮ 2 000 001₮ – 2 500 000₮ 3 000 000₮-с дээш	500 001₮ - 1 000 000₮ 1 500 001₮ - 2 000 000₮ 2 500 000₮ - 3 000 000₮		

СУДАЛГААНД ХАМРАГДСАНД БАЯРЛАЛАА!!!

Япон судалгаа:

こんにちは、

当調査はQRコードを使ったことのある消費者からデータ収集する目的があります。モンゴルと日本という二か国の消費者がQRコードを使うことによって発生する価値について理解度はどう違っているかを究明します。

当調査はモンゴル国金融経済大学の学士学位を取得する卒業論文の附属調査で調査協力者の個人情報は厳重に保護します。

貴重な時間を作ってくれたご協力者に感謝を致します。

ХЭСЭГ 1. QR КОДЫН ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ХЭРЭГЛЭЭГ ТОДОРХОЙЛОХ

1. 貴方は主にどんな目的で QR コードを使っていますか？

支払いするとき

商品の詳細を知るとき

関心のある情報の詳細を知るとき

法人と個人の詳細を入手するとき

生産過程を管理するとき

運搬サービス管理と詳細を入手するとき

マーケティング手段として使うとき

その他の時に

2. 貴方は QR コードを通してどんな種類のコンテンツに繋がりましたか？

ウェブサイトの追加情報に誘導するリンク

宣伝の追加資料のリンク

用品シートを購入するリンク

試合に参加するリンク

ウェブサイトとゲームコンテンツにログイン用のリンク

金銭取引のリンク

割引券のリンク

その他のリンク

3. 上記のいずれに QR コードをスキャン認識させていましたか？

ウェブサイト上でスキャン

商品のラベルをスキャン

チラシそれとも宣伝資料

新聞又は雑誌の広告

権利書

アプリケーション

街の広告、張り紙ポスター

その他

4. 貴方は QR コードをスキャンする時にどこにいましたか？

家

職場

外で

公衆移動車両の中

店又はスーパーの中で

レストラン内で

その他

**ХЭСЭГ 2. QR КОДЫН ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ХЭРЭГЛЭЭНИЙ ҮНЭ ЦЭНИЙН
ТАЛААРХ ОЙЛГОЛТЫГ ТОДОРХОЙЛОХ**

5. 貴方は自分の評価を 1 から 5 までの点数で評価をしてください。/1 はまったく合わない、5 は 100 %賛同/

QR кодын тав тухтай байдал	1	2	3	4	5
QR コードは使いやすいです。					
私はどこでも携帯を使って QR コードを読ませられます。					
私的には多目的で QR コードを使い易いだと思っています。					
QR コード使うのが私にとってとても身近で便利です。					

6. 貴方は自分に関する質問を読んで 1 から 5 までの数字で評価してください。/1 はまったく合わない、5 は 100 %賛同/

QR кодын нийцтэй байдал	1	2	3	4	5
私は QR コードですべての支払いを済ませています。					
QR コードは支払い手段として向いています。					
QR コードで支払いするのが私の生活スタイルに合っています。					
私の携帯は QR コードに向いています。					

7.a) 貴方はどんな時に QR コードを使っていますか？

落ち込んだ時 絶好の時に

7.b) 貴方はどんな時に QR コードを使っていますか？

不幸の時 幸せな時

7.c) 貴方はどんな時に QR コードを使っていますか？

不満の時 満足の時に

7.d) 貴方はどんな時に QR コードを使っていますか？

嫌な時 気持ちの良い時に

7.e) 貴方はどんな時に QR コードを使っていますか？

責められた時 自由な時

8. 貴方はリスク伴う質問を読んでどのぐらい賛同していますか？評価は1から5までです。/1はまったく合わない、5は100%賛同/

QR кодын хэрэглэгчийн хүлээгдэж буй эрсдэл	1	2	3	4	5
QR コードを使って支払い中に第三者が無許可で覗きみる確率が低いです。					
QR コードを使うときに詳しいデータは（例えば、支払い金額）悪用する確率が低いです。					
QR コードを使って支払いする時に情報漏洩（例えば、カード番号、銀行口座のデータ）は少ないです。					
QR コードは秘密情報は漏洩させない安全なテクノロジです。					

9. 貴方は自分に関する質問を読んでどのぐらい賛同していますか？評価は1から5までです。/1はまったく合わない、5は100%賛同/

QR кодын хэрэглэгчийн хүлээгдэж буй үнэ цэн	1	2	3	4	5
QR コードを使ってよい経験できます。					
私にとっては QR コードを使う価値があります。					
QR コードは私にとって時間とお金を正しい利用の証です。					
QR コードを使うのが他人に良い印象を与えます。					

10. 貴方は自分に関する質問を読んでどのぐらい賛同していますか？評価は1から5までです。/1はまったく合わない、5は100%賛同/

QR 코드를 사용하는 사람의 QR 코드 사용 경험	1	2	3	4	5
貴方はこの先も QR コードを使い続けますか？					
あなたは QR コードを毎日使いますか？					
貴方は QR コードを使い続ける予定ですか？					

ХЭСЭГ 3. ХУВИЙН МЭДЭЭЛЛИЙН ХЭСЭГ

あなたの性別:	男性	女性	
貴方の年齢:	10-19 50-59	20-29 60 歳とそれ以上	30-39 40-49
あなたの教養レベル:	中卒 卒	高卒	大卒 大学院
あなたの職業:	公務員 非利益組織	民間企業 学生	自営 生徒
あなたの家庭の平均月収:	平均収入より上 5	平均収入 .4	平均収入より下 100.0

貴重な時間を作ってくれたご協力者に感謝を致します。

Хавсралт 2 Судалгааны үр дүнгийн хүснэгтүүд

11. Таны хүйс

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	
			Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Эрэгтэй	136	54.0	54.0
	Эмэгтэй	115	45.6	99.6
	5	1	.4	100.0
Total		252	100.0	100.0

12. Таны нас

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	
			Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10-19	5	2.0	2.0
	20-29	67	26.6	26.6
	30-39	88	34.9	34.9
	40-49	72	28.6	28.6
	50-59	19	7.5	7.5
	60 болон түүнээс дээш	1	.4	.4
Total		252	100.0	100.0

13. Таны боловсролын түвшин

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	
			Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Бүрэн дунд боловсрол	21	8.3	8.3
	Дунд боловсрол	1	.4	.4
	Бакалаврын зэрэг	196	77.8	77.8
				86.5

Магистрын зэрэг болон түүнээс дээш	34	13.5	13.5	100.0
Total	252	100.0	100.0	

14. Таны ажил эрхлэлт

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Төрийн албанд	62	24.6	24.6	24.6
	Бизнесийн байгууллагад	52	20.6	20.6	45.2
	Хувиараа бизнес эрхэлдэг	70	27.8	27.8	73.0
	ТББ	32	12.7	12.7	85.7
	Оюутан	34	13.5	13.5	99.2
	Оюутан	2	.8	.8	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

15. Таны өрхийн сарын дундаж орлого

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	500,000₮ хүртэл	18	7.1	7.1	7.1
	500,001₮-1,000,000₮	66	26.2	26.2	33.3
	1,000,001₮-1,500,000₮	66	26.2	26.2	59.5
	1,500,001₮-2,000,000₮	42	16.7	16.7	76.2
	2,000,001₮-2,500,000₮	29	11.5	11.5	87.7
	2,500,001₮-3,000,000₮	23	9.1	9.1	96.8
	3,000,001₮-с дээш	8	3.2	3.2	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	
	Items	N of Items
.938	.939	4

Inter-Item Correlation Matrix

			C3 Надад QR кодыг ашиглан аливаа үйл явлыг гүйцэтгэх нь илүү тохиромжтой гэж бодогддог.	C4 QR код хэрэглэх нь миний хэрэглээнд илүү тохиромжтой гэж боддог.
C1 QR кодыг ашиглах нь надад хялбар байдаг.	1.000	.788	.781	.787
C2 Би хаана ч байсан утсаа ашиглан QR кодыг уншуулж чадна.	.788	1.000	.725	.811
C3 Надад QR кодыг ашиглан аливаа үйл явцыг гүйцэтгэх нь илүү тохиромжтой гэж бодогддог.	.781	.725	1.000	.869
C4 QR код хэрэглэх нь миний хэрэглээнд илүү тохиромжтой гэж боддог.	.787	.811	.869	1.000

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	
	N of Items	
.905	.906	4

Inter-Item Correlation Matrix

			COMP3 QR кодоор дамжуулан төлбөр төлөх нь миний гар утас QR код ашиглахад нийцдэг.	
COMP1 QR код нь миний санхүүтэй холбоотой бүх шилжүүлгэнд нийцдэг.	1.000	.714	.750	.683
COMP2 QR кодыг ашиглах нь миний төлбөр төлөх байдалд нийцдэг.	.714	1.000	.702	.677

COMP3 QR кодоор дамжуулан төлбөр төлөх нь миний амьдралын хэв маягт нийцдэг.	.750	.702	1.000	.718
COMP4 Миний гар утас QR код ашиглахад нийцдэг.	.683	.677	.718	1.000

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.734	.732	3

Inter-Item Correlation Matrix

	P1 Сэтгэлээр унасан - Баяр хөөртэй	P2 Аз жаргалгүй - Аз жаргалтай	P3 Сэтгэл хангалуун бус - Сэтгэл хангалуун
P1 Сэтгэлээр унасан - Баяр хөөртэй	1.000	.689	.466
P2 Аз жаргалгүй - Аз жаргалтай	.689	1.000	.277
P3 Сэтгэл хангалуун бус - Сэтгэл хангалуун	.466	.277	1.000

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.939	.940	4

Inter-Item Correlation Matrix

		PR2 QR кодыг ашиглах үед	PR3 QR кодыг ашиглах үед		
PR1 QR кодыг ашиглан гүйлгээ хийж байхад гуравдагч этгээд зөвшөөрөлгүйг зэр хянах, харах эрсдэл бага байдаг.	PR1 QR кодыг ашиглан гүйлгээ хийж байхад гуравдагч этгээд зөвшөөрөлгүйг зэр хянах, харах эрсдэл бага байдаг.	.722	.722	.845	.780
PR2 QR кодыг ашиглах үед хэрэглээний мэдээллийг (тухайлбал, төлбөрийн хэмжээ) буруугаар ашиглах эрсдэл бага байдаг.	PR2 QR кодыг ашиглах үед хэрэглээний мэдээллийг (тухайлбал, төлбөрийн хэмжээ) буруугаар ашиглах эрсдэл бага байдаг.	1.000	.722	.837	.790
PR3 QR кодыг ашиглах үед төлбөр тооцооны мэдээллийн эрсдэл (жишээлбэл, зээлийн картын дугаар, банкны дансны мэдээлэл) бага байдаг.	PR3 QR кодыг ашиглах үед төлбөр тооцооны мэдээллийн эрсдэл (жишээлбэл, зээлийн картын дугаар, банкны дансны мэдээлэл) бага байдаг.	.845	.837	1.000	.799
PR4 QR код нь нууц мэдээллийг дамжуулах аюулгүй технологийн хэрэгсэл юм.	PR4 QR код нь нууц мэдээллийг дамжуулах аюулгүй технологийн хэрэгсэл юм.	.780	.790	.799	1.000

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	
	N of Items	
.944	.944	4

Inter-Item Correlation Matrix

PV1 QR кодыг ашиглах нь тааламжтай туршлагыг бий болгодог.	PV2 Миний хувьд QR кодыг ашиglasan туршлага үнэ цэнтэй байдаг.	PV3 QR код нь миний хувьд цаг хугацаа болон мөнгийг зөв ашиглаж байгааг илтгэдэг.	PV4 QR кодыг ашиглах нь бусад хүмүүст эерэг сэтгэгдэл төрүүлдэг.
PV1 QR кодыг ашиглах нь тааламжтай туршлагыг бий болгодог.	1.000	.763	.834
PV2 Миний хувьд QR кодыг ашиglasan туршлага үнэ цэнтэй байдаг.		1.000	.804
PV3 QR код нь миний хувьд цаг хугацаа болон мөнгийг зөв ашиглаж байгааг илтгэдэг.	.834	.804	1.000
PV4 QR кодыг ашиглах нь бусад хүмүүст эерэг сэтгэгдэл төрүүлдэг.	.771	.850	

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha	Alpha Based on Items	Standardized N of Items
.827		.829	3

Inter-Item Correlation Matrix

CUI1 Цаашид та QR кодыг үргэлжлүүлэн ашиглах бодолтой байна.	CUI2 Би QR кодыг өдөр тутмын амьдралдаа ашиглах ашиглалттай болно.	CUI3 Би QR кодыг үргэлжлүүлэн ашиглахаар төлөвлөж байна.
CUI1 Цаашид та QR кодыг үргэлжлүүлэн ашиглах бодолтой байна.	1.000	.531
CUI2 Би QR кодыг өдөр тутмын амьдралдаа ашиглах ашиглалттай болно.		.677

CUI3 Би QR кодыг үргэлжлүүлэн ашиглахаар төлөвлөж байна.	.677	.646	1.000
--	------	------	-------

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of the
			Square	Estimate
1	.778 ^a	.605	.597	.11256

a. Predictors: (Constant), CUI, Convenience, Pleasure, PR,
Compatibility

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.770	5	.954	75.293
	Residual	3.117	246	.013	
	Total	7.886	251		

a. Dependent Variable: PV
b. Predictors: (Constant), CUI, Convenience, Pleasure, PR, Compatibility

Coefficients^a

Model	B	Std. Error	Standardized	t	Sig.
			Coefficients		
1	(Constant)	-.176	.077	-2.271	.024
	Convenience	.088	.040	.094	.2216
	Compatibility	.322	.052	.319	6.241
	Pleasure	.115	.042	.116	2.733
	PR	.319	.049	.317	6.470
	CUI	.206	.045	.223	4.565

a. Dependent Variable: PV

\$Q1 Frequencies

		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
Q1 ^a	E-Barimt уншуулах үед	247	40.5%	98.0%
	Төлбөрийн үйлчилгээ хийх үед	215	35.2%	85.3%
	Бараа бүтээгдэхүүний дэлгэрэнгүй мэдээллийг авах үед	55	9.0%	21.8%
	Сонирхсон мэдээллийн дэлгэрэнгүйг авах үед	13	2.1%	5.2%

<u>Байгууллага, хувь хүний дэлгэрэнгүй мэдээллийг авах үед</u>	23	3.8%	9.1%
<u>Үйлдвэрлэлийн үйл явцад хяналт хийх үед</u>	1	0.2%	0.4%
<u>Тээврийн үйлчилгээнд хяналт хийх, дэлгэрэнгүй мэдээллийг авах үед</u>	6	1.0%	2.4%
<u>Маркетингийн хэрэгсэл болгон ашиглах үед</u>	44	7.2%	17.5%
<u>Бусад</u>	6	1.0%	2.4%
Total	610	100.0%	242.1%

a. Dichotomy group tabulated at value 0.

\$Q2 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Q2 ^a	<u>Вебсайт дээрх нэмэлт мэдээллийг авах линк</u>	202	20.1%	96.7%
	<u>Сурталчилгааны талаарх нэмэлт материалын линк</u>	33	3.3%	15.8%
	<u>Барааны тасалбар худалдаж авах линк</u>	175	17.4%	83.7%
	<u>Тэмцээнд оролцох линк</u>	98	9.7%	46.9%
	<u>Вэб, тоглоомын контент руу нэвтрэх холбоос</u>	113	11.2%	54.1%
	<u>Санхүүгийн гүйлгээний линк</u>	168	16.7%	80.4%
	<u>Хөнгөлөлтийн эрхийн бичгийн холбоос</u>	164	16.3%	78.5%
	<u>Бусад</u>	54	5.4%	25.8%
Total		1007	100.0%	481.8%

a. Dichotomy group tabulated at value 0.

\$Q3 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Q3 ^a	<u>Вебсайт дээрээс</u>	112	17.8%	44.4%
	<u>Бүтээгдэхүүний сав баглаа боодол дээрээс</u>	109	17.3%	43.3%
	<u>Сурталчилгааны хуудас эсвэл брошур дээрээс</u>	55	8.7%	21.8%

Сонин эсвэл сэтгүүлийн сурталчилгаа нь дээрээс	13	2.1%	5.2%
Эрхийн бичиг дээрээс	93	14.8%	36.9%
Аппликэйшин дээрээс	203	32.3%	80.6%
Гадна сурталчилгаа эсвэл зурагт хуудаснаас	33	5.2%	13.1%
Бусад	11	1.7%	4.4%
Total	629	100.0%	249.6%

a. Dichotomy group tabulated at value 0.

\$Q4 Frequencies

Q4 ^a		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
Гэртээ		108	17.0%	43.5%
Ажил дээрээ		121	19.0%	48.8%
Гудамжинд		21	3.3%	8.5%
Нийтийн тээвэр дотор		6	0.9%	2.4%
Дэлгүүр эсвэл супермаркет дотор		205	32.2%	82.7%
Ресторанд		167	26.2%	67.3%
Бусад		9	1.4%	3.6%
Total		637	100.0%	256.9%

a. Dichotomy group tabulated at value 0.

E-Barimt уншуулах үед

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	ҮГҮЙ	5	2.0	2.0
	ТИЙМ	247	98.0	98.0
	Total	252	100.0	100.0

Төлбөрийн үйлчилгээ хийх үед

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	ҮГҮЙ	37	14.7	14.7
	ТИЙМ	215	85.3	85.3
	Total	252	100.0	100.0

Бараа бүтээгдэхүүний дэлгэрэнгүй мэдээллийг авах үед

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	ҮГҮЙ	197	78.2	78.2
	ТИЙМ	55	21.8	100.0

Total	252	100.0	100.0	
-------	-----	-------	-------	--

Сонирхсон мэдээллийн дэлгэрэнгүйг авах үед

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	ҮГҮЙ	239	94.8	94.8
	ТИЙМ	13	5.2	5.2
Total		252	100.0	100.0

Байгууллага, хувь хүний дэлгэрэнгүй мэдээллийг авах үед

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	ҮГҮЙ	229	90.9	90.9
	ТИЙМ	23	9.1	9.1
Total		252	100.0	100.0

Үйлдвэрлэлийн үйл явцад хяналт хийх үед

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	ҮГҮЙ	251	99.6	99.6
	ТИЙМ	1	.4	.4
Total		252	100.0	100.0

Тээврийн үйлчилгээнд хяналт хийх, дэлгэрэнгүй мэдээллийг авах үед

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	ҮГҮЙ	246	97.6	97.6
	ТИЙМ	6	2.4	2.4
Total		252	100.0	100.0

Маркетингийн хэрэгсэл болгон ашиглах үед

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	ҮГҮЙ	208	82.5	82.5
	ТИЙМ	44	17.5	17.5
Total		252	100.0	100.0

Бусад

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	246	97.6	97.6	97.6
	ТИЙМ	6	2.4	2.4	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Вебсайт дээрх нэмэлт мэдээллийг авах линк

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	152	60.3	60.3	60.3
	ТИЙМ	100	39.7	39.7	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Сурталчилгааны талаарх нэмэлт материалын линк

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	195	77.4	77.4	77.4
	ТИЙМ	57	22.6	22.6	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Барааны тасалбар худалдаж авах линк

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	145	57.5	57.5	57.5
	ТИЙМ	107	42.5	42.5	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Тэмцээнд оролцох линк

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	244	96.8	96.8	96.8
	ТИЙМ	8	3.2	3.2	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Вэб, тоглоомын контент руу нэвтрэх холбоос

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	236	93.7	93.7	93.7
	ТИЙМ	16	6.3	6.3	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Санхүүгийн гүйлгээний линк

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	49	19.4	19.4	19.4
	ТИЙМ	203	80.6	80.6	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Хөнгөлөлтийн эрхийн бичгийн холбоос

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	144	57.1	57.1	57.1
	ТИЙМ	108	42.9	42.9	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Бусад

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	238	94.4	94.4	94.4
	ТИЙМ	14	5.6	5.6	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Вебсайт дээрээс

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	140	55.6	55.6	55.6
	ТИЙМ	112	44.4	44.4	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Бүтээгдэхүүний сав баглаа боодол дээрээс

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	144	57.1	57.1	57.1
	ТИЙМ	108	42.9	42.9	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Сурталчилгааны хуудас эсвэл брошур дээрээс

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	198	78.6	78.6	78.6
	ТИЙМ	54	21.4	21.4	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Сонин эсвэл сэтгүүлийн сурталчилгаа нь дээрээс

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	241	95.6	95.6	95.6
	ТИЙМ	11	4.4	4.4	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Эрхийн бичиг дээрээс

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	161	63.9	63.9	63.9
	ТИЙМ	91	36.1	36.1	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Аппликэйшин дээрээс

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	48	19.0	19.0	19.0
	ТИЙМ	204	81.0	81.0	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Гадна сурталчилгаа эсвэл зурагт хуудаснаас

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	218	86.5	86.5	86.5
	ТИЙМ	34	13.5	13.5	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Бусад

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	242	96.0	96.0	96.0
	ТИЙМ	10	4.0	4.0	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Гэртээ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	143	56.7	56.7	56.7
	ТИЙМ	109	43.3	43.3	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Ажил дээрээс

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	131	52.0	52.0	52.0
	ТИЙМ	121	48.0	48.0	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Гудамжинд

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	230	91.3	91.3	91.3
	ТИЙМ	22	8.7	8.7	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Нийтийн тээвэр дотор

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	246	97.6	97.6	97.6
	ТИЙМ	6	2.4	2.4	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Дэлгүүр эсвэл супермаркет дотор

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	47	18.7	18.7	18.7
	ТИЙМ	205	81.3	81.3	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Ресторанд

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	85	33.7	33.7	33.7
	ТИЙМ	167	66.3	66.3	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Бусад

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	243	96.4	96.4	96.4
	ТИЙМ	9	3.6	3.6	100.0
	Total	252	100.0	100.0	

Correlations

		Convenie nce	Compatib ility	Pleasure	PR	PV	CUI
Convenience	Pearson Correlation	1	.329**	.215**	.230**	.311**	-.029
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.001	.000	.672
	N	209	209	209	209	209	209
Compatibility	Pearson Correlation	.329**	1	.482**	.438**	.629**	-.048
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.487
	N	209	209	209	209	209	209
Pleasure	Pearson Correlation	.215**	.482**	1	.282**	.491**	.082
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.237
	N	209	209	209	209	209	209
PR	Pearson Correlation	.230**	.438**	.282**	1	.565**	.008
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.908
	N	209	209	209	209	209	209
PV	Pearson Correlation	.311**	.629**	.491**	.565**	1	.119
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.087
	N	209	209	209	209	209	209
CUI	Pearson Correlation	-.029	-.048	.082	.008	.119	1
	Sig. (2-tailed)	.672	.487	.237	.908	.087	
	N	209	209	209	209	209	209

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

11. あなたの性別

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
					Percent
Valid	男性	106	50.7	50.7	50.7
	女性	103	49.3	49.3	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

12. 貴方の年齢

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
					Percent
Valid	10-19	1	.5	.5	.5
	20-29	66	31.6	31.6	32.1
	30-39	76	36.4	36.4	68.4
	40-49	55	26.3	26.3	94.7
	50-59	11	5.3	5.3	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

13. あなたの教養レベル

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent

Valid	中卒	1	.5	.5	.5
	高卒	10	4.8	4.8	5.3
	大卒	175	83.7	83.7	89.0
	大学院卒	23	11.0	11.0	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

14. あなたの職業

Valid		Frequency	Percent	Cumulative Percent	
				Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	公務員	41	19.6	19.6	19.6
	民間企業	48	23.0	23.0	42.6
	自営	45	21.5	21.5	64.1
	非利益組織	53	25.4	25.4	89.5
	学生	22	10.5	10.5	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

15. あなたの家庭の平均月収

Valid		Frequency	Percent	Cumulative Percent	
				Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	平均収入より下	68	32.5	32.5	32.5
	平均収入より上	66	31.6	31.6	64.1
	平均収入	75	35.9	35.9	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	
	Items	N of Items
.920	.920	3

Inter-Item Correlation Matrix

	C1 QRコードは使いやすいです。	C2 私はどこでも携帯を使ってQRコードを読ませられます。	C3 私的には多目的でQRコードを使い易いだと思っています。
C1 QRコードは使いやすいです。	1.000	.710	.814
C2 私はどこでも携帯を使ってQRコードを読ませられます。		1.000	.853
C3 私的には多目的でQRコードを使い易いだと思っています。			1.000

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.846	.849	3

Inter-Item Correlation Matrix

COMP1 私はQRコードですべての支払いを済ませています。	COMP2 QRコードは支払い手段として向いています。	COMP3 QRコードで支払いするのが私の生活スタイルに合っています。
	1.000	.645
	.645	1.000
	.611	.700

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.931	.931	2

Inter-Item Correlation Matrix

PV1 QRコードを使ってよい経験できます。	PV3 QRコードは私にとって時間とお金を使い正しく利用の証です。
	1.000
	.871

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.927	.927	3

Inter-Item Correlation Matrix

		PR2 QRコードを使うときに詳しいデータは（例えば、支払い金額）悪用する確率が低いです。	PR3 QRコードを使って支払いする時に情報漏洩（例えば、カード番号、銀行口座のデータ）は少ないです。
PR1 QRコードを使って支払い中に第三者が無許可で覗きみる確率が低いです。	1.000	.844	.797
PR2 QRコードを使うときに詳しいデータは（例えば、支払い金額）悪用する確率が低いです。	.844	1.000	.787
PR3 QRコードを使って支払いする時に情報漏洩（例えば、カード番号、銀行口座のデータ）は少ないです。	.797	.787	1.000

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.778	.791	3

Inter-Item Correlation Matrix

	CUI1 貴方はこの先もQRコードを使い続けますか？	CUI2 あなたはQRコードを毎日使いますか？	CUI3 貴方はQRコードを使い続ける予定ですか？
CUI1 貴方はこの先もQRコードを使い続けますか？	1.000	.578	.649
CUI2 あなたはQRコードを毎日使いますか？	.578	1.000	.448
CUI3 貴方はQRコードを使い続ける予定ですか？	.649	.448	1.000

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.728	.729	2

Inter-Item Correlation Matrix

	P3 不満の時 - 満足の時	P4 嫌な時 - 気持ちの良い時
P3 不満の時 - 満足の時	1.000	.574
P4 嫌な時 - 気持ちの良い時	.574	1.000

Correlations

		Convenien ce	Compatibil ity	Pleasure	PR	PV	CUI
Convenience	Pearson Correlation	1	.329**	.215**	.230**	.311**	-.029
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.001	.000	.672
	N	209	209	209	209	209	209
Compatibility	Pearson Correlation		.329**	1	.482**	.438**	-.048
	Sig. (2-tailed)		.000		.000	.000	.487
	N	209	209	209	209	209	209
Pleasure	Pearson Correlation		.215**	.482**	1	.282**	.491**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000		.000	.237
	N	209	209	209	209	209	209
PR	Pearson Correlation		.230**	.438**	.282**	1	.565**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000		.908
	N	209	209	209	209	209	209
PV	Pearson Correlation		.311**	.629**	.491**	.565**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.087
	N	209	209	209	209	209	209
CUI	Pearson Correlation		-.029	-.048	.082	.008	.119
	Sig. (2-tailed)		.672	.487	.237	.908	.087
	N	209	209	209	209	209	209

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of the Estimate
			Square	
1	.743 ^a	.552	.541	.25531

a. Predictors: (Constant), CUI, PR, Convenience, Pleasure, Compatibility

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.330	5	3.266	50.106	.000 ^b
	Residual	13.232	203	.065		
	Total	29.562	208			

a. Dependent Variable: PV

b. Predictors: (Constant), CUI, PR, Convenience, Pleasure, Compatibility

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	Coefficients		
1	(Constant)	-.392	.202			-1.944	.053
	Convenience	.099	.066	.075	.075	1.503	.134
	Compatibility	.546	.087	.373	.373	6.310	.000
	Pleasure	.267	.076	.192	.192	3.538	.000
	PR	.487	.078	.329	.329	6.251	.000
	CUI	.221	.087	.120	.120	2.540	.012

a. Dependent Variable: PV

支払いするとき

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	ҮГҮЙ	131	62.7	62.7	62.7	62.7
	ТИЙМ	78	37.3	37.3	100.0	
	Total	209	100.0	100.0		

商品の詳細を知るとき

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	ҮГҮЙ	54	25.8	25.8	25.8	25.8
	ТИЙМ	155	74.2	74.2	100.0	
	Total	209	100.0	100.0		

関心のある情報の詳細を知るとき

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	ҮГҮЙ	52	24.9	24.9	24.9	24.9
	ТИЙМ	157	75.1	75.1	100.0	
	Total	209	100.0	100.0		

法人と個人の詳細を入手するとき

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	177	84.7	84.7	84.7
	ТИЙМ	32	15.3	15.3	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

生産過程を管理するとき

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	52	24.9	24.9	24.9
	ТИЙМ	157	75.1	75.1	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

運搬サービス管理と詳細を入手するとき

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	34	16.3	16.3	16.3
	ТИЙМ	175	83.7	83.7	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

マーケティング手段として使うとき

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	93	44.5	44.5	44.5
	ТИЙМ	116	55.5	55.5	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

その他の時に

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	181	86.6	86.6	86.6
	ТИЙМ	28	13.4	13.4	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

ウェブサイトの追加情報に誘導するリンク

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	7	3.3	3.3	3.3
	ТИЙМ	202	96.7	96.7	100.0

Total	209	100.0	100.0	
-------	-----	-------	-------	--

宣伝の追加資料のリンク

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	ҮГҮЙ	177	84.7	84.7
	ТИЙМ	32	15.3	100.0
	Total	209	100.0	100.0

用品シートを購入するリンク

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	ҮГҮЙ	35	16.7	16.7
	ТИЙМ	174	83.3	83.3
	Total	209	100.0	100.0

試合に参加するリンク

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	ҮГҮЙ	113	54.1	54.1
	ТИЙМ	96	45.9	45.9
	Total	209	100.0	100.0

ウェブサイトとゲームコンテンツにログイン用のリンク

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	ҮГҮЙ	98	46.9	46.9
	ТИЙМ	111	53.1	53.1
	Total	209	100.0	100.0

金銭取引のリンク

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	ҮГҮЙ	41	19.6	19.6
	ТИЙМ	168	80.4	80.4
	Total	209	100.0	100.0

割引券のリンク

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	ҮГҮЙ	45	21.5	21.5
	ТИЙМ	164	78.5	78.5
	Total	209	100.0	100.0

Total	209	100.0	100.0	
-------	-----	-------	-------	--

その他のリンク

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	157	75.1	75.1	75.1
	ТИЙМ	52	24.9	24.9	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

ウェブサイト上でスキャン

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	14	6.7	6.7	6.7
	ТИЙМ	195	93.3	93.3	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

商品のラベルをスキャン

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	31	14.8	14.8	14.8
	ТИЙМ	178	85.2	85.2	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

チラシそれとも宣伝資料

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	70	33.5	33.5	33.5
	ТИЙМ	139	66.5	66.5	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

新聞又は雑誌の広告

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	90	43.1	43.1	43.1
	ТИЙМ	119	56.9	56.9	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

権利書

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	168	80.4	80.4	80.4
	ТИЙМ	41	19.6	19.6	100.0

Total	209	100.0	100.0	
-------	-----	-------	-------	--

アプリケーション

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	17	8.1	8.1	8.1
	ТИЙМ	192	91.9	91.9	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

街の広告、張り紙ポスター

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	169	80.9	80.9	80.9
	ТИЙМ	40	19.1	19.1	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

その他

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	203	97.1	97.1	97.1
	ТИЙМ	6	2.9	2.9	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

家

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	166	79.4	79.4	79.4
	ТИЙМ	43	20.6	20.6	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

職場

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	204	97.6	97.6	97.6
	ТИЙМ	5	2.4	2.4	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

外で

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	21	10.0	10.0	10.0
	ТИЙМ	188	90.0	90.0	100.0
	Total				

Total	209	100.0	100.0	
-------	-----	-------	-------	--

公衆移動車両の中

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	17	8.1	8.1	8.1
	ТИЙМ	192	91.9	91.9	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

店又はスーパーの中で

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	14	6.7	6.7	6.7
	ТИЙМ	195	93.3	93.3	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

レストラン内で

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	49	23.4	23.4	23.4
	ТИЙМ	160	76.6	76.6	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

その他

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ҮГҮЙ	178	85.2	85.2	85.2
	ТИЙМ	31	14.8	14.8	100.0
	Total	209	100.0	100.0	

\$Q1 Frequencies

Q1 ^a		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
	支払いするとき	78	8.7%	37.3%
	商品の詳細を知るとき	155	17.3%	74.2%
	関心のある情報の詳細を知ると き	157	17.5%	75.1%
	法人と個人の詳細を入手すると き	32	3.6%	15.3%
	生産過程を管理するとき	157	17.5%	75.1%
	運搬サービス管理と詳細を入手 するとき	175	19.5%	83.7%

マーケティング手段として使うとき	116	12.9%	55.5%
その他の時に	28	3.1%	13.4%
Total	898	100.0%	429.7%

a. Dichotomy group tabulated at value 0.

\$Q2 Frequencies

Q2 ^a		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
	ウェブサイトの追加情報に誘導するリンク	154	11.0%	61.1%
	宣伝の追加資料のリンク	194	13.8%	77.0%
	用品シートを購入するリンク	144	10.3%	57.1%
	試合に参加するリンク	245	17.5%	97.2%
	ウェブサイトとゲームコンテンツにログイン用のリンク	236	16.8%	93.7%
	金銭取引のリンク	50	3.6%	19.8%
	割引券のリンク	143	10.2%	56.7%
	その他のリンク	238	17.0%	94.4%
Total		1404	100.0%	557.1%

a. Dichotomy group tabulated at value 0.

\$Q3 Frequencies

Q3 ^a		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
	ウェブサイト上でスキャン	196	21.5%	93.8%
	商品のラベルをスキャン	179	19.6%	85.6%
	チラシそれとも宣伝資料	139	15.2%	66.5%
	新聞又は雑誌の広告	119	13.0%	56.9%
	権利書	41	4.5%	19.6%
	アプリケーション	191	20.9%	91.4%
	街の広告、張り紙ポスター	40	4.4%	19.1%
	その他	8	0.9%	3.8%
Total		913	100.0%	436.8%

a. Dichotomy group tabulated at value 0.

\$Q4 Frequencies

Q4 ^a		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
	家	43	5.3%	20.6%
	職場	5	0.6%	2.4%
	外で	188	23.1%	90.0%
	公衆移動車両の中	192	23.6%	91.9%
	店又はスーパーの中で	195	24.0%	93.3%

レストラン内で	160	19.7%	76.6%
その他	31	3.8%	14.8%
Total	814	100.0%	389.5%

ДИЖИТАЛ МАРКЕТИНГИЙН ЁС ЗҮЙН АСУУДЛЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ

СЭЗИС-ийн оюутан Г.Эрдэнэбулган

ХУРААНГУЙ

Техник технологийн энэ эрин зуунд дижитал орчин гэдэг ойлголт хүн төрөлхтний амьдралын салшгүй нэгэн хэсэг болсон нь бүх төрлийн бизнесийн байгууллагуудыг түүгээр ч зогсохгүй хувь хүмүүсийг хүртэл дижитал шилжилт хийх зайлшгүй шаардлагын өмнө авчирч байгаа юм. Энэхүү судалгааны ажлаар дамжуулан манай орны хэрэглэгчдийн дижитал орчин тэр дундаа сошиал орчны хэрэглээ сүүлийн 20 жилийн дотор асар хурдацтайгаар нэмэгдсэн байгааг харах боломжтой агаад энэ үеийн идэр залуу насны хэрэглэгчдийн өдөр тутмын хэрэглээ, хандлага, хэв маяг зэргийг тодорхойлж өгсөн болно. Мөн түүнээс гадна сүүлийн жилүүдэд олон нийтийн дунд орхигдоод байгаа маркетингийн ёс зүйн тухай асуудал дижитал орчинд ямар түвшинд байгааг, хэрэглэгчид энэ ойлголтыг чухам юу гэж ойлгодог талаар, дижитал орчинд маркетингийн ёс зүйг алдагдуулж буй үйлдлүүдийг өгүүлэх юм. Энэхүү судалгааны ажил нь олон улсын судалгааны байгууллагуудын тайлан, статистик үзүүлэлт боловсруулагч байгууллагуудын тоон өгөгдөл, 200 оролцогчийг хамарсан бодит тоон судалгаан дээр үндэслэгдэн бүтээгдсэн болно.

УДИРТГАЛ:

СЭЗИС-ийн “Оюутны эрдэм шинжилгээний ХIII бага хурал”-ын хүрээнд “Дижитал маркетинг ба маркетингийн ёс зүйн асуудлын өнөөгийн байдал” гэсэн сэдвийн дор өргөн хүрээтэй судалгааны ажил өрнүүлж, онол практикийн уялдаа холбоог шүүн тунгааж, шинэлэг санаа, шийдлийг дэвшүүлж ажиллах юм. Дижитал орчин тэр дундаа сошиал орчинд явагдаж буй маркетингийн үйл ажиллагаа нь маркетингийн ёс зүйд нийцэж буй эсэх талаар өнөөгийн нөхцөл байдлыг шинжилж, тулгамдаж буй асуудлуудыг тодруулж, холбогдох санал зөвлөмжийг боловсруулж, гарц гаргалгааг дэвшүүлэхэд энэхүү судалгааны ажлын амин зорилго оршино.

Хүн төрөлхтний техник технологи, шинжлэх ухааны хөгжлийг зуун, зуунаар хэмжиж ирсэн бол өнөөдөр минут, секундээр хэмжигдэхүйц хэмжээний асар хурдацтайгаар дэвшиж, шинэчлэгдэж, өөрчлөгдөж байна. Түүнийг дагаад хүмүүсийн оюун санаа, үзэл хандлага, өдөр тутмын амьдралын хэв маяг өмнөх зуунтай харьцуулахын аргагүй ондоо болсон. Дэлхий даяар цахимжуулалт, дижиталжуулалтын хувьсгал буюу аж үйлдвэрийн дөрөвдүгээр хувьсгал гэж тодорхойлогдож буй эрс өөрчлөлтийн нөлөөгөөр жижиг том гэлтгүй байгууллага бүр дижитал шилжилт хийх шаардлагатай нүүр тулж байна. Маркетингийн үйл ажиллагаа ч уламжлалт хэв загвараа орхиж олон төрлийн дижитал төхөөрөмж, сошиал платформ дээр төвлөрөх болжээ.

АНУ-ийн Хөдөлмөрийн статистикийн товчооны (анг. U.S.Bureau of Labor statistics) 2019 оны судалгаагаар орчин цагийн хүн нийт амьдралын мөчлөгийнхөө 8 жил 4 сарыг зурагт үзэхэд, 6 жил 8 сарыг сошиал орчинд өнгөрөөж байгаа бөгөөд өдөрт 144 минут буюу 2 цаг 24 минутыг сошиал орчинд зарцуулдаг гэжээ. 2020 оны байдлаар дэлхий даяар 4.54 тэрбум интернэт хэрэглэгч байгаа буюу энэ нь дэлхийн нийт хүн амын 59%-тай тэнцэнэ. Мөн 3.8 тэрбум идэвхтэй сошиал орчин хэрэглэгч байгаа нь дэлхийн нийт хүн амын 49%-тай тэнцэх ажээ. Манай орны хувьд 2020 оны байдлаар 2.2 сая идэвхтэй сошиал оршин хэрэглэгч байгаа нь нийт хүн амын 68% нь болно. Энэ үзүүлэлт нь 2019 онтой харьцуулахад 219 мянган хэрэглэгчээр буюу 11%-иар өссөн үзүүлэлт юм. (Simon, 2020) Эндээс харахад манай оронд ч төдийгүй дэлхий даяар дижитал хэрэглээ жил ирэх тусам улам бүр нэмэгдэж байгаа бөгөөд цаашид ч тогтмол нэмэгдэх хандлагатай байна. 2000 онд гэхэд манай оронд 30,000 интернэт хэрэглэгч байсан бол 2020 он гэхэд 2,602,000 хэрэглэгч буюу нийт хүн амын 68.1% нь интернэт хэрэглэгч болсон байна. Манай орны сошиал орчин хэрэглэгчид “Facebook”, “Youtube”, “Instagram” гэсэн гурван сошиал платформыг голчлон ашигладаг бөгөөд 2019 оны байдлаар 2,233,000 хэрэглэгч “Facebook” платформыг идэвхтэй хэрэглэдэг байж. (Internet 2021: Usage in Asia, 2021)

Техник технологи, мэдээллийн технологийн үсрэнгүй дэвшил дээр тулгуурлан хөгжиж буй дижитал хэрэглээ нь орчин цагийн хүмүүсийн амьдралын нэг хэсэг, чухал ач холбогдол бүхий хэрэгцээний нэг болж чадсан гэж хэлэхэд хилсдэхгүй. Үүнийг дагаад бизнесийн үйл ажиллагаа, тэр дундаа маркетингийн үйл ажиллагаа дижитал орчинд идэвхжиж эхэлжээ. Харин асар бага зардлаар асар олон мянган хүнд хүрэх боломжтой дижитал маркетингийн үйл ажиллагаа маркетингийн ёс зүйд нийцэж байгаа эсэх талаар судлах нь зүйтэй гэж үзсэн юм. Ёс зүй нь соёлт нийгмийн хүн бүрийн баримталж байвал зохих хэм хэмжээний шинжтэй ойлголт. Маркетингийн ёс зүй гэвэл тухайн байгууллагын нэр хүнд, үйл ажиллагаа, цаашидын хөгжил дэвшилд шууд хамаатай, өнөө цагт орхигдуулж үл болох ойлголт билээ.

СУДАЛГААНЫ ХЭСЭГ:

Энэ хэсэгт эрдэм шинжилгээний хурлын хүрээнд гүйцэтгэж буй судалгааны ажлын арга зүй, үр дүнгийн талаар дэлгэрэнгүй харуулж өгөх бөгөөд судалгааны ажлын талаарх ерөнхий мэдээллийг дараах хүснэгтэд харуулж өгсөн болно.

Хүснэгт.01. Судалгааны ажлын ерөнхий мэдээлэл

№	Мэдээллийн өгөгдөл	Тайлбар
1	Судалгааны ажлын нэр	Дижитал маркетингийн ёс зүйн өнөөгийн байдал, тулгамдсан асуудлыг илрүүлэх тандалт судалгаа
2	Судалгааны ажлын зорилго	Техник технологийн үсрэнгүй хөгжил, дижитал шилжилтийн энэ эрин үед маркетингийн ёс зүйн асуудлууд ямар түвшинд тавигдаж байгааг тодорхойлоход судалгааны ажлын амин зорилго оршино.
3	Судалгааны ажлын бүтэц	Судалгааны ажил нь 3 хэсгээс бүрдэнэ. Үүнд нь: <ul style="list-style-type: none"> • Нэгдүгээр хэсэг: Оролцогчдын ерөнхий мэдээлэл (4 асуумж) • Хоёрдугаар хэсэг: Оролцогчдын дижитал хэрэглээний чиг хандлага (10 асуумж) • Гуравдугаар хэсэг: Оролцогчдын маркетингийн ёс зүйн узэл хандлага (12 асуумж)
4	Судалгааны ажлын хэлбэр	Цахим
5	Судалгааны ажилд ашиглах платформ	Google forms
6	Судалгааны ажлын цахим холбоос	https://docs.google.com/forms/d/13hCH5vzRVljqvvGDhvs3L5BtnL--kUWE_T24b3R0QU/closedform

3.1. Судалгааны ажлын арга зүй:

Судалгааны ажлыг цаг үеийн нөхцөл байдалтай холбоотойгоор цахим хэлбэрээр гүйцэтгэж, боловсруулсан бөгөөд судалгааны ажлын арга зүйн талаар дараах хүснэгтэд харуулж өгсөн болно.

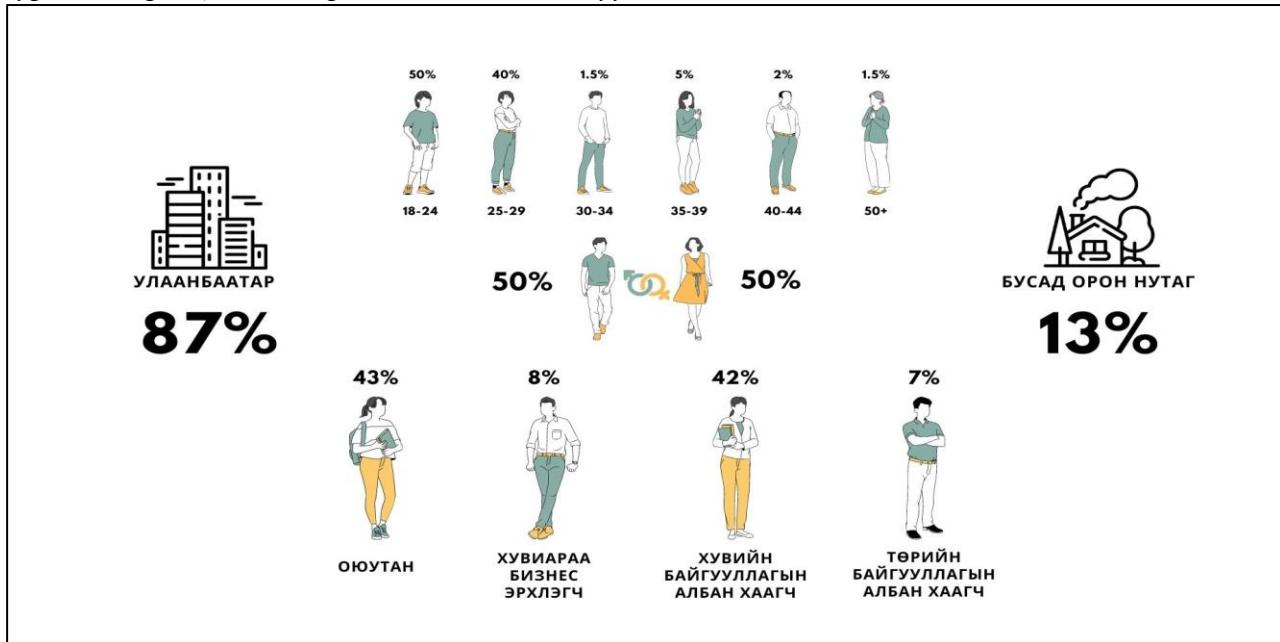
Хүснэгт.02. Судалгааны ажлын арга зүй

№	Арга зүй	Тайлбар
1	Судалгааны арга	Тоон судалгаа-Асуулгын арга
2	Судалгааны түүвэр, тоо	Санамсаргүй түүвэр, 200
3	Судалгааны хугацаа	Ажлын 5 хоног

3.2. Судалгааны ажлын үр дүн:

Цахим талбарт боловсруулагдсан судалгааны материал нь ажлын таван хоногийн туршид цахим хэлбэрт байршиж, санамсаргүй түүврээр нийт 200 оролцогч оролцсон. Оролцогчдыг хүйсийн хувьд авч үзвэл 50/50 харьцаатай байгаа бөгөөд насны бүлгийн хувьд авч үзвэл 50% нь 18-24, 40% нь 25-29, 5% нь 35-39, үлдсэн нь бусад насны бүлэгт хамарагдана. Нийт оролцогчдын 87% нь Улаанбаатар хотод оршин суудаг бол үлдсэн 13% нь бусад орон нутагт оршин суудаг. Оролцогчдыг нийгмийн статусын хувьд авч үзвэл 43% нь оюутан, 42% нь хувийн байгууллагын албан хаагч, 8% нь хувиараа бизнес эрхлэгч, 7% нь төрийн байгууллагын албан хаагч байна.

Зураг.01.Оролцогчдын ерөнхий мэдээлэл /асуумжс 1-4/

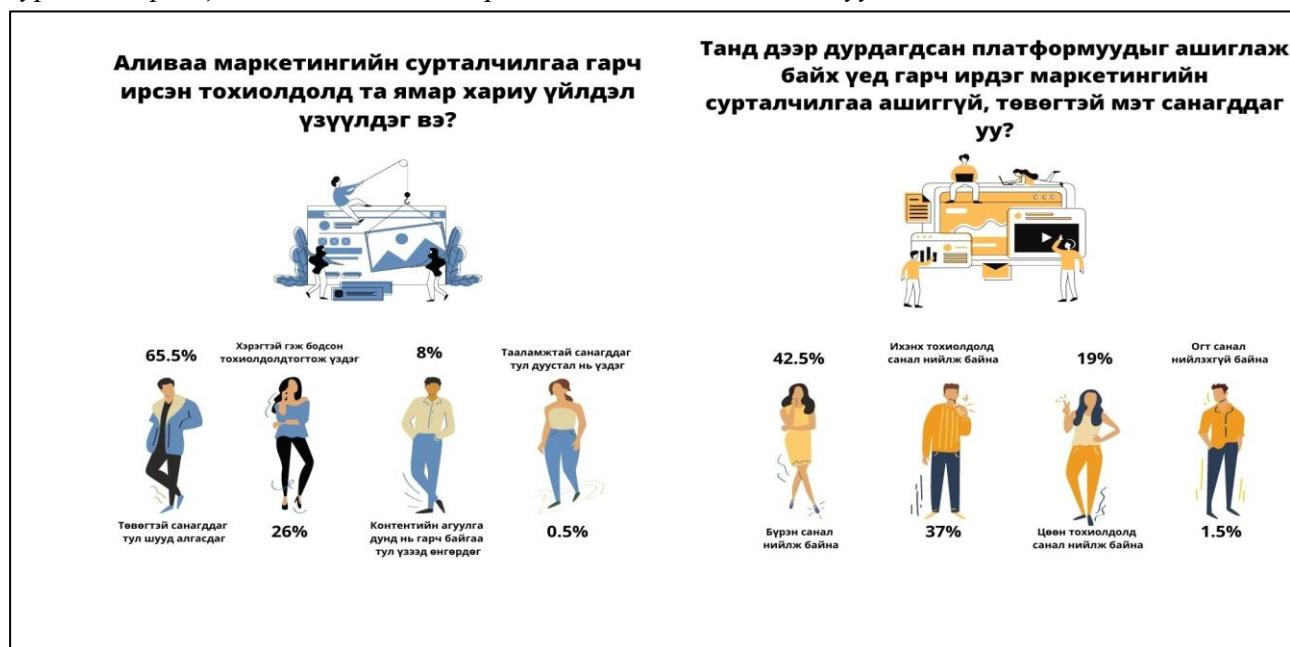


Нийт оролцогчдын 97% нь өдөр тутамдаа сошиал орчинд “Facebook”, “Youtube”, “Instagram” гэсэн платформуудыг тогтмол ашигладаг бол өргөн нэвтрүүлгийн сувгуудыг буюу зурагтыг 71.5% нь өдөр тутамдаа үздэггүй байна. Энэ нь оролцогчид сошиал орчин дахь платформуудыг түлхүү ашигладаг гэсэн үг болно. Дээрх платформуудад нэвтрэхдээ ашигладаг төхөөрөмжийн хувьд авч үзвэл давхардсан тоогоор 197 оролцогч ухаалаг гар утас, 145 оролцогч зөөврийн компьютер, 32 оролцогч таблет, 29 оролцогч суурин компьютер гэсэн санал өгчээ. Оролцогчид ихэвчлэн ухаалаг гар утас, зөөврийн компьютер ашиглаж байгаа нь утасгүй интернэтийн сүлжээгээр дамжуулан сошиал орчинд нэвтэрдэг гэсэн дүгнэлт болно. Харин дээр дурдагдсан платформуудыг ашиглахад болон зурагт үзэхэд зарцуулдаг цагийн тухайд гэвэл “Facebook”-ийг ашиглахад 82 оролцогч 3-4 цаг, 35 оролцогч 0-1 цаг, 33 оролцогч 1-2 цаг, 30 оролцогч 2-3 цаг, 12 оролцогч 4-өөс их цагийг зарцуулдаг, “Instagram”-ийг ашиглахад 83 оролцогч 3-4 цаг, 34 оролцогч 0-1 цаг, 29 оролцогч 1-2 цаг, 22 оролцогч 2-3 цаг, 13 оролцогч 4-өөс их цагийг зарцуулдаг, “Youtube”-ийг ашиглахад 79 оролцогч 3-4 цаг, 31 оролцогч 0-1 цаг, 31 оролцогч 1-2 цаг, 29 оролцогч 2-3 цаг, 13 оролцогч 4-өөс их цагийг зарцуулдаг гэсэн бол зурагт үзэхэд 137 оролцогч 0-1 цаг, 18 оролцогч 1-2 цаг, 12 оролцогч 2-3 цаг, 12 оролцогч 3-аас их цагийг зарцуулдаг гэсэн байна. Эндээс харахад оролцогчдын олонх нь дээрх гурван платформыг ашиглахдаа өдөрт 3-4 цаг зарцуулдаг бол оролцогчдын дийлэнх олонх нь зурагт үзэхдээ өдөрт 0-1 цаг зарцуулж байгаа нь оролцогчид сошиал орчинд илүү идэвхтэй гэдгийг дахин баталж харууллаа. (Асуумж 2.1-2.4)

Оролцогчдын 92% нь дээрх платформуудыг ашиглаж байхад болон зурагт үзэж байхад нь аливаа маркетингийн сурталчилгаа, зар сурталчилгаа агуулсан контент гарч ирдэг, 7% нь заримдаа гарч ирдэг гэж хариулсан байна. Тэдгээр маркетингийн сурталчилгаа, зар сурталчилгаа агуулсан контентийн давтамжийн талаар асуухад 70 оролцогч өдөр тутамд 15-20 удаа, 56 оролцогч 1-5 удаа, 44 оролцогч 5-10 удаа, 23 оролцогч 10-15 удаа, 7 оролцогч 20-оос дээш удаа гэсэн хариулт өгчээ. Оролцогчдын 99% нь сошиал орчинд нэвтэрсэн үедээ, мөн зурагт үзэж байх үедээ ямар нэгэн байдлаар аливаа байгууллагын маркетингийн үйл ажиллагаа, маркетингийн сурталчилгаатай таарсан байна. Эндээс харахад манай оронд дижитал орчинд маркетингийн үйл ажиллагаа асар

идэвхтэй, хүртээмжтэй байдлаар явагдаж байна гэж дүгнэж болох бөгөөд олон байгууллага аль хэдийн дижитал шилжилтээ гүйцэтгэсэн байна. Харин энэхүү асар өргөн дижитал хүрээнд, төрөл бүрийн платформд, олон хэрэглэгчийн өмнө явагдаж байгаа маркетингийн үйл ажиллагааг оролцогчид хэрхэн хүлээн авч, ямар хариу үйлдэл үзүүлдэг талаар асуухад нийт оролцогчдын 65.5% нь “төвөгтэй санагддаг тул шууд алгасдаг”, 26% нь “хэрэгтэй гэж бодсон тохиолдолд тогтох үздэг”, 8% нь “контентийн агуулга дунд гарч байгаа тул үзээд өнгөрдөг”, 0.5% нь “тааламжтай санагддаг тул дуустал нь үздэг” гэж хариулжээ. Дараагийн асуумж болох “Танд дээр дурдагдсан платформуудыг ашиглаж байх үед гарч ирдэг маркетингийн сурталчилгаа ашиггүй, төвөгтэй мэт санагддаг уу?” гэсэн асуумжид 42.5% нь “бүрэн санал нийлж байна”, 37% нь “ихэнх тохиолдолд санал нийлж байна” гэж хариулжээ. Харин тус сурталчилгааг үзээд худалдан авалт хийсэн, бүтээгдэхүүн үйлчилгээг сонирхож үзсэн эсэх асуумжид 60.5% нь “үгүй”, 39.5% нь “тийм” гэж хариулсан байна. Эндээс нэгтгэн үзэхэд оролцогчдын дийлэнх олонход тус маркетингийн сурталчилгаанууд төвөгтэй санагддаг, тийм учраас үзэхгүй шууд алгасдаг, мөн тус сурталчилгаагаар дамжуулан худалдан авалт хийдэггүй байна. Тиймд хэдийгээр дижитал орчинд маркетингийн сурталчилгаа өргөн цар хүрээтэй явагдаж буй боловч хэрэглэгчдээс ирэх хариу үйлдэл, худалдан авалт харьцангуй бага байгааг илтгэнэ. (Асуумж 2.5-2.9)

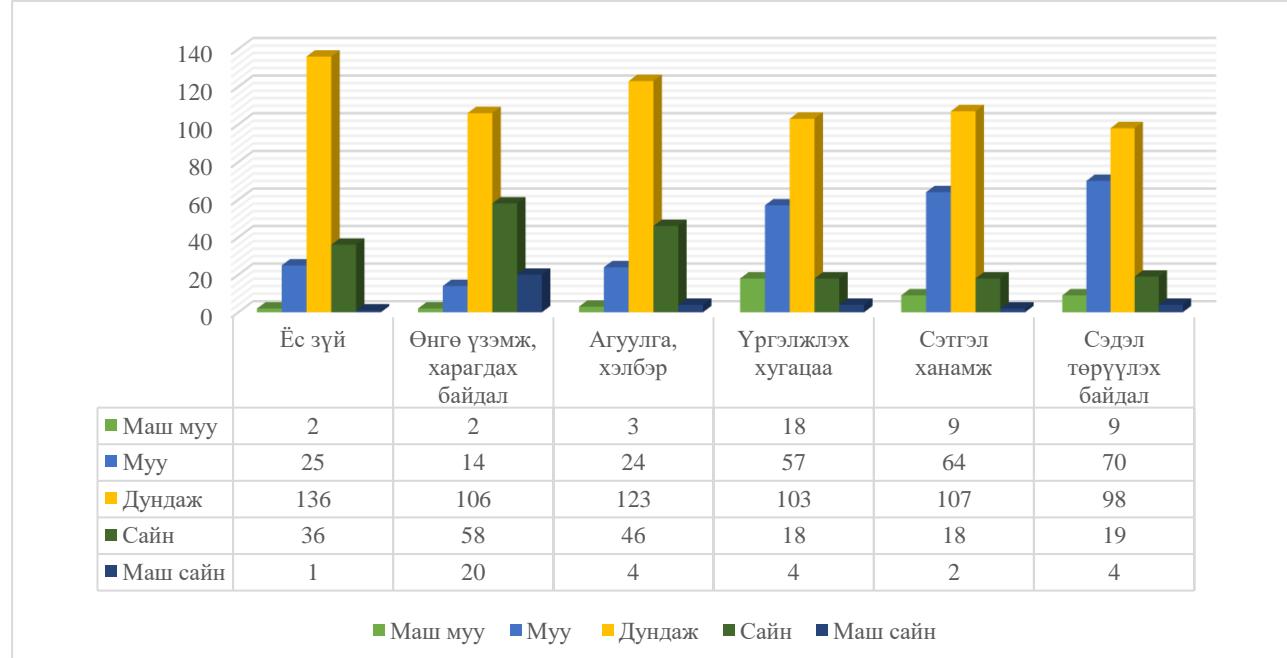
Зураг.02.Оролцогчдын дижитал хэрэглээний чиг хандлага /асуумж 2.7-2.8/



Оролцогдоос маркетингийн ёс зүй гэсэн ойлголтын талаар асуухад давтагдсан тоогоор 133 оролцогч “бүх насны хүн тохирсон сурталчилгаа гаргах, 90 оролцогч “ёс зүйн үндсэн зарчмыг баримтлах явдал”, 76 оролцогч “зөрчиж үл болох тууштай баримтлах хэм хэмжээ” 71 оролцогч “хэрэглэгчийн сонголтыг хүндэтгэх явдал” гэсэн хариулт өгсөн байна. “Та маркетингийн сурталчилгаа нь ямар ч тохиолдолд ёс зүйн хэм хэмжээг баримталсан, хүүхэд санаатай болон санаандгүй байдлаар үзэхэд агуулга, өгүүлэмжийн хувьд буруу үлгэр дуурайлалгүй зохисгүй үйлдэл, үг хэллэг агуулаагүй байх ёстой гэж бодож байна уу?” гэсэн асуултад нийт оролцогчдын 72% нь “бүрэн санал нийлж” гэж хариулсан бол, “Танд дижитал орчинд ёс зүйн хувь зөрчилтэй (зөрчилтэй гэж бодсон) маркетингийн сурталчилгаатай таарч байсан тохиолдол байгаа юу?” гэсэн асуумжид 76% нь тийм гэж хариулжээ. Харин тус ёс зүйн зөрчилтэй сурталчилгааг гаргасан байгууллагад

нь санал хүсэлтээ илэрхийлсэн эсэх талаар асуухад 90.8% нь “үгүй” гэж хариулсан байна. Оролцогчдын хувьд маркетингийн ёс зүй гэдэг нь бүх насын хүнд тохирсон буюу хүүхэд үзэхэд ч ямар нэгэн асуудалгүй, ёс зүйн хэм хэмжээг үндэс болгосон тууштай баримталж байх зарчмын шинж чанартай ойлголт аж. Эндээс нэгтгэн дүгнэж үзвэл оролцогчид маркетингийн ёс зүй байх ёстой гэж үздэг, маркетингийн ёс зүйгүй үйлдэлтэй таардаг ч, цааш нь уламжилдагтүй нь байгууллагуудад маркетингийн ёс зүйн зөрчлөө олж харах боломжийг олгохгүй байгаа бөгөөд дахин маркетингийн ёс зүйгүй үйл ажиллагаа явуулах нөхцөлийг бүрдүүлж байна. “Та тодорхой хяналтгүй, хэт нээлттэй дижитал орчин маркетингийн ёс зүй алдагдах нөхцөлийг бүрдүүлж байна гэж бодож байна уу?” гэж асуухад нийт оролцогчдын 38.5% нь “бүрэн санал нийлж байна”, 37.5% нь “ихэнх тохиолдолд санал нийлж байна” гэж хариулсан. “Та байгууллагууд (хувь хүн) маркетингийн сурталчилгаагаа олон нийтэд хүргэхдээ ёс зүйн асуудлыг чухалчилж авч үзэх ёстой гэж бодож байна уу?” гэсэн асуумжид 61.5% нь “бүрэн санал нийлж байна”, 32.5% нь “ихэнх тохиолдолд санал нийлж байна” гэсэн бол “Таны хүүхэд (дүү) санаатай болон санамсаргүй байдлаар ёс зүйн зөрчилтэй маркетингийн сурталчилгаа үзсэн тохиолдолд буруу үлгэр дуурайлал болно гэж бодож байна уу?” гэсэн асуумжид 51.5% нь “бүрэн санал нийлж байна”, 37% нь “ихэнх тохиолдолд санал нийлж байна” гэж хариулжээ. Дээрх асуумжуудыг нэгтгэн авч үзвэл маркетингийн ёс зүй алдагдаж байгаа нь дижитал орчны хэт нээлттэй байдалтай холбоотой бөгөөд маркетингийн ёс зүйг чухалчилж авч үзэх ёстойгоос гадна аливаа ёс зүйн зөрчилтэй маркетингийн сурталчилгаа хүүхдэд буруу үлгэр дуурайлал үзүүлэх боломжтой гэж оролцогчдын дийлэнх олонх нь үзжээ. (Асуумж 2.10, 3.1-3.6)

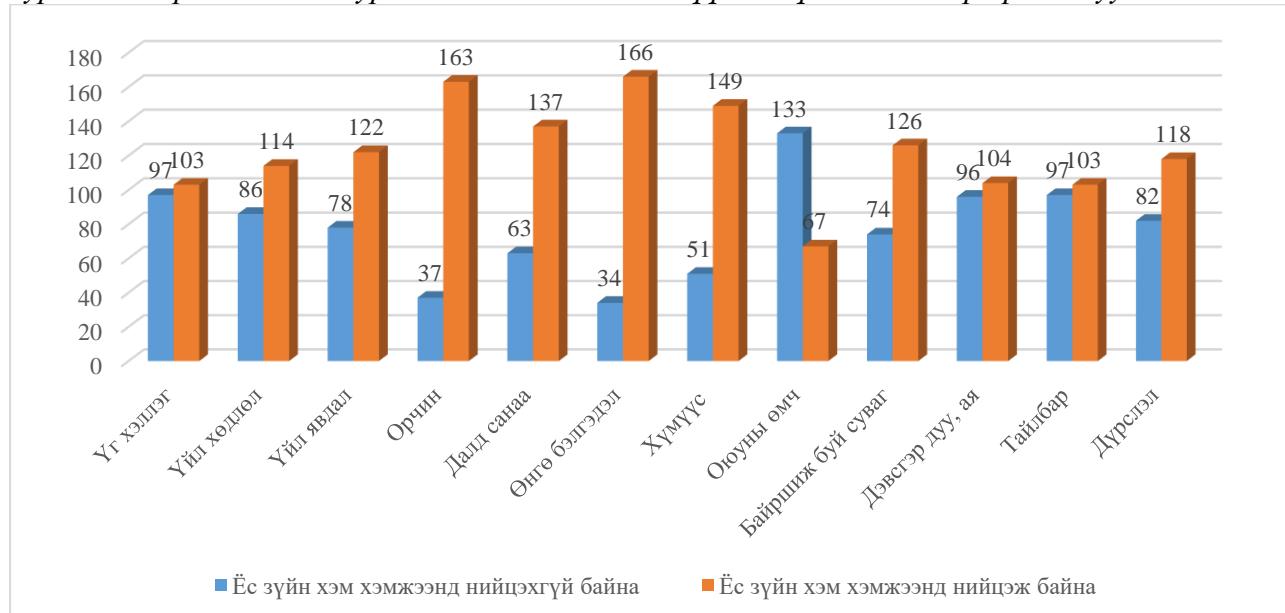
Зураг.03.Маркетингийн сурталчилгаанд өгсөн үнэлгээний график /асуумж 2.7/



Дээрх графикаас ажиглахад оролцогчдын дийлэнх олонх нь дижитал орчин дах маркетингийн үйл ажиллагаа, сурталчилгааны үнэлгээний шалгуур бүр дээр “дундаж” гэсэн үнэлгээ өгсөн байна. Үргэлжлэх хугацаа, сэтгэл ханамж, сэдэл төрүүлэх байдал гэсэн шалгуурууд дээр “муу” гэсэн үнэлгээг мөн олон оролцогч өгсөн нь харагдаж байна. Эндээс дүгнэж авч үзэхэд дижитал орчин дах маркетингийн аливаа сурталчилгаа хэрэглэгчдэд

төдийлөн таалагддаггүй бөгөөд худалдан авах сэдлийг сайтар төрүүлж чаддаггүй болж байна. Мөн дээр дурдсанчлан өдөрт ойролцоогоор 15-20 сурталчилгаатай таардаг, тэдгээрийг дийлэнх олонх нь төвөгтэй гэж үздэг нь дижитал орчин дах сурталчилгааг ингэж үнэлэх шалтгаан болсон байх боломжтой юм. Магадгүй давтамж хэтэрхий олон, мөн ашиглаж буй ихэнх платформ дээр явагдаж буй нь хэрэглэгчдэд сурталчилгаанаас залхах, ач холбогдол өгөхөө болих сэдэл төрүүлсэн байх боломжтой гэдгийг дурдах нь зүйтэй. (Асуумж 2.7)

Зураг.04.Маркетингийн сурталчилгааны элемэнтүүдийн үнэлгээний график /асуумж 3.8/



Дээрх графикаас харахад дижитал орчинд явагдаж байгаа маркетингийн үйл ажиллагаа, маркетингийн сурталчилгааны үйл явдал, орчин, далд санаа, өнгө бэлгэдэл, хүмүүс, байршиж буй суваг гэсэн элемэнтүүд судалгаанд оролцогчдын дийлэнх олонхийн хувьд ёс зүйд нийцэж байгаа бол үг хэллэг, үйл хөдлөл, оюуны өмч, дэвсгэр дуу, ая, тайлбар, дурслэл гэсэн элемэнтүүд ёс зүйд төдийлөн нийцэхгүй байгаа аж. Тэр дундаа оюуны өмч гэсэн элемэнт илт давуу байдалтай байгаа нь аливаа маркетингийн үйл ажиллагаа, маркетингийн сурталчилгаанд оюуны өмчийн зөрчил гэж хэлж болохуйц ёс зүйн зөрчлүүд ихээхэн ажиглагддаг гэсэн дүгнэлтэд хүргэж байна. (Асуумж 3.8)

Дижитал орчин дах маркетингийн үйл ажиллагаа, маркетингийн сурталчилгааг хянаж байх үүрэг бүхий төрийн болон төрийн бус байгууллага байх ёстой эсэх асуумжид 40.5% нь “цөөн тохиолдолд санал нийлж байна”, 32% нь “бүрэн санал нийлж байна”, 27% нь “ихэнх тохиолдолд санал нийлж байна” гэж хариулжээ. Олны танил хүмүүс олон нийтийн платформ дээр бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг сурталчлах нь ёс зүйд нийцэх эсэх асуумжид 45.5% нь “цөөн тохиолдолд санал нийлж байна”, бичил контент бүтээгчид олон нийтийн платформ дээр бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг сурталчлах нь ёс зүйд нийцэх эсэх асуумжид 44% нь “цөөн тохиолдолд санал нийлж байна” гэж хариулжээ. Харин “Аливаа маркетингийн үйл ажиллагаа, маркетингийн сурталчилгаа дижитал орчинд явагдах нь хэрэглэгч таны хувьд илүү хүртээмжтэй, амар хялбар байгаа гэж бодож байна уу?” гэсэн асуумжид 44.5% нь “цөөн тохиолдолд санал нийлж байна” гэж хариулсан байна. Дээрх асуумжуудад оролцогчдын олонх нь эсрэг байр суурь баримталж буйгаа илэрхийлсэн байна. Тухайлбал дижитал орчин дах маркетингийн үйл ажиллагааг хянах үүрэгтэй байгууллага аль ч хэлбэрээр онц шаардлагагүй гэж үзжээ. Мөн олны танил хүмүүс болон бичил контент бүтээгчид бүтээгдэхүүн үйлчилгээг сурталчлах явдал нь оролцогчдын

олонход төдийлөн сайшаагддаггүй байна. Магадгүй энэ нь сүүлийн үед сошиал орчинд олон дагагчтай хүмүүс болон олны танил хүмүүс ихээхэн сурталчилгаа явуулах болсонтой холбоотой байж болох талтай. Мөн оролцогчид хэрэглэгч болохын хувьд дижитал орчинд явагдаж буй маркетингийн үйл ажиллагаа, сурталчилгаа нь тийм ч хүртээмжтэй, амар хялбар биш байгаа нь судалгааны дүнгээс харагдаж байна. (Асуумж 3.9-3.12)

IV.ДҮГНЭЛТ:

СЭЗИС-ийн “Оюутны эрдэм шинжилгээний ХIII бага хурал”-ын хүрээнд “Дижитал маркетинг ба маркетингийн ёс зүйн асуудлын өнөөгийн байдал” гэсэн сэдвийн дор цахим хэлбэрээр, нийгмийн судалгааны асуулгын аргаар явагдсан судалгааны ажил, ажлын таван хоног цахим орчинд байршиж, нийт 200 оролцогч оролцож, амжилттай өндөрлөсөн болно. Судалгаанд нийт 100 эрэгтэй, 100 эмэгтэй оролцогч оролцсон бөгөөд 90% нь 18-29 настай аж. Судалгаанд бусад насын бүлгүүдээс дижитал хэрэглээг харьцангуй өндөр түвшинд, олон төрлийн зорилгоор хэрэглэдэг идэр залуу насыхан идэвхтэй оролцсон нь сайшаалтай.

Оролцогчдын дийлэнх олонх нь сошиал орчинг өдөр тутмын амьдралынхаа нэгээхэн чухал хэсэг болгосон агаад утасгүй интернэтийн сүлжээгээр дамжуулан өдөрт 3-4 цагийг олон төрлийн платформуудыг ашиглахад зарцуулдаг. Энэ хугацаандаа ойролцоогоор 15-20 удаа дижитал маркетингийн сурталчилгаатай тааралдах нь манай орны бизнес эрхлэгчид цаг үетэйгээ хөл нийлүүлэн алхаж, өөрчлөлт шинэчлэлтийг нэвтрүүлж буйг харуулна. Гэсэн хэдий ч тэр чинээгээрээ амжилтыг авчрахгүй байгаа бөгөөд хэт их давтамжтай, хaa сайгүй байрласан сурталчилгаанаас хэрэглэгчид залхаж, төвөгшөөх хандлагатай болж иржээ.

Маркетингийн ёс зүй гэдэг нь оролцогчдын хувьд бүх насын хүмүүс үзэхэд тохиromжтой, ёс зүйн хэм хэмжээний үндэстэй, тууштай баримталж байх ёстой ойлголт аж. Ямар ч байгууллага байсан олон нийтийн платформд сурталчилгаа байршуулах тохиолдолд маркетингийн ёс зүй гэдэг ойлголтыг сахиж байх ёстой гэж үзэж байгаагас гадна өнөөгийн байдал нь хэрэглэгчдийн хувьд төдийлөн сайн биш байгаа юм. Ялангуяа оюуны өмч, оюуны эрхийн тал дээр ёс зүйн хувьд зөрчил ихээхэн ажиглагдаж байгаа нь зайлшгүй шүүмжлэлтэй хандах шаардлагатай зүйл гэж үзэх юм.

Маркетингийн олон талт үйл ажиллагааг зохицуулагч ёс зүй нь зарчмын шинж чанараа алдаж, цөөнгүй тохиолдолд зөрчигдөж буй нь дижитал орчны хяналтгүй, хэт нээлттэй байдалтай холбоотой агаад хэрэглэгчид зөрчил бүхий сурталчилгаатай таарсан ч холбогдох байгууллагад нь санал гомдлоо илэрхийлдэггүй байдал нь улам даамжрах нөхцөл бодлог байна. Гэхдээ оролцогчид дижитал орчинг хянах байгууллага байх шаардлагагүй гэж үзэж байгаа бөгөөд заавал ямарваа нэг төрийн болон төрийн бус байгууллагын хяналтгүйгээр хэрэглэгч, нийлүүлэгчийн идэвхтэй оролцооны үндсэн дээр зөрчил арилах боломжтой юм.

Оролцогчдын олонхын хувьд урлаг, спорт гэх мэт салбарын олны танил хүмүүс, олон дагагчтай хүмүүс, контент бүтээгчид бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ сурталчлах нь ёс зүйд төдийлөн нийцэх үйлдэл биш гэж үзжээ. Энэ нь магадгүй сүүлийн жилүүдэд тус үйлдлийг хийдэг хүмүүс ихэд олширсонтой холбоотой байх боломжтой. Мэдээж хэрэг олон дагагчтай, олны танил, контент бүтээгчид олон нийтэд нөлөөллийн маркетингийг

хүчтэйгээр үзүүлэх боломжтой боловч хэт олон болоод ирэх нь сөрөг үр нөлөөг авчирна. Тиймд хэт олширсон үзэгдэл нь хэрэглэгчдэд ёс зүйгүй санагдаж эхэлсэн байгаа юм.

Энэхүү судалгааны ажлын үр дүнд ерөнхийдөө үндсэн хоёр дүгнэлтийг гаргаж ирэх нөхцөл бүрдсэн байна. Нэгдүгээрт хэрэглэгчид дижитал орчинтой салшгүй нэгдсэнтэй холбоотой дижитал маркетинг хурдацтайгаар хөгжсөн боловч хэрэглэгчдэд залхах, үл тоох хандлага төлөвшиж эхэлсэн. Хоёрдугаарт дижитал орчинд маркетингийн ёс зүй хангалттай түвшинд хүрч чадахгүй байгаа бөгөөд үүнд хэрэглэгчид ч, байгууллагууд ч буруутай учраас аль алиных нь идэвхтэй оролцоо байж чадсанаар маркетингийн ёс зүй төдийгүй шударга өрсөлдөөний орчин бүрдэх боломж үүсэх нэгэн хөшүүрэг болж өгөх юм.

V.САНАЛ ЗӨВЛӨМЖ:

Энэ хэсэгт дээрх хэсгүүдэд дурдагдсан судалгааны ажлын үр дүн, дүгнэлт дээр үндэслэн дараах санал зөвлөмжүүдийг дэвшүүлж байна.

- Нэгэнт ихэнх хэрэглэгчид дижитал орчинд идэвхтэй байдаг болсон учир дижитал маркетингийн үйл ажиллагаагаа зогсоох гэдэг утгагүй хэрэг. Харин өөрсдөөсөө асуух асуух өгүүлбэрээ өөрчлөх хэрэгтэй. “Хэрхэн олон хүнд хүргэх вэ?” биш “Хэрхэн олон хүний анхаарлыг татах вэ?” гэдэг асуултаар асуух өгүүлбэрээ солих юм бол үр дүн нь өөрчлөгдөх магадлал өсөх юм. Харин хэрэглэгчдийн анхаарлыг татахдаа маркетингийн ёс зүйн ямарваа зөрчилгүйгээр, бүтээлч сэтгэлгээний цар хүрээг ашиглах нь зүйтэй.
- Орчин үед оюуны өмчийн тухай асуудал машид чухалчилж үзэх зайлшгүй шаардлагатай зүйл болсон. Таниас өмнө хэн нэгэн таны бичсэн үг, өгүүлбэртэй адил утга санаа бүхий зүйлийг бичсэн л бол тэр нь таны өмнө бичсэн хүний оюуны өмч болж хувирна. Тиймд дижитал орчинд маркетингийн үйл ажиллагаа, маркетингийн сурталчилгаа явуулахдаа ашиглах дэвсгэр дуу, зураг , шүлэг гэх мэт бүх зүйлийг оюуны өмчийн зохих ёсны стандартын дагуу хийж гүйцэтгэх хэрэгтэй.
- Дижитал орчин маркетингийн ёс зүйг хангах үйл ажиллагаанд дан ганц бизнесийн байгууллагын үйл ажиллагаа хангалтгүй бөгөөд хэрэглэгчдийн зүгээс ч үүнд идэвхтэй оролцож байх хэрэгтэй. Учир нь маркетингийн үйл ажиллагаа нь хэрэглэгч нийлүүлэгчийн хоорондох мөнхийн харилцаа бөгөөд аль аль талаасаа санал хүсэлтээ илэрхийлж байж аль аль талдаа сэтгэл ханамжтай, үр ашигтайгаар хамтран ажиллах нөхцөл бүрэлдэн тогтох боломжтой болох юм.
- Нийгмийн амьдралын орчинд хүн бусадтай зэрэгцэж оршдогтой агаар нэгнээр хүмүүс олон нийтийн цахим орчинд ч олон төрлийн хүмүүс эн зэрэгцэн оршиж байдаг гэдэг үндсэн ухагдахууныг сайтар ойлгож, нийлүүлэгчийн зүгээс маркетингийн ёс зүйн үндсэн зарчмуудыг баримталж, хүмүүсийн ялгаатай байдлыг хүндэтгэж, бага насны хүүхдүүдэд буруу үлгэр дуурайдал, буруу ойлголт төрүүлэх боломжгүй маркетингийн үйл ажиллаа, маркетингийн сурталчилгааг нэвтрүүлж байх хэрэгтэй.
- Хэрэглэгчийн хувьд нийлүүлэгчээс бүрэн төгс үйл ажиллагаа, уран тансаг сурталчилгааг шаардах явдлаа урьтал болголгүйгээр ямарваа нэгэн алдаа

дутагдал, ёс зүйн зарчмын хувьд гажуудсан зүйл ажиглагдсан тохиолдолд холбогдох байгууллагад нь хандаж, санал хүсэлтээ хүргүүлж байх нь дараа дараагийн удаа нийлүүлэгч алдсан алдаагаа засах боломжийг бүрдүүлж өгөх юм. Ёс зүй гэдэг ойлголт нь хууль эрх зүйн ойлголт биш учраас заавал түүнийг хянаж байх ёстой төрийн болон төрийн бус байгууллага байх шаардлагагүй.

Судалгааны ажлын үр дүн, дүгнэлт дээр үндэслэн дээрх таван санал зөвлөмжийг эрдэм шинжилгээний ажлын хүрээнд боловсруулан хүргүүлж байгаа болно. Эдгээр санал зөвлөмжүүдийг бодит байдал дээр хэрэгжүүлэх аваас дижитал орчинд үүсээд буй тулгамдаж буй асуудал, маркетингийн ёс зүйн хувьд зөрчигдөж буй явдлуудыг засаж, сайжруулахад бага ч гэсэн хувь нэмэр оруулж чадна гэдэгт итгэлтэй байна.

VI.НОМ ЗҮЙ:

- *Average hours per day spent in primary activities for the civilian population, 2019 quarterly and annual averages.* (2021, 05 05). Retrieved from <https://www.bls.gov/>: <https://www.bls.gov/news.release/atus.t12.htm>
- *Internet 2021: Usage in Asia.* (2021, 05 05). Retrieved from <https://www.internetworkstats.com/>: <https://www.internetworkstats.com/stats3.htm>
- Simon, K. (2020, 05 5). *DIGITAL 2020: Global digital overview report.* Retrieved from <https://datareportal.com/>: https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2020&utm_content=Dual_Report_Promo_Slide
- *Average time spent daily on social media (Latest 2020 data).* (2021, 05 05). Retrieved from <https://www.broadbandsearch.net/>: <https://www.broadbandsearch.net/blog/average-daily-time-on-social-media?fbclid=IwAR1GiARnw94rAFNtqBBLfib0lVMu3l2Dnb7rC5TZy9yBXpcLn8nqTk2gkJo>

БЭЛЧЭЭР АШИГЛАЛТЫН ШИНЖИЛГЭЭ

/Өмнөговь аймгийн жишээн дээр/

ХААИС-ийн оюутан Д.Нарандулам

ХУРААНГҮЙ

Монголчууд эрт дээр үеэсээ малаа даган жилийн дөрвөн улиралдаа нутаг сэлгэн нүүдэллэн амьдарч ирсэн аугаа түүхтэй ард түмэн. Тиймдээ ч Монгол Улсын хөгжлийн үндэс нь ХАА (ДНБ-ний 10.7%) болон уул уурхайн (ДНБ-ний 23.7%) салбар байдал. (ҮСГ, 2019) Эдийн засаг сайжрахын хэрээр тулгуур салбарын үйлдвэрлэл нэмэгдэж улмаар байгалийн нөөц тэр дундаа бэлчээрийн газар доройтож байгаа тул түүнд нөлөөлж буй хүчин зүйлс, ашиглалтын зохистой хэмжээг тодорхойлох зайлшгүй шаардлага тулгараад байна. Иймд улсын стратегийн ач холбогдол бүхий томоохон орд газрууд байрласан Өмнөговь аймгийг сонгон авч бэлчээр ашиглалтын шинжилгээнд уул уурхайн нөлөөллийг тусган Sustainable Harvesting Model буюу байгалийн нөөцийн тогтвортой ашиглалтын загварыг Монголд анх удаа ашиглан судалгааны ажил гүйцэтгэв.

Түлхүүр үг: Нөхөн сэргээгдэх шавхагдах нөөц, Тогтвортой ашиглалт, Уул уурхай

Оршил.

Монголын бэлчээрийн мал аж ахуйд 1990 онд мал сүргийг хувьчилж, зах зээлийн эдийн засгийн харилцаанд шилжсэнээс хойш малчдад бэлчээрийг эзэмшүүлэх, өмчлүүлэх, ашиглуулах асуудал маргаантай хэвээр байгаа билээ. (ХААИС, Нийгмийн шинжлэн ухааны хүрээлэн, 2017) Үндэсний статистикийн газрын мэдээгээр Монгол улсын бэлчээрийн газар 110.3 сая га гэж бүртгэгдсэн байх ба уг нөөцийг хэрхэн тогтвортой ашиглах вэ? гэдэг асуудал нэн тэргүүнд тавигдаж байна.

Манай орны судлаачид, төсөл хэрэгжүүлэгчид, мэргэжлийн байгууллага, холбоодын сүүлийн 10 гаруй жилийн туршид хийж байгаа судалгаагаар Монгол Улсын бэлчээрийн газрын 78.6 хувь нь тодорхой хэмжээгээр доройтолд ороод байна. Аймгуудын төлөв байдлыг харвал хамгийн их бэлчээрийн доройтолд өртсөн аймаг нь Дундговь (94%) байгаа бол төвийн бүсээс Өмнөговь аймагт бэлчээрийн доройтол хамгийн бага байгаа гэхэд л 47.8 хувьтай байна. (МБАНХ, 2016) Бэлчээрийн доройтлыг бууруулах, улмаар урьдчилан сэргийлэхийн тулд бус нутаг тус бүрийн бэлчээр ашиглалтын оновчтой нормыг тогтоох, малын тоо толгойг түүнд нийцүүлэх, хууль эрх зүйн үндсийг боловсронгуй болгох хэрэгтэй юм.

Бэлчээрийн даац, багтаамж нь хэдийгээр уур амьсгал, цаг агаарын нөхцөл, малын тооноос шууд хамааралтай боловч бэлчээрийн газраас хот, суурин, зам, шугам сүлжээ, уул уурхайн зориулалтаар олгож буй газрын хэмжээ жил ирэх тусам нэмэгдэх (2016 онд 119.8 мянган га) мөн эрх зүйн орчин дутмаг байгаа нь бэлчээрийн тогтвортой менежментийг хэрэгжүүлэхэд сөргөөр нөлөөлж байна гэж үзжээ. (ХХААХҮЯ, 2016)

Иймд бэлчээрийн доройтолд хамгийн их өртөөд байгаа Дундговь аймагтай уур амьсгалын хувьд нэг бүсчлэлд багтах хамгийн бага бэлчээрийн доройтол бүхий Өмнөговь аймгийг сонгон 2021 оны байдлаарх бэлчээр ашиглалтын шинжилгээг хийн, дүгнэлт санал бэлтгэх зорилго тавин ажиллаж байна. Уг судалгааны ажлыг гүйцэтгэснээр судлаач миний онолын мэдлэгийг бататган, дараа дараагийн судалгааны ажлын үндэс болох төдийгүй бусад аймгийн хувьд бэлчээрийн доройтлыг багасгах жишиг болох практик ач холбогдолтой юм.

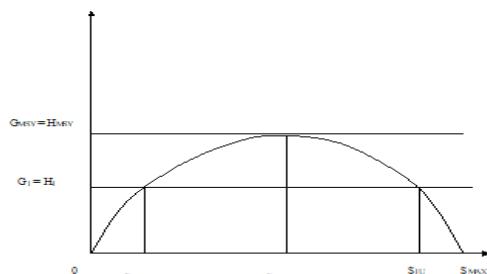
I БҮЛЭГ. БАЙГАЛИЙН НӨӨЦИЙН ТОГТВОРТОЙ АШИГЛАЛТ, ТҮҮНИЙ АНГИЛАЛ

1.1 Тогтвортой хөгжил: Байгалийн нөөцийн тогтвортой ашиглалт

Тогтвортой хөгжил гэдэг нь ирээдүй үеийн хэрэглээнд нөлөөлөхгүйгээр эдийн засгийн тогтвортой өсөлтийг бий болгох үйл явц юм. Байгаль, эдийн засаг, нийгмийн асуудлыг цогцоор нь шийдвэрлэж, алс хэтийг харсан цогц хөгжлөөр тогтвортой хөгжлийн үндсэн агуулгыг бүрдүүлдэг.

Тогтвортой хөгжлийн 3 багана:

- Нийгэм + Эдийн засгийн тогтвортой байдал = Шударга, тэгш байх
- Нийгэм + Байгаль орчны тогтвортой байдал = Ачаалал даахуйц
- Эдийн засаг + Байгаль орчны тогтвортой байдал = Оршин тогтохуйц байна.



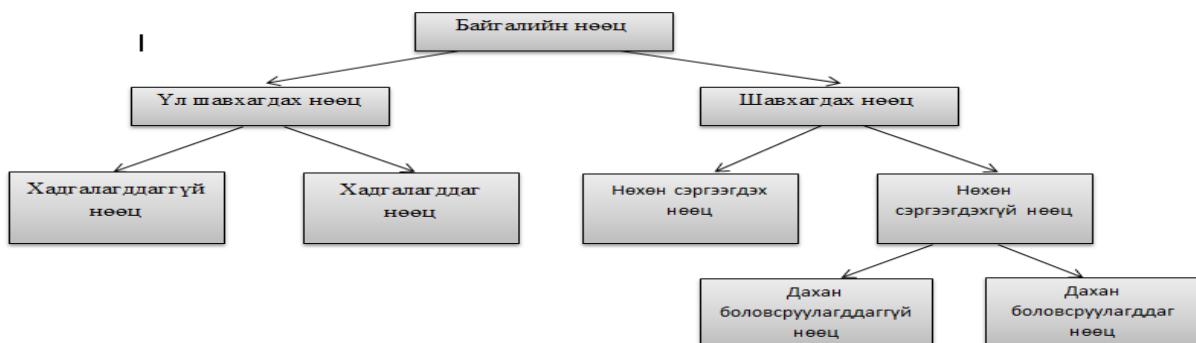
Тогтвортой ашиглалтын маш олон төрөл байдаг.
Тогтвортой ашиглалт $H=S$ мөн $dS/dt=0$
 H = ашиглалт, G = цэвэр байгалийн өсөлт
Цэвэр байгалийн өсөлтийн хэмжээ нь хамгийн их байх боломжтой тодорхой суурь нөөцийн хэмжээ нь хамгийн их ашиглалтын түвшин maximum sustainable yield байна.

График 1.1 Тогтвортой ашиглалт. Эх сурвалж: (Pertman, 2003)

Нөөцийн ашиглалтын хэмжээ (H) нь нөөцийн байгалийн цэвэр өсөлтийн хэмжээтэй (G) тэнцүү байх хугацаа нь тогтвортой ашиглалтын гол ойлголт байдаг. Нөхөн сэргээгдэх нөөцийн бодит өсөлтийн хурд тэгтэй тэнцүү ($F=G-H$, $F=0$) байх үеийн ашиглалт нь тогтвортой ашиглалтын дээд хэмжээ (H_{MSY}) байх ба энэ үед суурь нөөцийн хэмжээ тогтмол байна. Гэвч H_{MSY} түвшин нь тогтвортой ашиглалтын цорын ганц хувилбар биш юм. Учир нь нөөцийн хамгийн их түвшин хүртэл тогтвортой төлөвт дэмжлэг үзүүлэх боломжтой юм. $H_{MSY} > H_1$ ашиглалт нь нөөцийн хамгийн бага эсвэл хамгийн их хэмжээний аль нэгээр ашиглах тохиолдолд нөөц тогтвортой өсөх боломжтой юм.

1.2 Байгалийн нөөц: Нөхөн сэргээгдэх, шавхагдах нөөцийн талаар

Байгалийн нөөц нь хүний гараар бүтээгдээгүй, байгальд оршин байдаг, хүн ба амьд амьдралын оршин тогтонохуйн үндэс болсон ус, хөрс, агаар, ой, эрдэс, бусад биологийн нөөцийг хэлдэг. Байгалийн нөөцийг ашиглагдах байдлаар нь шавхагдах нөөц ба үл шавхагдах нөөц гэж 2 ангилна.



Зураг 1.1 Байгалийн нөөцийн ангилал

Шавхагдах болон үл шавхагдах нөөцийн гол ялгаа нь одоогийн хэрэглээ ирээдүйн нөөцийн хэмжээнд хэрхэн нөлөөлж байгаагаар тодорхойлогдоно. Сэргээгдэх нөөц нь биотик бүлгэмдэл байх ба нөхөн сэргээгдэх хугацаа нь харилцан адилгүй байна. Тэгэхээр бэлчээр бол байгалийн нөхөн сэргээдэх, шавхагдах нөөц болж байна. Иймд сэргээгдэх нөөцийн ашиглалтын хурдац түүнийг дахин бий болох хурдацтай тохирч байх ёстой.

Байгалийн нөөц гэдэг хэн нэгэн хүний хувийн эрх мэдэлд бус нийтийн эзэмшилд байдаг онцлогтой. Нийтийн эзэмшлийн байгалийн нөөц нь бусдын ашиглалтыг хязгаарлахад бэрхшээлтэй боловч нэгэнт ашигласан бол бусад хүн ашиглах боломжийг бууруулж байдаг. Гэвч нийтийн эзэмшлийн нөөцийг ашиглагч бүр хувийн ашиг орлогоо нэмэгдүүлэх сэдлээр ашиглах нь дундын өмчийг устаж үгүй болоход хүргэн нийтийн өмчийн эмгэнэлийг бий болгоно. Иймд **нийтийн эзэмшлийн үеийн тэнцвэрийн** хоёр төрлийн шийдлийг хайх болно.

Тогтвортой байдлын шийдэл. Тогтвортой аж байдлын тэнцвэржилт нь биологи ба эдийн засгийн нийлмэл тэнцвэржилтээс үүсдэг учраас үүнийг заримдаа био-эдийн засгийн /*bioeconomic*/ тэнцвэржилт гэдэг. Суурь нөөц нь цаг хугацааны хувьд тогтмол байх үед биологийн тэнцвэр бий болдог.

Тэнцвэрт байдлын дагуух өөрчлөлтүүд. Тухайн нөхцөл байдлын өөрчлөлтийг тэнцвэрт байдалд нийцүүлэн өөрчлөх ба загвар нь динамик шинжтэй байна. Энэ тохиолдолд нөөцийн тоо хэмжээний өөрчлөлт, орчны нөхцөл чухал.

Нийтийн эзэмшлийн газар түрээсгүй үед л эдийн засгийн тэнцвэр байх боломжтой. Өөрөөр хэлбэл цэвэр ашиг нь тэгтэй тэнцүү байх үе юм.

$$NB = B - C = 0 \quad (1.1)$$

Энэ нөхцөл хангагдсан үед, $\frac{dE}{dt} = 0$ чармайлтын түвшин нь тэнцвэрийн үед тогтвортой байна.

$$E = E^* \quad (1.2)$$

1.3 Нөхөн сэргээгдэх, шавхагдах нөөцийн тогтвортой ашиглалтын загвар

Хөрс бол хамгийн үнэтэй нөөц бөгөөд цаг уур, амьд организмын оролцоотойгоор маш удаан сэргээгдэнэ. Амьд организмын биологийн өсөлтийн үйл явц дараах байдлаар тодорхойлждано.

$$G_t = S_{t+1} - S_t \quad (1.3)$$

Энд: S нь нөөцийн хэмжээ, G нь өсөлтийн хэмжээ байна. Үүнийг нягтаршлаас хамааралтай өсөлт буюу *density dependent growth* гэдэг. Тасралтгүй үргэлжлэх цагийн тэмдэглэгээ дараах хэлбэртэй байна.

$$G = G(S) \quad (1.4)$$

Тэгэхээр тогтвортой ашиглалтыг тооцоолоогүй үед байгалийн нөөцийг ашиглахгүй байх үеийн логистик өсөлтийн функц дараах хэлбэртэй байна.

$$G(S)t = St - 1 - St = gSt \left(1 - \frac{St}{S_{max}}\right) \quad (1.5)$$

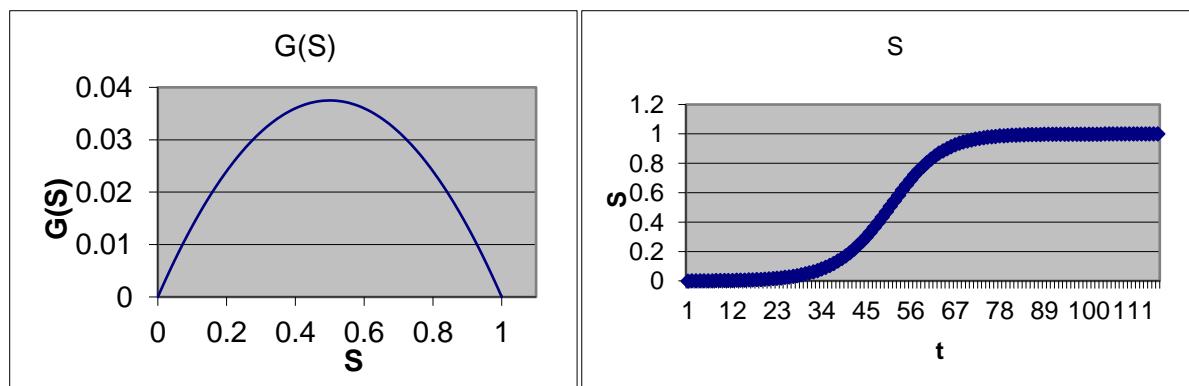


График 1.2 Логистик өсөлт.

Харин тогтвортой ашиглалтын загвар (Sustainable Harvesting Model) ашигласан үед нөөцийн хэмжээ нь:

$$St+1 = St + Gt - Ht \quad (1.6)$$

болов ба St -г тэнцэтгэлийн нөгөө талд гаргавал $St+1 - St = Gt - Ht$ болно. Хэрэв $H=G$ бол S тогтмол байх болно. Байгалийн нөөцийн тогтвортой ашиглалтын загварын томьёолол дараах хэлбэртэй болно.

$$G(S)t = St + 1 - St = g \left(1 - \frac{St}{S_{max}} \right) St - Ht \quad (1.7)$$

Уг загварын тусламжтайгаар байгалийн нөөцийн тогтвортой ашиглалтын хамгийн их хэмжээ болон ашиглах хугацааны талаар мэдэх боломжтой юм.

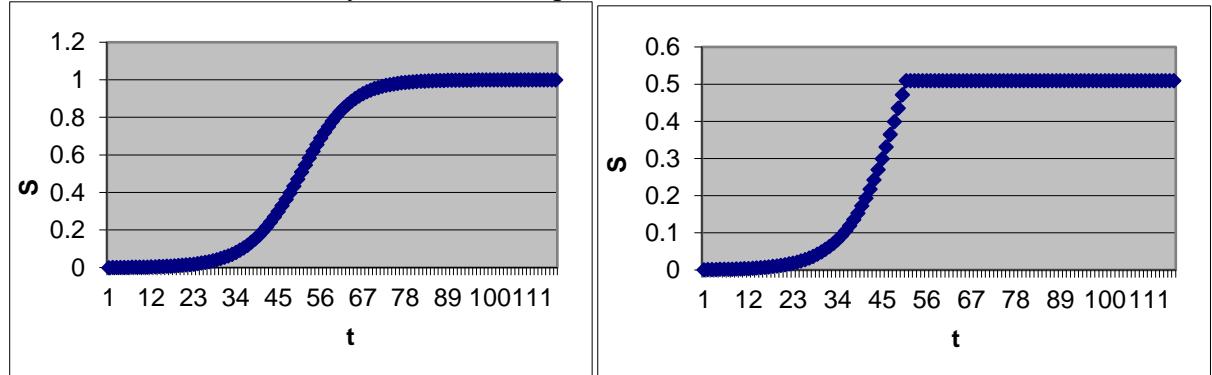


График 1.3 Нөөц ашиглалтын энгийн болон тогтвортой ашиглалт.

Энгийн логистик өсөлтийн үед нөөц ашиглалт өнөө үедээ их байх ба богино хугацаанд хэтрүүлэн ашигладаг байна. Ингэснээр нөөцийн ашиглалт нь биологийн өсөлтөөсөө хэтэрч ($H>G$), ашиглалтын хугацаа болон нөөцийн хэмжээ буурдаг. Харин тогтвортой ашиглалтын үед биологийн өсөлттэй тэнцүү хэмжээгээр ашиглах нь хамгийн их зохистой норм бөгөөд илүү урт хугацаанд тогтвортой ашиглах боломжийг бүрдүүлнэ.

Байгалийн нөөцийн тогтвортой ашиглалтын загварыг нийтийн болон хувийн өмчийн хүрээнд тооцох боломжтой ба хувийн өмчийн загварын хувьд нөөцийн хэмжээ, үр ашиг, ашиглалтын оновчтой хэмжээ нь харьцангуй өндөр байдаг.

Хүснэгт 1.1 Нийтийн болон хувийн өмчийн загварын томьёолол

	Нээлттэй загвар /Монгол Улсын бэлчээр/	Хаалттай загвар /Монгол Улсын мал/
Тогтвортой	$S^* = \frac{w}{Pe}$	$S^* = \frac{1}{2} \frac{PeS_{max} + w}{Pe}$
Үр ашигтай	$E^* = \frac{g}{e} \left(1 - \frac{w}{PeS_{max}} \right)$	$E^* = \frac{1}{2} \frac{g}{e} \left(1 - \frac{w}{PeS_{max}} \right)$
Оновчтой	$H^* = \frac{gw}{Pe} \left(1 - \frac{w}{PeS_{max}} \right)$	$H^* = \frac{1}{4} \frac{g(PeS_{max} - w)(PeS_{max} + w)}{p^2 e^2 S_{max}}$

Эх сурвалж: (SHI, 2020)

H = Нөөцийн оновчтой хэмжээ

e = Үр ашигийн параметр

E = Хүчин чармайлт буюу нөөц ашиглагчдын тоо

S = Нөөцийн хэмжээ

J = Ашигт ажиллагаа

P = Нөөцийн нийт үнэ, p = Нөөцийн цэвэр үнэ ($p=P-c$)

w = Хүчин чармайлтын нэгж өртөг

d = Хариу параметр

g = Өсөлтийн хурд (пропорциональ хэмжүүр)

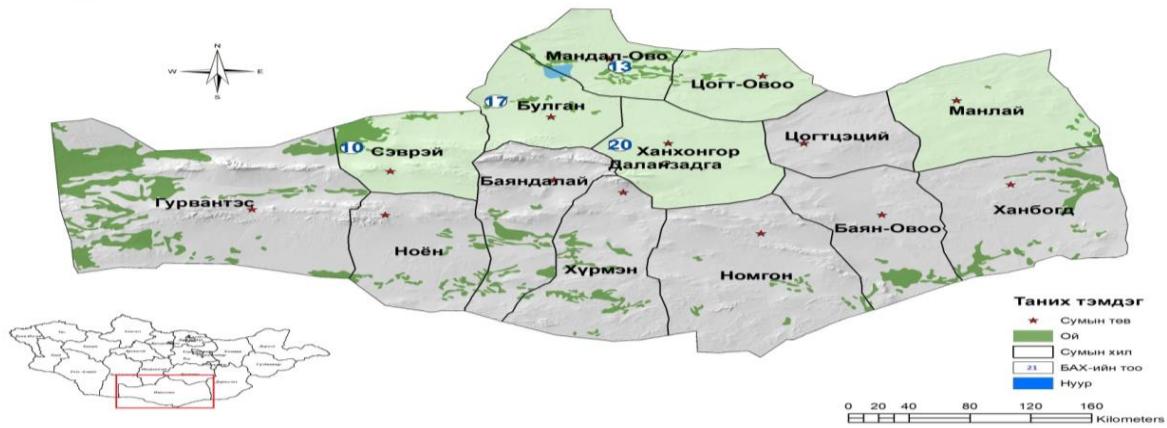
$SMAX$ = хүрээлэн буй орчны даац

II БҮЛЭГ. БЭЛЧЭЭРИЙН ТӨЛӨВ БАЙДАЛ

2.1 Бэлчээрийн тогтвортой ашиглалтын загварт ашигласан тоо мэдээлэл

“Ногоон алт-Малын эрүүл мэнд” төсөл 2017 оноос эхлэн Өмнөговь аймгийн 6 суманд үйл ажиллагаа явуулж эхэлсэн. Төслийн хүрээнд нийт 60 Бэлчээр Ашиглагчдын Хэсэг

(БАХ) зохион байгуулалтад орсон. Аймаг болон сум бүрд Бэлчээр ашиглагчдын хэсэг, Бэлчээрийн Менежментийн Ажлын Хэсэг байгуулсан ба Ханхонгор суманд 20, Сэврэй суманд 10, Булган суманд 17, Мандал-Овоо суманд 13 БАХ тус тус байна.



Зураг 2.1 Өмнөговь аймгийн Бэлчээр Ашиглагчдын Хэсгийн байршил. Эх сурвалж: (МБАНХ, 2016)

Өмнөговь аймгийн бэлчээр ашиглалтын шинжилгээг Сэврэй болон Гурвантэс сумдаар хязгаарлан уул уурхайн нөлөөллийг тусган, бэлчээрийн тогтвортой ашиглалтын загварыг мал сүрэг, бэлчээр ашиглалт гэх нөхөн сэргээгдэх 2 төрлийн нөөцөөр харьцуулан судлав.

Ханхонгор сум. Өмнөговь аймгийн Ханхонгор сум нь 1924 онд байгуулагдсан. Аймгийн төвөөс 25 км зайд орших харьцангуй төв орчмын сум. 4 багийн нийт 698 өрх, 2113 хүн, 993130 га газар нутагт амьдарч байна. Хүн амын тоогоор Өмнөговь аймгийн 15 сумаас 6-д, газар нутгийн хэмжээгээр 3-т ордог.

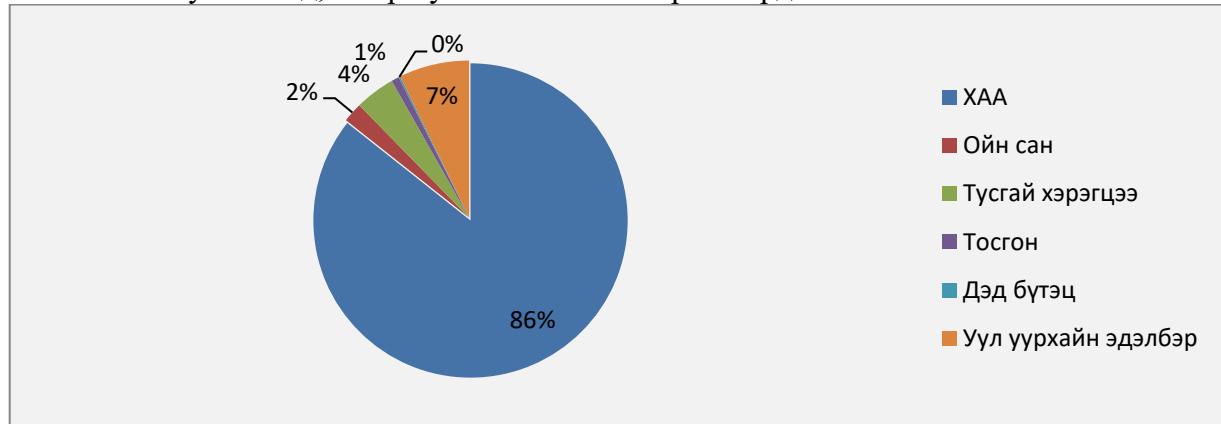


График 2.1 Ханхонгор сумын газар нутгийн хэмжээ, зориулалт

Ханхонгор сумын нийт газар нутгийн 86 орчим хувийг Хөдөө аж ахуйн зориулалттай газар /850,699 га/ эзэлж байгаа бол уул уурхайн эдэлбэр газар /71890 га/ 7.2 хувийг эзэлж байна.

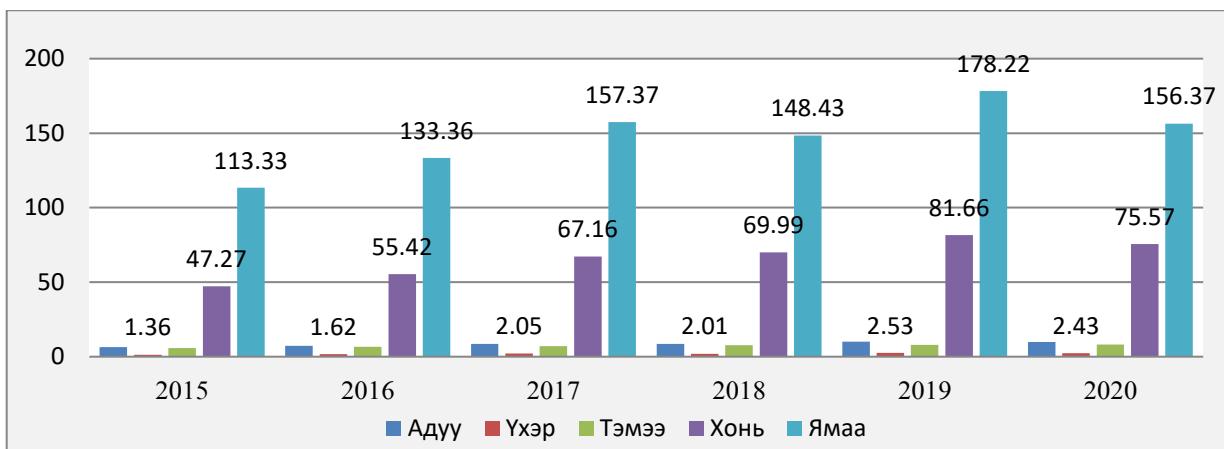


График 2.2 Өмнөговь аймгийн Ханхонгор сумын мал сүргийн тоо, малын төрлөөр /мян.тол/ Эх сурвалж: (УСГ, Статистикийн Мэдээллийн Нэгдсэн Сан, 2020)

Ханхонгор сумын мал сүрэг 2020 онд 252.450-д хүрч, 1990 оноос 2.7 дахин өссөн байна. 2020 оны мал сүргийн бүтцэд эзлэх хувь нь адuu 3.9 хувь, үхэр 1 хувь, тэмээ 3.3 хувь, хонь 29.9 хувь, ямаа 61.9 хувийг тус тус эзэлж байна.

Гурвантэс сум. Өмнөговь аймгийн Гурвантэс сум нь 1954 онд анх Тост нэртэйгээр 281 өрх, 943 хүн амтай, 63.2 мянган малтай байгуулагдсан байна. Аймгийн төвөөс 320 км зайд 5 багийн 4617 хүн, 2.9 сая.га газар нутагт амьдарч байна.

Сумаас 55 км зайд орших Дундголын давсны уурхайгаас “Говь гурван сайхан ХХК”, “Асралт ХХК”, “Сондог нөхөрлөл” нь жилдээ 220 орчим тн давс олборлож борлуулдаг ба sumaас 25 км зайд орших “Чин-Хяа Мак”, “Мак”, “Нарийн сухайт ХХК”, “Монголын алт MAK ХХК”, “Саусгоби сэндс ХХК”, “Өсөх зоос ХХК”, “Жавхлант орд ХХК”-үүд нүүрс олборлон БНХАУ-д экспортолж байгаа бөгөөд “Алтны АГМ майнинг ХХК”, хайрганы “Чухамжаргалан ХХК”, чулууны “Баатарван транс ХХК”, “Өмнийн говийн баялаг ХХК” үйл ажиллагаа явуулж байна. Мөн тус сумын нутагт “Шивээ хүрэн”-ийн хилийн боомт үйл ажиллагаа явуулж байна.



График 2.3 Өмнөговь аймгийн Гурвантэс сумын мал сүргийн өсөлт, малын төрлөөр /мян.тол/ Эх сурвалж: (УСГ, Статистикийн Мэдээллийн Нэгдсэн Сан, 2020)

Гурвантэс сумын мал сүрэг 2020 онд 237.710-т хүрч, 1990 оноос 3.5 дахин өссөн байна. 2020 оны байдлаар мал сүргийн бүтцэд эзлэх хувийг тооцвол адuu 1.7 хувь, үхэр 0.3 хувь, тэмээ 3.9 хувь, хонь 5.1 хувь, ямаа 88.8 хувийг тус тус эзэлж байна. Харин 2020 оны байдлаар тус сумд 280 мянган хонин толгой мал байгаа нь өмнөх оны мөн үеийн үзүүлэлтээс 18.39 хувиар буурсан байна. /2019 оны адuuун сүргийн тоо тусгагдаагүй болно/

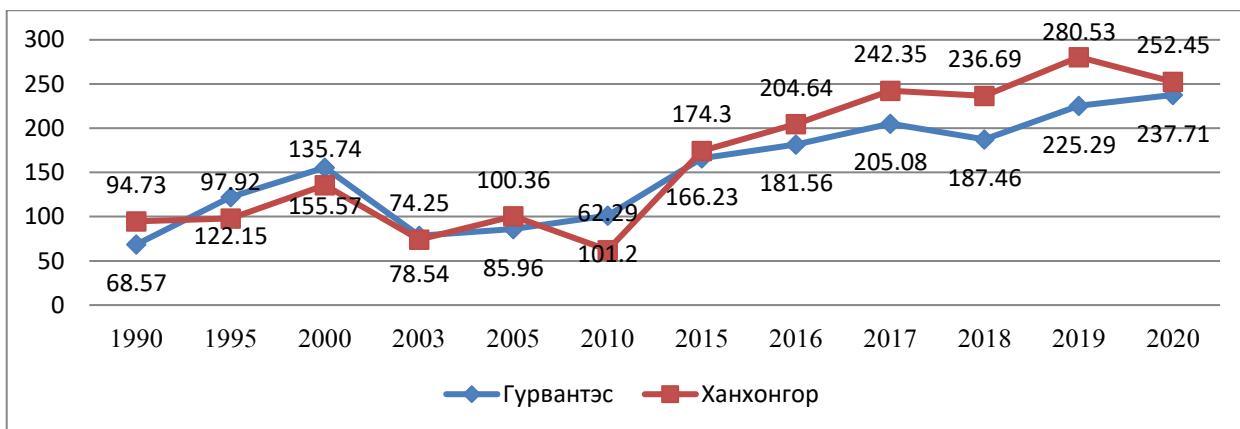


График 3.4 Гурвантэс, Ханхонгор сумдын мал сүргийн өсөлт, мянган толгойгоор.

Хүснэгт 3.3 Бэлчээрийн газрын хэмжээ, даац

Он	Бэлчээрийн газар, га		Малын тоо, хонин толгой		Бэлчээрийн даац 100 га	
	Ханхонгор	Гурвантэс	Ханхонгор	Гурвантэс	Ханхонгор	Гурвантэс
2015	815647.2	1411811.5	232137	195640	28	14
2016	815624.8	1411408.3	269774	216283	33	15
2017	815566.6	667627.3	317313	243748	39	37
2018	815534.7	665097.1	313977	226719	38	34
2019	815672.9	664823.4	368088	237227	45	36
2020	815809.5	64387.3	341003	280857	42	436

Судалгаанд сонгогдсон сумдыг харьцуулан үзвэл Гурвантэс сумын газар нутгийн хэмжээ Ханхонгор сумаас 2.9 дахин их, мал сүргийн тоо 1.06 дахин бага байгаа хэрнээ бэлчээрийн газрын хүрэлцээ 12.67 дахин бага байна. Энэ нь цаг уур, бэлчээрийн ургац, бусад хүчин зүйлсээс шалтгаалах ч уул уурхайн нөлөөлөл түлхүү байна.

2.2 Бэлчээрийн тогтвортой ашиглалтын загварын үр дүн

Загварын суурь нөхцөл:

- Мал сүргийн өсөлт ба бэлчээр ашиглалтын ямар нэг зохицуулалтгүй байгаль, экологийн жамаараа байна. Бусад хүчин зүйл тогтмол байхад зөвхөн мал сүрэг ба бэлчээр хэмээх 2 нөөцийн үйл хөдлөлийг харуулна.
- Мал сүргийн өсөлтийн коэффициент g нь ($g = 0.145$, $g=0.124$) тухайн сумын малын тооны урт хугацааны динамикт суурилсан тул бодит байдал дахь малын өсөлтийн сүргийн эргэлтийг төлөөлнө.
- Тухайн 2 нөөцийн хувьд тогтвортой ашиглалтын хязгаарлах нөхцөл нь бэлчээрийн даац ($S_{MAX}=309160$, $S_{MIN}=261094$) байна. Бэлчээрийн даацыг Ш.Сэргжүү (2018) Монгол орны бэлчээрийн даац, нөхцөлтэй уялдан өсгөж Үржүүлэх мал сүргийн тоог зохистой хэмжээнд тогтоох тухай судалгааны тайлангаас авсан.
- Бэлчээрийн даац ба малын тоо нь хонин толгойд шилжүүлснээр тооцоологдсон. Шилжүүлсэн коэффициент нь: тэмээ-5, адтуу-7, үхэр-6, хонь-1, ямаа-0.9. Өөрөөр хэлбэл энэхүү загварт сүргийн бүтцийн нөлөөллийг ялгаж тооцоогүй.
- Загварын суурь жил нь 2021 он ($t=0$)
- Суурь жилийн нөөц нь 2020 оны жилийн эцсийн мал тооллогын дүнг хонин толгойгоор илэрхийлсэн. (341003, 280857)
- Загварт өсөлтийн коэффициент (g) нь нээлттэй нөхцөлийг, бэлчээрийн даац (S_{max}) нь хаалттай нөхцөлийг тус тус төлөөлж байна.

I загвар. Тогтвортой ашиглалтын загварын нэгдүгээр үе шатанд мал сүрэг ба бэлчээр ашиглалт нь байгаль, экологийн жамаараа байх үеийн тооцооллыг 1.5 томьёоны дагуу тооцоолов. Үүнд мал сүрэг зохицуулалтгүй өсөх ба үүнийг бэлчээрийн даац хязгаарлаж экологийн тэнцвэрт байдалд хүрэх нөхцөлийг харуулах юм.

Хүснэгт 2.1 Байгалийн нөөцийг ашиглахгүй байх үеийн тогтвортой байдлын нөхцөл

Ханхонгор сум				Гурван тэс сум			
t	Years	S	G(S)	t	Years	S	G(S)
0	2021	341003	-5091	0	2021	280857	-2642
1	2022	335912	-4213	1	2022	278215	-2267
2	2023	331698	-3505	2	2023	275948	-1951
3	2024	328193	-2929	3	2024	273998	-1683
...
24	2045	309824	-96	24	2045	261849	-94
25	2046	309727	-82	25	2046	261755	-82
26	2047	309645	-70	26	2047	261673	-72
...
39	2060	309223	-9	42	2063	261163	-9
40	2061	309214	-8	43	2064	261155	-8
41	2062	309206	-7	44	2065	261147	-7
...
58	2079	309163	0	64	2085	261098	0
...

Тооцооллын үр дүнд: Хоёр сумын аль аль нь эхний арван жилд малын тоо ихээр хорогдох төлөвтэй буюу хэлбэлзэл өндөртэй байна. Тухайлбал, 3 жилийн дараа 2024 онд Ханхонгор сум мал сүргийг 2929 хонин толгойгоор, Гурвантэс сум 1683 хонин толгойгоор тус тус хорогдуулах шаардлагатай нь харагдаж байна. Сонирхолтой нь харилцан адилгүй нөхцөлтэй 2 сумын хувьд эхний 24 жилд тогтвортжуулалтын түвшин ойролцоо байснаа 39 дэх жилээс хурдац нь өөрчлөгджэй байна. Ийнхүү 111 жилээр хийсэн симуляцийн үр дүнд Ханхонгор сум 58 жилийн дараа, Гурвантэс сум 64 жилийн дараа нөөцийн тогтвортой байдал буюу малын тоо ба бэлчээр хэмээх 2 нөөцийн хувьд экологийн тэнцвэрт байдалд хүрэхээр байна. Энэ нь бэлчээр ашиглалтад зохицуулалт хийхгүйгээр байгаль, экологийн тэнцвэрийн жамаар нь хүлээнэ гэвэл 58/64 жилийн дараа буюу 2079/2085 онд тус сумдад тогтвортой нөхцөл бий болно. Гэвч 58-64 жилийн туршид бидний тогтмол байна гэж үзсэн олон хүчин зүйлсийн нөлөөллөөр энэхүү тогтвортой нөхцөл бий болох хугацаа уртсах, эсвэл экологийн тэнцвэр бүрмөсөн алдагдаж цөлжилт бий болох нөхцөл ч бий болж болно. Иймд тогтвортой нөхцөл байдлыг бий болгон, экологийн тэнцвэрийг бий болгоход тодорхой зохицуулалт шаардлагатай болно.

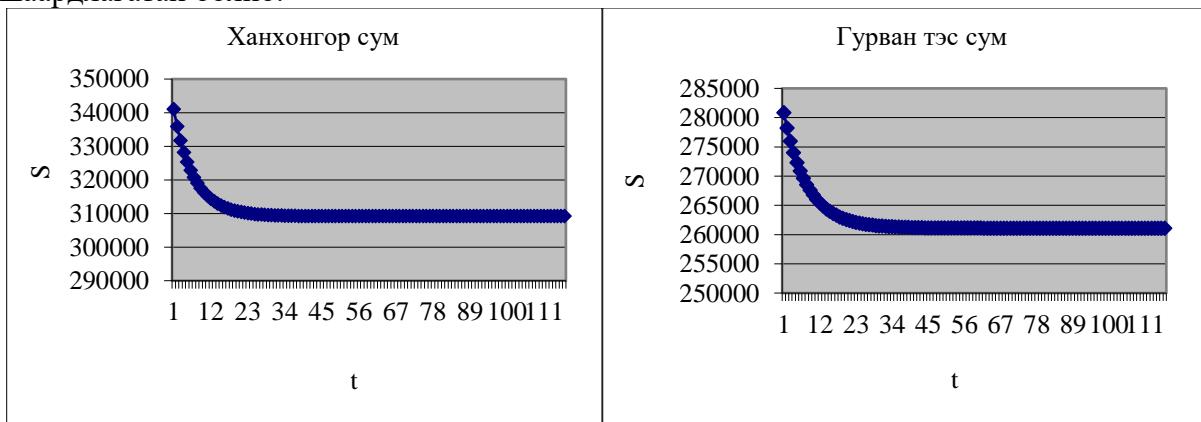


График 2.4 Байгалийн нөөцийг ашиглахгүй байх үеийн логистик өсөлтийн функци

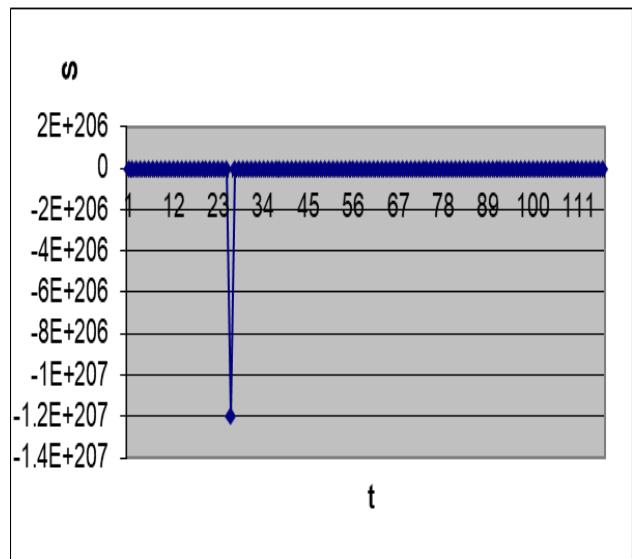
Ханхонгор, Гурвантэс сумдын хувьд бэлчээрийн даац ихээр хэтэрсэн тул эхний жилүүдэд малын тооны бууралтаас хамаарч график огцом уналттай, харин 24 дэх жилээс харьцангуй тогтвортых хандлагатай байна. Гурвантэс сум нь Ханхонгор сумтай

харьцуулахад мал сүргийн тоо харьцангуй бага тул хорогдлын хэмжээ ч мөн бага, харин уул уурхайн үйл ажиллагаа эрчимжсэнээр бэлчээр газар багасаж, хөрсний бохирдлын хэмжээ ихэссэн тул тогтвортой байдал бий болох хугацаа нь урт байна.

II загвар. Тогтвортой ашиглалтын загварын дараагийн үе шатанд 1.5 томъёоллыг илүү өргөтгэн ашиглалтын хэмжээг оруулан 1.6 томъёоны дагуу тооцоолов. Ашиглалтын хэмжээ нь сум тус бүрийн малын “A” дансны сүүлийн 5 жилийн дундаж зарлагын дүн болно. Зарлагын дүнг сум тус бүрийн мэдээллийн олддоос шалтгаалан зах зээлд борлуулсан болон хүнсэнд хэрэглэсэн малын тооны нийлбэрээр авсан.

Хүснэгт 2.2 Тогтвортой ашиглалтын загвар, Ханхонгор

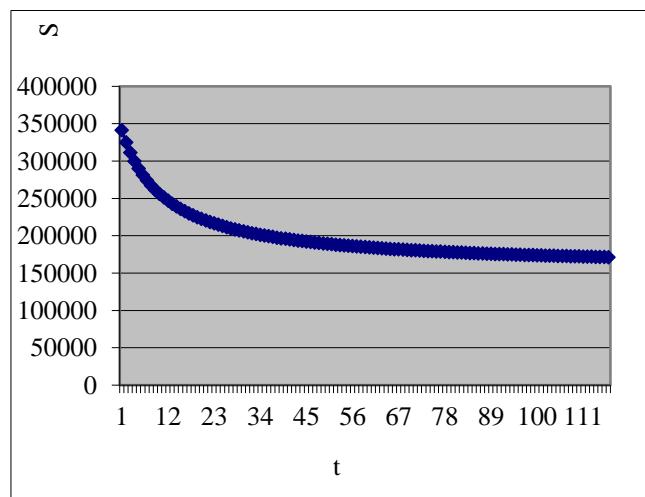
t	Years	S	G(S)-H
0	2021	341003	-61184
1	2022	279819	-52243
2	2023	227575	-47387
3	2024	180188	-45197
4	2025	134991	-45069
5	2026	89922	-46849
6	2027	43073	-50719
7	2028	-7646	-57229
8	2029	-64875	-67471
9	2030	-132345	-83490
10	2031	-215836	-109223



Ханхонгор сумын сүүлийн 5 жилийн дундаж зарлагын хэмжээ 56,093 хонин толгой мал байсан бөгөөд энэ хувээрээ ашиглана гэж үзвэл 6 жилийн дараа буюу 2027 он гэхэд малгүй болох эрсдэл ажиглагдаж байна. Энэ нь ашиглалтын хэмжээ зохисгүй байгааг илэрхийлэх бөгөөд 2016, 2020 оны зарлагын дүнгийн хэлбэлзэл 32 мянган хонин толгой байгаа нь хэрэглээ тогтвортой байгааг харуулж байна. Иймд ямар үед тогтвортой байдал бий болох вэ? гэдгийг хүснэгт 1.3 дахь тогтвортой байдлын томъёог ашиглан симуляци загвараар тодорхойлсон.

Хүснэгт 2.3 Симуляцийн дараах тогтвортой ашиглалт, Ханхонгор

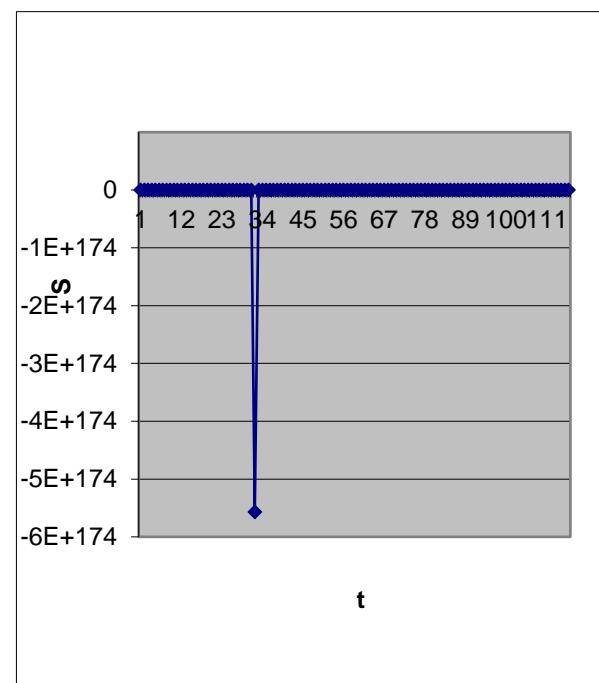
t	Years	S	G(S)-H
0	2021	341003	-16291
1	2022	324712	-13568
2	2023	311144	-11489
3	2024	299654	-9864
4	2025	289790	-8568
5	2026	281222	-7516
6	2027	273706	-6650
7	2028	267056	-5928
8	2029	261128	-5319
9	2030	255809	-4801
10	2031	251008	-4356



Тооцооллын үр дүнд малын тоо 311144 хонин толгой, ашиглалт буюу зарлага 11200 хонин толгой мал байхад урт хугацаанд тогтвортой байхаар байна. Бэлчээрийн зарлага хэт бага байвал бэлчээрийн доройтол бий болох, хэт өндөр байвал мал сүргийн өсөлт хязгаарлагдаж малгүй болох аюултай байна.

Хүснэгт 2.4 Тогтвортой ашиглалтын загвар, Гурвантэс

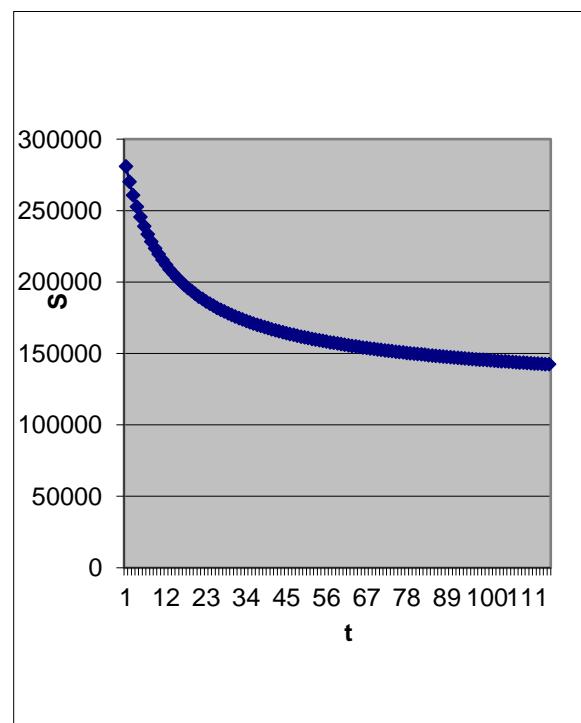
t	Years	S	G(S)-H
0	2021	280857	-34123
1	2022	246734	-29796
2	2023	216938	-26923
3	2024	190014	-25055
4	2025	164960	-23935
5	2026	141024	-23424
6	2027	117600	-23452
7	2028	94149	-24002
8	2029	70147	-25108
9	2030	45039	-26851
10	2031	18187	-29380
11	2032	-11192	-32932
12	2033	-44125	-37891
13	2034	-82016	-44873
14	2035	-126889	-54910
15	2036	-181799	-69799



Гурвантэс сумын сүүлийн 5 жилийн дундаж зарлагын хэмжээ 31482 хонин толгой мал байсан бөгөөд энэ хувцасын ашиглана гэж үзвэл 10 жилийн дараа буюу 2031 он гэхэд малгүй болох эрсдэл ажиглагдаж байна. Энэ нь ашиглалтын хэмжээ зохисгүй байгааг илэрхийлэх бөгөөд 2016, 2020 оны зарлагын дүнгийн хэлбэлзэл 34 мянган хонин толгой байгаа нь хэрэглээ тогтвортой байгааг харуулж байна. Хүснэгт 1.3 дахь тогтвортой байдлын томъёог ашиглан симуляци загвар тооцоход үр дүн дараах байдалтай байна.

Хүснэгт 2.5 Симуляцийн дараах тогтвортой ашиглалт, Гурвантэс

t	Years	S	G(S)-H
0	2021	280857	-10841
1	2022	270016	-9346
2	2023	260669	-8147
3	2024	252522	-7170
4	2025	245352	-6362
5	2026	238990	-5686
6	2027	233304	-5115
7	2028	228189	-4627
8	2029	223562	-4207
9	2030	219355	-3843
10	2031	215512	-3525
11	2032	211987	-3246
12	2033	208741	-2999
13	2034	205742	-2781
14	2035	202961	-2585
15	2036	200376	-2410



Тооцооллын үр дүнд малын тоо 260669 хонин толгой, ашиглалт буюу зарлага 8200 хонин толгой мал байхад урт хугацаанд тогтвортой байхаар байна. Бэлчээрийн зарлага хэт бага байвал бэлчээрийн доройтол бий болох, хэт өндөр байвал мал сүргийн өсөлт хязгаарлаж, малгүй болох аюултай байна.

Хүснэгт 2.6 Загварын үр дүн

	Ханхонгор сум		Гурвантэс сум	
	Одоо	Тогтвортой	Одоо	Тогтвортой
Бэлчээрийн хэмжээ, га	309160	309160	261094	261094
Малын тоо, хонин толгой	341003	311144	280857	260669
Зарлага, хонин толгой	56093	11200	31482	8200

Симуляци хийх явцад 2 төрлийн асуудал тулгарч байна.

- Бэлчээрийн даац хэтэрч бэлчээргүй болох, цөлжих аюул
- Бэлчээрийн газаргүй болох нь гээд мал, махны хэрэглээг хэт нэмэгдүүлбэл мал сүрэг биологийн нөхөн үржих нөхцөл нь алдагдаж малчид, орон нутгийн иргэдийн амьжиргааны гол эх үүсвэр малгүй болох эрсдэлтэй байна.

Графикаас хараад эхний жилүүдэд бэлчээрийн даацад тохируулсан малын зарлага өндөр байгаа тул график огцом бууралттай, харин дараагийн тогтвожих хэсэг нь мал өөрийн биологийн өсөлтөөрөө нөхөн үржихүйгээ хангах ёстой гэдгийг харуулж байна. Тэгэхээр загварын үр дүн 2 нөөцийн оновчтой байдлыг зэрэг хангах шийдэл байна.

ДҮГНЭЛТ

Бэлчээр нь байгалийн нөхөн сэргээгдэх, шавхагдах нөөц бөгөөд хэрэв талхлагдан доройтвол цаг уур, амьд организмын оролцоотойгоор харьцангуй удаан хугацаанд нөхөн сэргээгддэг.

Өмнөговь аймгийн нийт бэлчээрийн газрын 47.8 хувь нь байгалийн унаган төрхөө алдаж доройтсоноос нутгийн тэн хагаст бэлчээрийн чанар, бүтээмж буурсан байна. Үүнд нөлөөлж буй гол хүчин зүйлс нь малын тоо толгой, цаг уур, бэлчээрийн ургац зэрэг байхаас гадна тухайн аймгийн хувьд уул уурхайн эрчимжилт нь хөрсийг үлэмж хэмжээгээр бохирдуулж, бэлчээрийн газрыг багасгаад байна.

Энэхүү ажилд бэлчээр ашиглалтын зохистой хэм хэмжээг тодорхойлох, тухайн нөөцийг хэрхэн тогтвортой ашиглах вэ? гэдэг асуудалд Sustainable Harvesting Model-ийг туршин ашиглав. Тус загварыг урьд өмнө нь бэлчээрийн нөөцөд ашиглаж байгаагүй мөн Монголд анх удаа туршиж байгаагаараа онцлогтой бөгөөд нөгөө талаас дутагдал, бэрхшээлтэй талууд ч их гарч байна. Загварын тулгуур үзэл санаа нь нь тухайн нөөцийн биологийн өсөлттэй нь тэнцүү хэмжээгээр ашиглах нь хамгийн их ашиглалтын түвшин буюу тогтвортой ашиглалт гэж үздэг байна.

Тогтвортой ашиглалтын загварын I шатанд нөөцийн ашиглалтгүй байх үе буюу байгаль экологийн тэнцвэрийн жамаараа байх үеийн логистик өсөлтийн тооцооллыг хийхд судалгаанд сонгосон Ханхонгор, Гурвантэс сумдад 58 ба 64 жилийн дараа тогтвортой байдал бий болохоор байна.

Харин загварын дараагийн шатанд ашиглалтын хэмжээг оруулан тооцоход Ханхонгор (Гурвантэс) сумын мал сүргийн тоо 311144 (260669) хонин толгой, ашиглалт буюу зарлага 11200 (8200) хонин толгой байхад тогтвортой байдал бий болохоор байна.

Мөн загварын тооцооллын явцад бэлчээрийн даац хэтэрч бэлчээргүй болох, цөлжих аюул байгаа хэдий ч бэлчээрийн газаргүй болох нь гээд мал, махны хэрэглээг хэт нэмэгдүүлбэл мал сүргийн биологийн нөхөн үржих нөхцөл нь алдагдаж малчид,

орон нутгийн иргэдийн амьжиргааны гол эх үүсвэр малгүй болох эрсдэлтэй байгаа тул уг 2 нөхцөлийн зэрэг хангах шийдэл дээрх байдлаар тооцоологдов. Энэ үеийн малын зарлага өндөр байгаа тул цаашид бэлчээрийн даацаас хэтэрсэн талын тоо толгойг суурин хэлбэрээр өсгөн үржүүлэх боломж нөхцөлөөр хангах шаардлагатай байж болох юм. Мөн уул уурхайн үйл ажиллагаа нь бэлчээр газрын доройтолд голлох хувьтай нөлөөлж байгаа тул нөхөн сэргээлтийг цаг алдалгүй хийх шаардлагатай бөгөөд судалгааны үр дүнд урт хугацааны бэлчээрийн менежментийн жил шаардагдааар байна.

Шинэ аргачлал туршиж байгаа тул загварын хязгаарлагдах нөхцөлөөр зөвхөн 2 нөөцийн үйл хөдлөл, тоо мэдээллийн олдоц, дэлхий нийтэд тархсан цар тахлын улмаас тоо мэдээллийн боломжтой байдалд түшиглэн бусад хүчин зүйлсийг тогтмол гэж хийсвэрлэн авсан нь энэхүү ажлын хязгаарлагдах нөхцөл болж байна. Цаашид энэ аргазүйг өргөжүүлж нарийвчилсан бодлогын судалгаа хийх тохиолдолд илүү олон жилийн тоо мэдээлэлд тулгуурлаж, байгаль экологи, эдийн засгийн бүс тус бүрийн төлөөллийг оруулсан био-эдийн засгийн загварын нэг бүрдэл хэсэг болгох нь бодлогын шийдвэр гаргах боломжийг олгоно.

НОМ ЗҮЙ

- <http://www.omnogovi.gov.mn/khankhongor>.
- <https://mn.eferrit.com/%D1%8D%D0%B4%D0%B8%D0%B9%D0>. (2020).
- Perman. (2003). *Renewable resources*.
- SHI. (2020). Sustainable Harvest International- FISHERY DINAMIC. АНУ.
- Wackernal & E.Rees, 1996, & Global Footprint Network. (2017).
- WWF. (2016). Дэлхийн Байгаль Хамгаалах Сан.
- www.mongols.eu/maps-of-mongolia/.
- БОАЖЯ. (2016). Монгол орны байгаль орчны төлөв байдлын тайлан. Улаанбаатар.
- Лекцийн эмхэтгэл. (2020). Байгалийн Нөөцийн Эдийн Засаг.
- МБАНХ. (2016). 21 аймгийн бэлчээрийн төлөв байдал. Улаанбаатар.
- Р.Цэрэндуум. (2011). *Монгол орны малын тэжээл*. УБ.
- тэжээл, М. о. (2011). *Р.Цэрэндуулам*. УБ.
- ҮСГ. (2019). ДОТООДЫН НИЙТ БҮТЭЭГДЭХҮҮНИЙ САЛБАРЫН БҮТЭЦ, салбараар. Улаанбаатар.
- ҮСГ. (2020). *Мал, тэжээвэр амьтад, худгийн тооллого*. Улаанбаатар.
- ҮСГ. (2020). МОНГОЛ УЛСЫН ГАЗРЫН НЭГДМЭЛ САН, үндсэн ангиллаар, улс, аймаг, нийслэлээр, жилээр. Улаанбаатар.
- ҮСГ. (2020). *Статистикийн Мэдээллийн Нэгдсэн Сан*. Улаанбаатар.
- ҮСГ. (2020). Тогтвортой Хөгжлийн Зорилго. Улаанбаатар.
- ҮСГ, А/42 тоот тушаал. (2015 оны 12-р сарын 14). Хөдөө аж ахуйн салбарын аргачлал тооцох үзүүлэлт. Улаанбаатар.
- ҮСГ, ХААХҮЯ, БОАЖЯ. (2019 оны 8-р сарын 5). Малын бэлчээрийн даац тооцох нэгдсэн аргачлал. Улаанбаатар.
- ХААИС, Нийгмийн шинжлэн ухааны хүрээлэн. (2017). БЭЛЧЭЭРИЙН ХАРИЛЦААНЫ ХАРЬЦУУЛСАН СУДАЛГАА. Улаанбаатар, Монгол Улс.
- ХААХҮЯ. (2018). Бэлчээрийн тухай хуулийн төслийн танилцуулга. Улаанбаатар.
- ХХААХҮЯ. (2016). ХҮНС, ХӨДӨӨ АЖ АХҮЙ, ХӨНГӨН ҮЙЛДВЭРИЙН ЯАМ. Улаанбаатар.
- ХХААЯ, Г. (2015). МОНГОЛ ОРНЫ БЭЛЧЭЭРИЙН ТӨЛӨВ БАЙДЛЫН ҮНДЭСНИЙ ТАЙЛАН. Улаанбаатар.
- Ш.Сэргжхүү. (2018). *Монгол орны бэлчээрийн даац, нөхцөлтөй уялдан өсгөж үржүүлэх мал сургийн тоог зохистой хэмжээнд тогтоох тухай судалгааны тайлан*.

ТӨСЛИЙН МЕНЕЖЕРҮҮДИЙН СУРГАЛТЫН ХЭРЭГЦЭЭГ ТОДОРХОЙЛОХ НЬ

СЭЗИС-ийн оюутан Б.Манал

УДИРТГАЛ

Сэдвийн нэр: *Төслийн менежерүүдийн сургалтын хэрэгцээг тодорхойлох судалгаа*

Товч танилцуулга: Менежментийн шинжслэх ухаан тасралтгүй хөгжсөөр одоо төслийн менежмент нь менежментийн шинжслэх ухааны бие даасан чиглэл болсон мөн зах зээл өндөр хөгжсөн улс орнуудад төсөл хэрэгжүүлэх, төслийн удирдлага нь бие даасан томоохон шинжслэх ухаан болтлоо хөгжсөн юм. Манай улсад ч мөн адил төслийн менежментийн шинжслэх ухаан тасралтгүй хөгжсүж байна. Монгол улсын хувьд PMI болон ISO олон улсын стандартуудыг 2013 оноос эхлээд төсөл хэрэгжилтэд нэвтрүүлсэн түүнээс хойш жил ирэх тусам төслийн менежерээр мэргэших хүмүүсийн тоо нэмэгдэж буйтай холбогдуулан төслийн менежерүүдийн сургалтын хэрэгцээг тодорхойлох судалгаа гэх энэхүү сэдвийг сонгосон. Энэхүү салбарын хөгжилд багахан хэмжээнд ч болов хувь нэмрээ оруулахыг хичээллээ. Төслийн менежерүүдийн сургалтын хэрэгцээг тодорхойлох сэдвийн хүрээнд гаднын болон дотоодын судлаачдын судалгааны ажлуудтай танилцаж, онолын хүрээг тодорхойлж түүндээ тулгуурлан судалгааны асуулга боловсруулан, төслийн менежерүүдийг энэхүү судалгааны ажилд хамруулж дүгнэлт, санал зөвлөмж боловсруулсан.

Түлхүүр үгс: *Төсөл, Төслийн менежер, Сургалт хэрэгцээ*

ОРШИЛ

Менежментийн шинжлэх ухаан нь өөрийн гэсэн үүссэн цаг хугацаа, үзэл баримтлал, үр дагавар нөхцөл шалтгаан, орон зйтай байдаг. Нэг нь ажиллаж, нэг нь захирч ажлаа хийлгүүлдэг харилцаа бий болсноор менежмент гэх ойлголт нь үүссэн. Энэ хүн бий болсон цагаас хүмүүс хоорондоо харилцаа тогтоож, хүч чадал, эрх мэдэл, авьяас, үр чадварын харилцан адилгүй ялгарал бий болсноор менежмент аяндаа үүсэх болсон. Тэр цагаас хойш тасралтгүй хөгжсөөр одоо төслийн менежмент нь менежментийн шинжлэх ухааны бие даасан чиглэл болсон мөн зах зээл өндөр хөгжсөн улс орнуудад төсөл хэрэгжүүлэх, төслийн удирдлага нь бие даасан томоохон шинжлэх ухаан болтлоо хөгжсөн юм. Манай улсад ч мөн адил төслийн менежментийн шинжлэх ухаан тасралтгүй хөгжиж байна. Монгол улсын хувьд PMI болон ISO олон улсын стандартуудыг 2013 оноос эхлээд төсөл хэрэгжилтэд нэвтрүүлсэн түүнээс хойш жил ирэх тусам төслийн менежерээр мэргэших хүмүүсийн тоо нэмэгдэж буйтай холбогдуулан төслийн менежерүүдийн сургалтын хэрэгцээг тодорхойлох судалгаа гэх энэхүү сэдвийг сонгосон юм. Тэдний сургалтын хэрэгцээг тодорхойлох талаар гадаад болог дотоодын адил төстэй олон судалгааны ажилтай танилцаж сургалтын хэрэгцээ тодорхойлсноор менежерүүд юунд хүрч болох ямар хэрэгцээ шаардлагатай болдог талаар судалгаагаа хийсэн.

Судалгааны зорилгын хувьд онолын судалгаагаар судалсан ойлголтоо нэгтгэн түүнийгээ төслийн менежерүүдийн сургалтын хэрэгцээг тодорхойлох судалгааны асуулга болгон хөрвүүлж судалгааг хийнэ. Судалгааны үр дүнд дүн шинжилгээ хийж, дүгнэлт боловсруулж санал зөвлөмж өгөх.

Судалгааны ажлын зорилтуудыг дурдвал:

- Сэдвийн хүрээнд гаднын болон дотоодын судлаачдын судалгааны ажлуудтай танилцаж, онолын хүрээг тодорхойлж судлах
- Онолын судалгааг үндэслэн эмпирик судалгааг хийх
- Төслийн менежерүүдийн сургалтын хэрэгцээг тодорхойлох
- Эмпирик судалгааны үр дүнд дүгнэлт, төслийн менежерүүдийн сургалтанд зориулсан санал зөвлөмжийг боловсруулах

Монголын салбаруудад хэрэгжиж байгаа төсөл дээр ажиллаж байгаа төслийн менежерүүдийн сургалтын хэрэгцээний талаар судлах, төсөл хэрэгжүүлэх явцад ямар сургалт болон чадвар шаардагдаж байгааг тодорхойлох. Судалгааны үр дүнг үнэн зөв дүгнэж, түүндээ тулгуурлан санал зөвлөмж бичих нь энэхүү судалгааны ажлаас хүлээгдэж буй үр дүн юм.

Судалгааны ажлын ач холбогдол:

Төслийн менежерүүдийн хувьд

- Сургалтын хэрэгцээ тодорхойлогдох
- Аль чиглэлээр нь мэргэших талаар оновчтой шийдвэр гарах
- Төслийн менежерээр суралцаж буй хүмүүст туршлага болох

Цаашид энэ сэдвээр судлах судлаачдын хувь

- Энэхүү судалгааны ажил нь цаашид энэ сэдвээр судлах хүмүүст хэрэгтэй материал болох
 - Хоёрдогч судалгааны эх үүсвэр болох

І БҮЛЭГ. СУДАЛГАА, ШИНЖИЛГЭЭНИЙ ХЭСЭГ

1.1 Судалгааны арга зүй ба дизайн

Энэхүү төслийн менежерийн сургалтын хэрэгцээг тодорхойлох судалгааг бүх салбарт ажиллаж байгаа төслийн менежерүүдээс авна. Судалгааны агуулга нь (Barmayehvar, Being an Effective Project Manager, 2013) номноос сайн төслийн менежерийг тодорхойлох 7 ур чадвар мөн төслийн удирдлагын мэргэжлийн арга хэрэгсэл ашиглах чадвар дээр тулгуурлан асуулгаа боловсруулсан. Судалгаа 2 хэсэг, 17 асуулттай ба 7 ур чадварыг тодорхойлох 48 хүчин зүйл, төслийн удирдлагын мэргэжлийн арга хэрэгсийг тодорхойлох 17 арга хэрэгсэл нийт 65 хүчин зүйл дээр тулгуурлан төслийн менежерийн сургалтын хэрэгцээг тодорхойлооор асуулгыг боловсруулав. Судалгааны үр дүнг боловсруулж, шинжилгээ хийхдээ Excel болон IBM SPSS STATISTICS 23.0 программыг ашиглана.

1.2 Судалгааны түүвэрлэлт

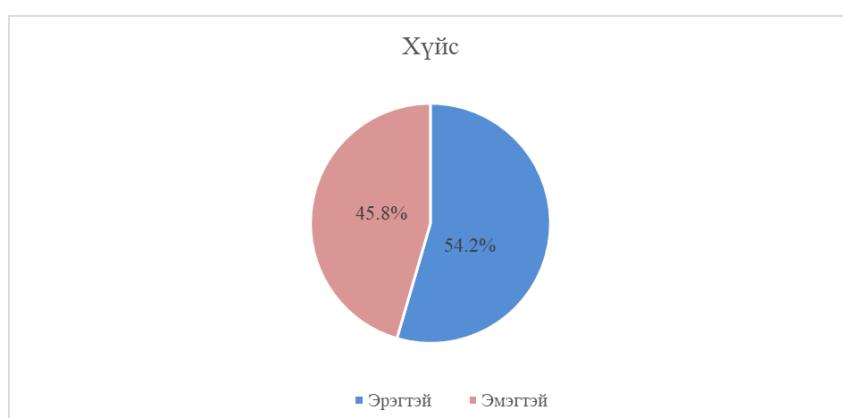
Судалгааны ажлын хүрээнд эх түүврийн тоог гаргахад асуудалтай ба байгууллага бүрийн төслийн менежерүүдийг тодорхойлох боломжгүй учир 48 төслийн менежерүүдээс цахимаар энгийн санамсаргүй түүврийн аргаар судалгааг авсан болно.

1.3 Судалгааны ур дүн

Судалгааны энэ хэсэгт эмпирик судалгааны үр дүнг тайлагнах ба нийт 48 оролцгэсдүйн өгөгдлүүд дун шинжилгээг хийх юм.

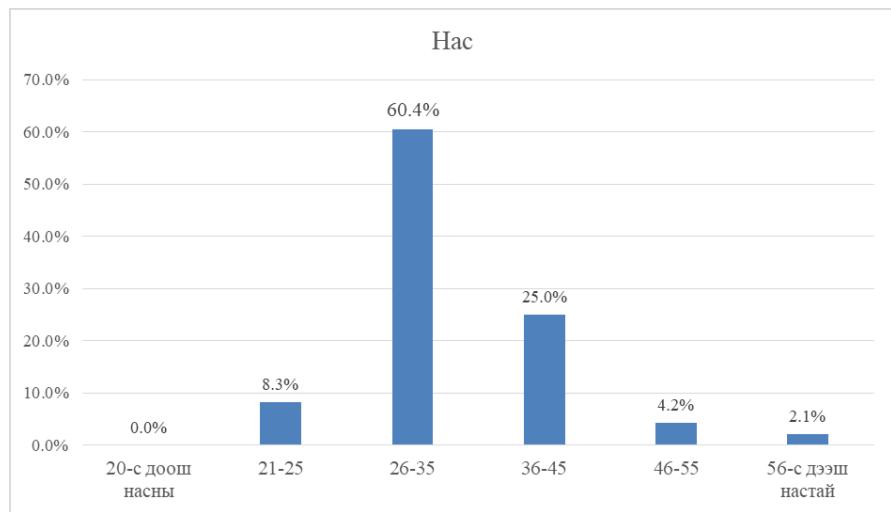
1.3.1 Судалгаанд оролцогчдын хүний болон байгууллагын мэдээлэл

График 1: Хүйс



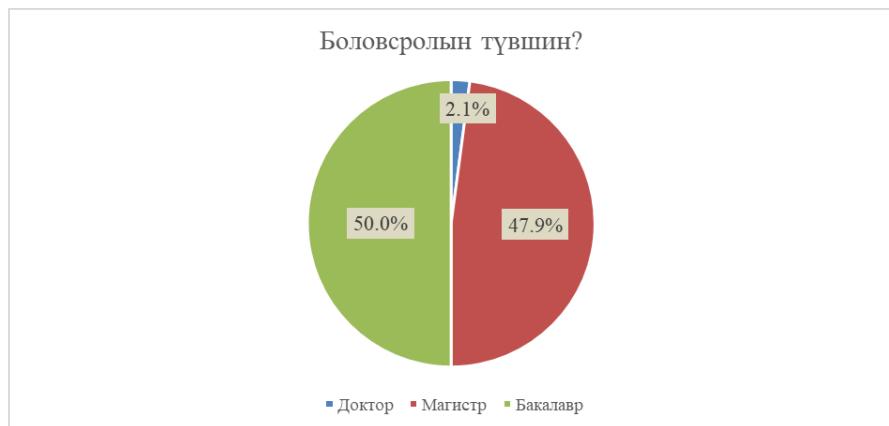
Судалгаанд хамрагдсан 48 респондентийн 54.2% буюу 26 нь эрэгтэй, 45.8% буюу 22 нь эмэгтэй хүн байна.

График 2: Нас



Судалгаанд хамрагдагсдыг насны бүлгээр нь авч үзвэл 21-25 насны респондент 8.3% буюу 4, 26-35 насны респондент 60.40% буюу 29, 36-45 насны респондент 25.0% буюу 12, 46-55 насны респондент 4.2% буюу 2, 56-с дээш респондент 2.1% буюу 1 хүн байна.

График 3 Боловсролын түвшин



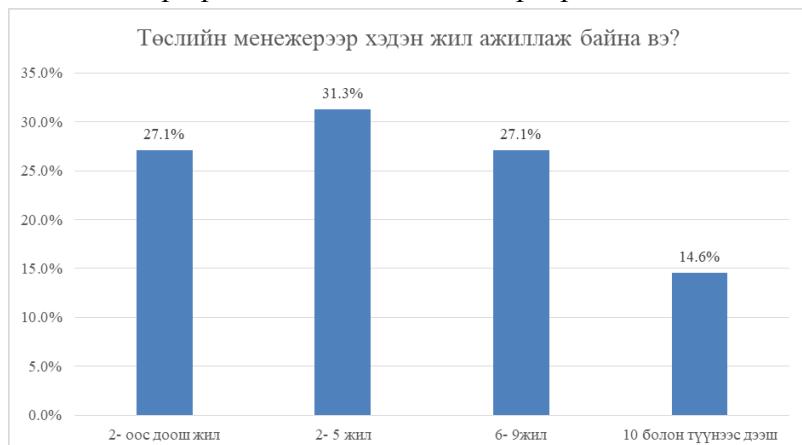
Судалгаанд хамрагдсан респондентүүдийн 50.0% буюу 24 бакалавр, 47.9% буюу 23 хүн магистр, 2.1% буюу 1 хүн доктор зэрэгтэй байна.

График 4: Төслийн менежерийн аль төрөлд хамрагдах вэ?



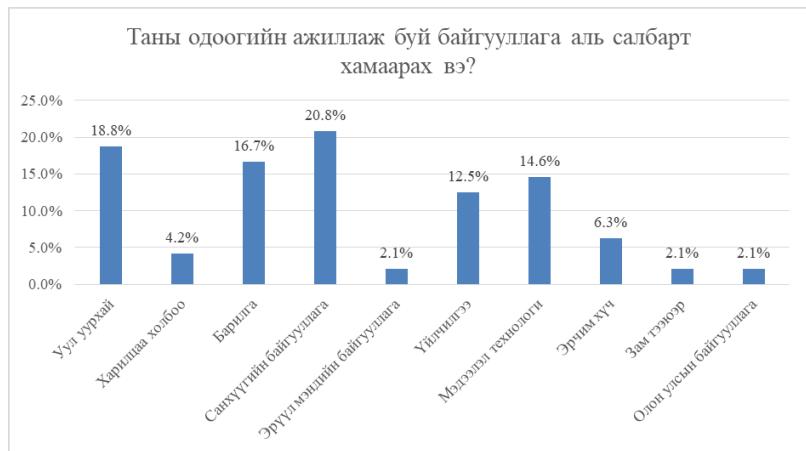
Судалгаанд хамрагдсан респондентүүдийн 58.3% буюу 28 хүн нь төслийн менежментийн сургалтанд хамрагдсан (богино болон урт хугацааны сургалт), 25.0% буюу 12 нь мэргэшсэн зэрэгтүй бөгөөд сургалтанд хамрагдаж байгаагүй, 16.7% буюу 8 нь мэргэшсэн буюу (PMP) зэрэгтэй төслийн менежер байна. Энэхүү үр дүнгээс харахад төслийн менежерүүдийн ур чадварыг дээшлүүлэх мэргэжлийн сургалтанд хамруулах шаардлагатай байна.

График 5: Төслийн менежерээр хэдэн жил ажиллаж байна вэ?



Нийт респондентүүдийн 27.1% буюу 13 нь 2-оос бага жил ажилласан, 31.3% буюу 15 нь 2-5 жил ажилласан, 27.1% буюу 13 нь 6-9 жил ажилласан, 14.6% буюу 7 нь 10 болон түүнээс дээш жил ажилласан байна.

График 6: Ажиллаж буй байгууллага аль салбарт хамаарах вэ?



Судалгаанд хамрагдсан респондентүүдийн 20.8% буюу 8 нь санхүүгийн байгууллагын салбарт, 18.8% буюу 9 нь уул уурхайн салбарт, 16.7% буюу 8 нь барилгийн салбарт, 14.6% буюу 7 нь мэдээлэл технологийн салбарт, 12.5% буюу 6 нь үйлчилгээний салбарт, 6.3% буюу 3 нь эрчим хүчиний салбарт, 4.2% буюу 2 нь харилцаа холбооны салбарт, 2.1% буюу 1 нь эрүүл мэндийн салбарт, 2.1% буюу 1 нь зам тээврийн салбарт, 2.1% буюу 1 нь олон улсын байгууллагын салбарт тус тус ажиллаж байна.

График 7: Таны ажиллаж буй байгууллагын төрөл



Судалгаанд хамрагдсан респондентүүдийн 52.1% буюу 25 нь гол гүйцэтгэгч, 16.7% буюу 8 нь төслийн ивээн тэтгэгч, 14.6% буюу 7 нь зөвлөх, 12.5% буюу 6 нь дэд гүйцэтгэгч, 4.2% буюу 2 нь аутсорс үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагад тус тус ажиллаж байна.

График 8: Мэргэжлийн төслийн менежерийн сургалтанд хамрагдаж байсан эсэх



Судалгаанд хамрагдсан 48 респондентийн 75.0% буюу 36 нь тийм мэргэжлийн төслийн менежерийн сургалтанд хамрагдаж байсан, 25.0% буюу 12 нь угүй мэргэжлийн төслийн менежерийн сургалтанд хамрагдаж байгаагүй гэсэн хариулт өгсөн байна.

График 9: Байгууллага болон удирдлага мэргэшсэн сургалтанд хамруулдаг эсэх



Судалгаанд хамрагдсан 48 респондентийн 62.5% буюу 30 нь тийм болон байгууллага болон удирдлагын зүгээс төслийн менежерийн мэргэшсэн сургалтанд хамруулдаг, 37.5% буюу 18 нь угүй болон байгууллага болон удирдлагын зүгээс төслийн менежерийн мэргэшсэн сургалтанд хамруулдаггүй гэсэн хариулт өгсөн байна. Хангалттай сайн биш төслийн менежерүүдийг байгууллага болон удирдлагын зүгээс төслийн менежерүүдийн сургалтанд хамруулах шаардлагатай байна.

Төслийн менежерийн 7 ур чадварыг дунджаар нь эрэмбэлбэл:

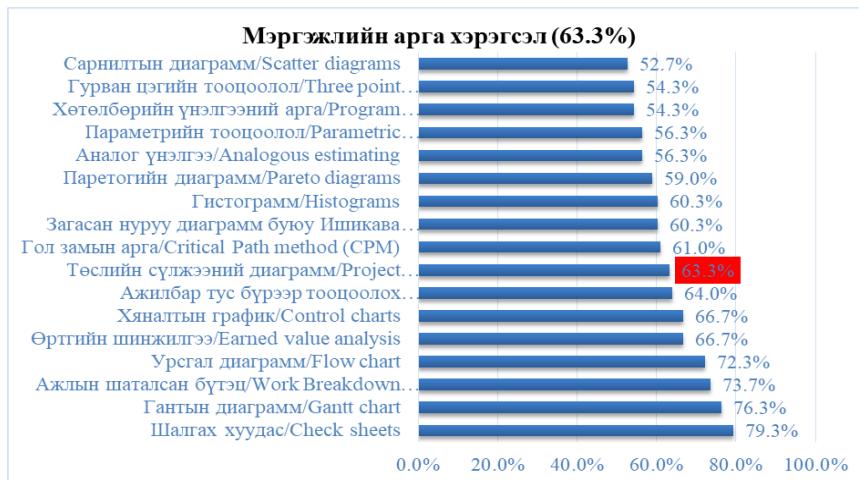
График 10: Төслийн менежерийн 7 ур чадварын дундаж



Дээрх төслийн менежерийг тодорхойлох 7 ур чадварыг дунджаар нь харахад 79.9% гарсан байна. 79.9% буюу дунджаас их харилцааны чадвар, технологийн чадвар, анализ хийх чадвар, туршлага зэрэг ур чадварууд нь сайн. 79.9% буюу дунджаас бага төслийн удирдлагын чадвар, асуудлыг шийдвэрлэх чадвар, манлайлах чадваруудын хувьд хангалттай сайн биш сайжруулах шаардлагатай байна.

Төслийн удирдлагын мэргэжлийн арга хэрэгсэл ашиглалтыг дунджаар нь эрэмбэлбэл:

График 11: Төслийн удирдлагын мэргэжлийн арга хэрэгсэл ашиглалтын дундаж



Дээрх мэргэжлийн арга хэрэгсэл ашиглалтыг дунджаар нь харахад 63.3% гарсан байна. 63.3% буюу дунджаас их Check sheets (Шалгах хуудас), Gantt chart (Гантын диаграмм), Work Breakdown Structure (Ажлын шаталсан бүтэц), Flow chart (Урсгал диаграмм), Earned value analysis (Өртгийн шинжилгээ), Control charts (Хяналтын график), Bottom up estimating (Ажилбар тус бүрээр тооцоолох), Project network diagram (Төслийн сүлжээний диаграмм) аргуудыг сайн ашигладаг байна. 63.3% буюу дунджаас бага Critical Path method (Гол замын арга), Cause and Effect diagrams (Загасан нуруу диаграмм буюу Ишикава диаграмм), Histograms (Гистограмм), Pareto diagrams (Паретогийн диаграмм), Analogous estimating (Аналог үнэлгээ), Parametric estimating (Параметрийн тооцоол), Program Evaluation and Review Technique (Хөтөлбөрийн үнэлгээний арга),

Three point estimating (Гурван цэгийн тооцоолол), Scatter diagrams (Сарнилтын диаграмм) аргуудыг бол хангалттай сайн ашигладаггүй сайжруулах шаардлагатай байна.

1.3.2 Сайн төслийн менежер ба мэргэжлийн төслийн менежер

Зураг 1: Төслийн менежер



ДҮГНЭЛТ

Энэхүү судалгааны хүрээнд салбар бүрийн байгууллагад ажиллаж буй төслийн менежерүүдийг хамруулан тэдний сургалтын хэрэгцээг тодорхойлох бөгөөд тус судалгааны үр дүнд суурилан дараах дүгнэлтүүдийг гаргалаа.

Судалгааны түүврийг цуглуулахдаа салбар болон нас, хүйс, төрөл харгалзахгүй төслийн менежерээр ажилладаг хүмүүсээс цахимаар холбогдон судалгааны өгөгдлөө бүрдүүлсэн.

Судалгаанд гадаад дотоод эх сурвалжуудад тулгуурлан төслийн менежерийг 7 үндсэн ур чадвар буюу асуудлыг шийдвэрлэх чадвар, манлайлах чадвар, төслийн удирдлагын чадвар, харилцааны чадвар, туршлага, анализ хийх чадвар, технологийн чадвараар тодорхойлон нийт 48 хүчин зүйлээр үнэлгээ хийлгэж авсан ба дээр нь төслийн удирдлагын 17 мэргэжлийн арга хэрэгсэл дээр ажиллах ашиглах чадварыг төслийн менежерүүдээр тодорхойлуулан судалгааг хийсэн.

Судалгаанд оролцогсдын 58.3% буюу 28 хүн нь төслийн менежментийн сургалтанд хамрагдсан (богино болон урт хугацааны сургалт), 25.0% буюу 12 нь мэргэшсэн зэрэггүй бөгөөд сургалтанд хамрагдаж байгаагүй, 16.7% буюу 8 нь мэргэшсэн төслийн менежер (PMP зэрэгтэй) байна. Энэхүү үр дүнгээс харахад Монгол улсын хувьд PMI болон ISO олон улсын стандартуудыг 2013 оноос эхлээд төсөл хэрэгжилтэд нэвтрүүлсэн түүнээс хойш жил ирэх тусам төслийн менежерээр мэргэших хүмүүсийн тоо нэмэгдэж буйтай холбогдуулан судалгааг санамсаргүй түүврийн аргаар авсан учир мэргэшсэн төслийн менежерийн тоо харьцангуй нэмэгдсэн байна гэж үзсэн.

Төслийн менежерийг судалгааны хүрээнд сайн төслийн менежер буюу төслийн менежерийн 7 ур чадварын хувьд илүү мэргэшсэн болон мэргэжлийн төслийн менежер болон төслийн удирдлагын мэргэжлийн арга хэрэгсэл дээр илүү мэргэшсэн гэх 2 төрлөөр хуваасан. Судалгааны үр дүнгээс харахад судалгаанд оролцсон нийт төслийн менежерүүдийн хувьд төслийн менежерийн 7 ур чадвар 79.9% буюу сайн төслийн менежер, төслийн удирдлагын мэргэжлийн арга хэрэгсэл 63.3% буюу мэргэжлийн төслийн менежер гэсэн үр дүн гарсан байна. Судалгаанд оролцсон төслийн менежерүүдийн хувьд сайн төслийн менежер буюу төслийн менежерийн 7 ур чадвар дээр илүү мэргэшсэн харагдаж байна. Харин төслийн удирдлагын мэргэжлийн арга хэрэгсэл ашиглах тал дээр төслийн менежерүүд хангалттай сайн биш энэ тал дээрээ илүү анхаарч суралцах шаардлагатай байна.

Монголын төслийн менежерүүдийн хувьд сайн төслийн менежер дийлэнх хувийг эзэлж байна гэж дүгнэж байна. Төслийн менежерүүд илүү мэргэшсэн буюу төслийн удирдлагын мэргэжлийн арга хэрэгсэл ашиглалтыг нэмэгдүүлэн сайн төслийн, мэргэжлийн төслийн менежер хоёрыг хослуулан ажиллах тал дээр цаашид илүү анхаараасай гэж бодож байна.

САНАЛ ЗӨВЛӨМЖ

Судалгааны ажлын үр дүнд тулгуурлан дараах зөвлөмжүүдийг боловсрууллаа.

Төслийн менежерүүдэд өгөх санал зөвлөмж:

- Төслийн менежерийн богино болон урт хугацааны ямар нэг сургалтанд хамрагдсан байх.
- Төслөөр заавал мэргэшсэн хүн байх албагүй ч, төслийн талаарх анхан шатны буюу тодорхой мэдлэгтэй байх шаардлагатай.
- Төслийн удирдлагын мэргэжлийн арга хэрэгсэл ашиглалтыг нэмэгдүүлэх.
- Зөрчлийг шийдвэрлэх. Зөрчил гарсан тохиолдолд хурдан шуурхай үнэнчээр шийдвэрлэх
- Судалгааны үр дүнд хамгийн муу болон дундаж үнэлгээтэй байгаа хүчин зүйлүүд дээр анхаарч сайжруулах арга хэмжээ авах мөн төслийн ажил нэг бүрийн дуусах болон эхлэх хугацааг нарийвчлан гаргах ба судалгааны ойлголттой байх болоод техникийн ур чадвар, санхүүгийн тооцоолол тал дээр анхаарч ажиллах нь чухал юм. Учир нь бүх хүчин зүйлс төслийн менежерийг тодорхойлоход нөлөөлдөг болохыг онолын судалгаан дээр дүгнэн үзсэн болохоор энэ тал дээр төслийн менежерүүд анхааралдаа авах хэрэгтэй зүйл юм.

Төсөл хэрэгжүүлдэг байгууллагуудад өгөх санал зөвлөмж:

- Байгууллагын зүгээс төслийн менежерийн ажилтанг сургах, хөгжих боломж олгох мөн мэргэшсэн төслийн менежерийн сургалтанд хамруулах.
- Төслийн багт байнгын хяналт тавих.
- Төслийн удирдлагын мэргэжлийн арга хэрэгслийг илүү их ашигладаг болох.

Цаашид судлах судлаачдад өгөх санал зөвлөмж:

- Монголд яг энэ төрлийн сэдвээр бичиж байсан судалгааны ажил бага байдаг учир энэхүү сэдвийг уlam нарийсган судалбал төслөөр ажиллаж буй хэн бүхэнд хэрэгтэй судалгааны материал болно гэж итгэж байна.
- Энэхүү судалгааг дэлгэрүүлж судалж, монголын төслийн өнөөгийн байдал ямар түвшинд байгааг PMI институт шиг жил болгоны эцэст дүгнэн гаргадаг тайлантай болвол төслийн менежер, салбарын экспертууд болон төсөл хэрэгжүүлдэг байгууллага бүрд хэрэгтэй статистик мэдээ мэдээлэл болох юм.
- Мөн энэ салбарыг сонирхох хүмүүсийн тоо жил бүр ихсэж байгаатай холбогдуулан төслийн менежерүүдийн сургалтын хэрэгцээний талаар мэдээлэлтэй болж энэ чиглэлээр мэргэших хүсэлтэй байгаа бол энэхүү судалгааны ажил нь танд хэрэгтэй мэдээлэл болох болно.

НОМ ЗҮЙ

- Behnood Barmayehvar, (2013). *Being an Effective Project Manager: An exploration within project-oriented organisations.* School of Mechanical, Aerospace and Civil Engineering
- Englund, Randall, Bucero, Alfonso (2019). *The Complete Project Manager: Integrating People, Organizational, and Technical Skills*, Oakland: Berrett-Koehler Publishers
- Elizabeth Harrin, (2018). *Project Manager: Careers in IT Project Management*. Swindon: BCS, The Chartered Institute for IT
- Office of Government Commerce. (2009). *Managing Successful Projects with PRINCE2* (5th ed.). Norwich: The Stationery Office.
- Project Management Institute, Inc. (2013). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)* (5th ed.). Newtown Square, Pennsylvania: Project Management Institute, Inc.
- Saadé, R. G., Dong, H., & Wan, J. (2015). Factors of Project Manager Success. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*.
- Stuckenbruck, L. C. (1986). Who determines project success? *Proceedings of the 18th Annual Seminar/Symposium* (Montreal/Canada) (pp. 85-93). Upper Darby, PA:Project Management Institute.
- Г.Жаргал, Г.Тэгшбүрэн, (2013). *Төслийн удирдлага* . Улаанбаатар .
- Г.Цэрэн, Л.Гантуяа, (2007). *Байгууллагын зан төлөв* . Улаанбаатар .
- Н.Цэнд, Г.Батхүрэл, Я.Шуурав, Х.Пүрэвдавга, Ц.Цэцэгмаа, Н.О.Лизунов, Л.Цэрэнчимэд, Д.Оюунцэцэг, (2013). *Менежмент* . Улаанбаатар .
- Д.Моломжамц, (2014). *Төслийн удирдлага* . Улаанбаатар .
- Б.Идерсүрэн, (2014). *Төслийн менежмент*. Удирдлагын үйл ажиллагаанд програм хангамж хэрэглэх нь. Улаанбаатар .
- О.Уранцэцэг, (2016). *Ye шатны загварыг ашиглан төслийн удирдлагыг сайжруулах нь.* Улаанбаатар .

ХАВСРАЛТ

Хавсралт 1. Судалгааны анкет

Төслийн менежерүүдийн сургалтын хэрэгцээг тодорхойлох судалгаа

Сайн байна уу? Танд энэ өдрийн мэндийг хүргэе. Судалгааны ажилд маань үнэтэй хувь нэмэр оруулж, үнэн зөв бөглөж өгөхийг хүсэж байна.

Судалгааны зорилго: Энэхүү судалгаа нь төслийн менежерүүдийн сургалтын хэрэгцээг тодорхойлох. Судалгаанд зөвхөн төслийн менежерүүд хамрагдах шаардлагатай.

Судалгаа нь төслийн менежерүүдтэй холбоотой асуултуудаас бүрдсэн байх бөгөөд танаас 4- 8 минут шаардах болно.

Хэсэг- 1

Энэхүү хэсэг нь 10 асуултаас бүрдэх ба та асуулт нэг бүрийн зааврыг сайтар анхаарна уу

1. Та мэргэжлийн төслийн менежерүүдийн сургалтанд хамрагдаж байсан уу?

- Тийм
- Үгүй

2. Танай байгууллага болон удирдлагын зүгээс төслийн менежерийн мэргэшсэн сургалтанд хамруулдаг уу?

- Тийм
- Үгүй

3. Та өөрийн асуудлыг шийдэх чадвараа үнэлнэ үү? /1 - Маш муу, 2 - Ер нь муу, 3 – Дундаж, 4 - Ер нь сайн, 5 - Маш сайн/

Ур чадвар	1	2	3	4	5
Бизнесийн ёс суртахуун					
Асуудлыг илрүүлэх					
Эрсдэлийг удирдах					
Асуудлын хүрээг тодорхойлох					
Эрсдэлийг үнэлэх					
Болзошгүй нөхцөл байдлыг төлөвлөх					
Өсөлтийн цэгийг мэдэх					

4. Та өөрийн манлайлах чадвараа үнэлнэ үү? /1 - Mash муу, 2 - Er ny муу, 3 – Дундаж, 4 - Er ny сайн, 5 - Mash сайн/

Ур чадвар	1	2	3	4	5
Амжилтаа бусадтайгаа хуваалцах					
Зааварчилгаа өгөх					
Төслийн төлөвлөгөөг хөгжүүлэх					
Алдаандаа хариуцлага хүлээх					
Багийн гишүүдээ анхаарах					
Асуудал гарвал удирдлагыг гартаа авах					
Багийн гишүүдээ сэдэлжүүлэх					
Уулзалт, хурлыг удирдах					
Багийн ажлыг идэвхжүүлэх					
Гэрээ хэлцээр хийх					
Бусдыг дасгалжуулан, зөвлөгөөг тогтмол өгөх					
Бие биенээ өсөн дэвжихэд туслах					

5. Та өөрийн төслийн удирдлагын чадвараа үнэлнэ үү? /1 - Mash муу, 2 - Er ny муу, 3 – Дундаж, 4 - Er ny сайн, 5 - Mash сайн/

Ур чадвар	1	2	3	4	5
Төслийн төлөвлөгөөг гаргах					
Төслийн ажил нэг бүрийн дуусах болон эхлэх цаг хугацааг нарийвчлан гаргах					
Төсөв батлах					
Цагийн менежмент					

Цаг, төсөв бусад нөөцүүдээ оновчтой хуваарилах					
Албан бичиг бичих					
Гүйцэтгэлийн хэмжилтийг тогтоох					
Бичгийн ур чадвар					

6. Та өөрийн харилцааны чадвараа үнэлнэ үү? /1 - Маш мую, 2 - Ер нь мую, 3 – Дундаж, 4 - Ер нь сайн, 5 - Маш сайн/

Ур чадвар	1	2	3	4	5
Бусдыг анхааралтай сонсох					
Харилцааны бичгэн ур чадвар					
Таатай болон таагүй мэдээг бусдад эвээр ойлгуулах чадвар					
Илтгэл тавих өндөр чадвар					
Хамтран ажиллагчидтайгаа тогтмол харилцах					
Харилцаа холбоо бусадтай тогтоох чадвар					
График тоон ойлголтыг харилцаандаа ашиглах					

7. Та өөрийн туршлагаа үнэлнэ үү? /1 - Маш мую, 2 - Ер нь мую, 3 – Дундаж, 4 - Ер нь сайн, 5 - Маш сайн/

Ур чадвар	1	2	3	4	5
Хүлээлтийг удирдах					
Зөрчлийг шийдвэрлэх					
Итгэлцлийг бий болгох					
Хүний сэтгэлзүйг ойлгох					

Өөрчлөлтийг даван гарах					
Бусдыг зорилгодоо хүрэхэд нь дэмжих					
Стрессээ удирдах					

8. Та анализ хийх чадвараа үнэлнэ үү? /1 - Маш муу, 2 - Ер нь муу, 3 – Дундаж, 4 - Ер нь сайн, 5 - Маш сайн/

Ур чадвар	1	2	3	4	5
Логик дараалал					
Мэдлэг ур чадвараа тогтмол хөгжүүлэх					
Судалгааны ойлголттой байх					
Төслийн менежментийн арга зүйг судалсан байх					

9. Та технологийн чадвараа үнэлнэ үү?

Ур чадвар	1	2	3	4	5
Комьютерийн ур чадвар					
Төслийн арга хэрэгслийг ашиглах					
Санхүүгийн тооцоолол болон арга хэрэгсэл					

10. Та өөрийн төслийн удирдлагын мэргэжлийн арга хэрэгслүүд дээр ажиллах хэрэгцээгээ тодорхойлно уу?

Мэргэжлийн арга хэрэгсэл	1 - Мэдэхгүй, огт ашигладаггүй	2 - Ер нь ашигладаг	3 - Байнга ашигладаг
Work Breakdown Structure (WBS) Ажлын шаталсан бүтэц			
Gantt chart Гантын диаграмм			
Project network diagram (PND) Төслийн сүлжээний диаграмм			

Program Evaluation and Review Technique (PERT) Хөтөлбөрийн үнэлгээний арга			
Critical Path method (CPM) Гол замын арга			
Earned value analysis Өртгийн шинжилгээ			
Analogous estimating Аналог үнэлгээ			
Parametric estimating Параметрийн тооцоолол			
Three point estimating Гурван цэгийн тооцоолол			
Bottom up estimating Ажилбар тус бүрээр тооцоолох арга			
Cause and Effect diagrams (Fishbone) Загасан нуруу диаграмм буюу Ишикава диаграмм			
Flow chart Урсгал диаграмм			
Check sheets Шалгах хуудас			
Pareto diagrams Паретогийн диаграмм			
Histograms Гистограмм			
Control charts Хяналтын график			
Scatter diagrams Сарнилтын диаграмм			

Хэсэг- 2

Энэхүү хэсэг нь 7 асуултаас бүрдэх ба та асуулт нэг бүрийн зааврыг сайтар анхаарна уу

1. Таны ажиллаж буй байгууллагын төрөл?

- Төслийн ивээн тэтгэгч (хөгжүүлэгч)
- Зөвлөх

- Гол гүйцэтгэгч
- Дэд гүйцэтгэгч
- Аутсорс үйлчилгээ үзүүлэгч

2. Таны боловсролын түвшин?

- Доктор
- Магистр
- Бакалавр
- Тусгай мэргэжлийн
- Бүрэн дунд
- Бүрэн бус дунд
- Мэргэжилгүй

3. Та төслийн менежерүүдийн аль төрөлд хамрагдах вэ?

- Мэргэшсэн буюу (PMP) зэрэгтэй төслийн менежер
- Төслийн менежментийн сургалтанд хамрагдсан (богино болон урт хугацааны сургалтанд хамрагдаж байсан)
- Мэргэшсэн зэрэггүй бөгөөд сургалтанд хамрагдаж байгаагүй
- Бусад

4. Таны одоогийн ажиллаж буй байгууллага аль салбарт хамаарах вэ?

- Уул уурхай
- Харилцаа холбоо
- Барилга
- Аж үйлдвэр
- Санхүүгийн байгууллага
- Эрүүл мэндийн байгууллага
- Үйлчилгээ
- Мэдээлэл технологи
- Эрчим хүч
- Бусад

5. Таны хүйс?

- Эрэгтэй
- Эмэгтэй

6. Таны нас?

- 20-с доош насны
- 21-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55

- 56-с дээш настай

7. Та төслийн менежерээр хэдэн жил ажиллаж байна вэ?

- 2- оос доош жил
- 2- 5 жил
- 5- 9жил
- 10 болон түүнээс дээш

Судалгааг үнэн зөв бөглөж дипломын ажилд минь үнэтэй хувь нэмэр оруулсан танд баярлалаа.

ЦАХИМ ОРЧИН ДАХЬ ХУВИЙН МЭДЭЭЛЛИЙН АЮУЛГҮЙ БАЙДЛЫН ЭРХ ЗҮЙН ЗОХИЦУУЛАЛТ

СЭЗИС-ийн оюутан Г.Гүнчин

УДИРТГАЛ

Хүн төрөлхтөн тасралтгүй хөгжих замаар урагшилсаар л байдгийн зэрэгцээ түүний хөгжлийг хууль ёсны болгох үүднээс энэхүү хөгжлийн хяналтыг бий болгох зайлшгүй шаардлагатай байдаг. Зоосны хоёр тал шиг хяналт үүсэхийн хажуугаар хүн бүрийн хувийн халдашгүй орон зай буюу халдашгүй байдлыг хамгаалах шаардлага мөн үүсдэг байна. Хувийн мэдээлэл буюу Personal data-г хэрхэн яж хамгаалах ойлголтыг 100 гаруй жилийн тэртээгээс АНУ-д хамгийн анх хөндөж байжээ. Хуулинд бусад улс орон энэ талаар чухалчлан үзэх болсон байна. Тухайлбал 2020 оны НҮБ-ын “Худалдаа хөгжлийн бага хурал” түүний тайланда дэлхий даяар үйл ажиллагаагаа цахим төлөвт шилжүүлж, мөн үүнтэй зэрэгцэж цахим халдлага ч ихссэнийг тэмдгэлжээ. Манай улсын хувьд энэ талаар тодорхой заалт байдаггүй хэдий ч түүний салаа хэсэг болох хувийн нууцын талаарх зарим хуульчилсан хамгаалалт байдаг. Үүнээс харахад манай улсад энэ салбар хамгаалалт байхгүй гэхээс илүүтэйгээр сүл буюу суурь шинжийг агуулан оршдог байна. Энэхүү судалгааны ажлын туршид дижитал буюу мэдээллийн зуунд хувийн хэмээн ойлголтын талаар илүү тодруулж, төрийн чухам ямар хязгаарлалт нь хувийн мэдээллийг зүй бусаар ашигладаг ба эдгээрийг энэ төрлийн хуулинд бусад улс орнуудын хувьд хэрхэн хэрэгжүүлж, хувь хүний халдашгүй болох хувийн мэдээллийг хамгаалах эрх зүйн зохицуулалтыг хэрхэн илүү боловсронгуй болгож чадсан, цаашлаад Монгол Улсын хуулинд ямар заалтаар зохицуулах боломжтойг судлан гаргах явдал юм. Мөн түүнчлэн энэхүү судалгааны ажил цааш цаашдын энэ салбарын шинэ үеийн судалгааны эх сурвалжийн нэгээхэн хэсэг болохын үндсийг тавихыг зорив.

Энэхүү судалгааны бүтээлийг илүү чанартай боловсруулах зорилгоор бусад холбоотой судалгааны эх сурвалжийн холбоосыг ойрын 3 жилийн хугацаагаар хүрээгээ тодорхойлсон болно. Тус хугацаанд мэдээллийг хамгаалах тухай 2018 онд Монголын хуульчдын холбооноос “Мэдээллийн аюулгүй байдлын өнөөгийн нөхцөл байдал, тулгамдаж буй асуудал” тухай хэлэлцүүлгийг амжилттай зохион байгуулсан бөгөөд тус хэлэлцүүлэгт энэ салбар болон мэргэжлийн хүмүүс өөр өөрийн илтгэлээ хэлэлцүүлсэн байна. Илтгэлүүдээс хуульч Л.Галбаатар, түүний “Мэдээллийн аюулгүй байдлын эрх зүйн зохицуулалт”¹ сэдвийн хүрээнд эрүүгийн эрх зүйн мэдээллийн аюулгүй байдалд холбогдох зохицуулалтыг тайлбарласан байна. Үүнээс гадна хувь хүний нууц ба хувь хүний мэдээллийг хамгаалах тухай Харилцаа холбоо, мэдээллийн технологийн газраас 2015-2018 онд “Цахим мэдээллийн аюулгүй байдлын тухай” хуулийн төсөл болон “Өгөгдөл хамгаалах тухай” хуулийн төслийг боловсруулж байсан боловч эдгээр төслийг

¹ Хуульч, судлаач Л.Галбаатар “Мэдээллийн аюулгүй байдлын эрх зүйн зохицуулалт” 2016 он <https://www.slideshare.net/galbaatar1/ss-62879383>

Улсын Их Хурал (цаашид “УИХ” гэх)-аар хэлэлцэж, батлаагүй байна. Мөн 2016 онд УИХ-д “Мэдээллийн аюулгүй байдлын тухай” хуулийн төсөл² хэлэлцсэн боловч хуулийн төслийг батлахгүйгээр буцаасан байна. Монгол Улсын Засгийн газрын хэрэг эрхлэх газраас 2018 онд “Нээлттэй өгөгдлийн бэлэн байдлын үнэлгээ” боловсруулж гаргасан ба энэхүү үнэлгээнд хувь хүний өгөгдөл, мэдээллийг тодорхой зорилгоор ашиглах, хамгаалах талаар нарийн зохицуулсан хууль тогтоомж байхгүй талаар тэмдэглэсэн байна³. “2021 оноос хувийн мэдээллийн тухай хуулийн төсөл” “нийтийн мэдээллийн тухай хуулийн төсөл” хууль зүй, дотоод хэргийн яамаас боловсруулж, нийтээр хэлэлцэх шатад явж байна. Тус хуулийн төслийн гол онцлох зүйл нь мэдээллийн төрлийг ангилж, түүний эрх зүйн харилцааг илүү нарийвчилан тодорхойлж өгсөн⁴ байна.

Тус судалгааны ажлыг судалгааны аргууд болох харьцуулалтын арга зүй, логик-анализын арга зүй, прагматик-хэрэглээний арга, ажиглалтын арга болон индуктив арга ашиглан боловсруулав.

I. ОНОЛЫН ТУХАЙ ОЙЛГОЛТ

1.2 Хувийн мэдээллийг хамгаалах онолын ойлголт

Манай улсын Үндсэн Хуульд “халдашгүй чөлөөтэй байх” эрхийн бүрдэл хэсэг болох хувийн нууцтай байх, түүнийгээ хуулиар хамгаалах эрхийн цар хүрээ нь мэдээллийн технологийн зуунд хувь хүний нууц мэдээлэлд төр болон хувийн хэвшлийн байгууллагаас халдашгүй байх уламжлалт агуулгаасаа өргөжин, хувь хүний дижитал өгөгдөл буюу цахим мэдээллээ хамгаалуулах эрхийн агуулгыг мөн багтаах шаардлагатай болсон. Монгол Улсын Үндсэн хуулийн 16 дугаар зүйлийн 16.13 дахь хэсэгт “Монгол Улсын иргэн халдашгүй, чөлөөтэй байх эрхтэй...”, “...Иргэний хувийн ба гэр бүл, захидал харилцааны нууц, орон байрны халдашгүй байдлыг хуулиар хамгаална” гэж иргэний үндсэн эрхийг хуульчилсан байdag. Хуулийн энэ зохицуулалтаас үзвэл “хувь хүний нууцтай байх, түүнийгээ хуулиар хамгаалуулах эрх нь “халдашгүй, чөлөөтэй байх” үндсэн эрхийн бүрдэл хэсэг

² Хуулийн төслийн Үзэл баримтлалд “төрийн байгууллагуудын 84 хувь нь мэдээллийн аюулгүй байдалд хяналт тавьдаггүй, тэдгээрийн 83 хувь нь мэдээллийн аюулгүй байдлын стандартыг мэддэггүй, 17 хувь нь зохих хэмжээгээр мөрддөг бөгөөд 6 хувь нь бүрэн дүүрэн халдлага илрүүлэх системтэй, 78 хувь нь халдлага илрүүлэх системтэй ч хөгжүүлэлт хийдэггүй, 16 хувь нь огт хамгаалалтгүй” мөн “Мэдээллийн аюулгүй байдлыг хангах үйл ажиллагааны 20 хувь нь технологиос, 80 хувь нь тухайн байгууллага, хувь хүнээс хамаардаг нь судалгаагаар нотлогдсон” гэж дурдсан байна.

<http://forum.parliament.mn/projects/9>

³ Монгол Улсын Засгийн газрын хэрэг эрхлэх газар “Монгол Улсын Нээлттэй өгөгдлийн бэлэн байдлын үнэлгээ” судалгаа, УБ хот, 2018 он, 15 дах тал

<https://mojha.gov.mn/newmojha/?topic=нийтийн-мэдээллийн-тухай-шинэчилсэн>

⁴“Хууль зүй, дотоод хэргийн яамын УИХ-д өргөн мэдүүлсэн хуулийн төсөл”

<https://mojha.gov.mn/newmojha/?topic=хүний-хувийн-мэдээлэл-хамгаалах-туха>

бөгөөд⁵ хувь хүний нууцыг хуулиар хамгаалах шаардлагыг тусгажээ. Улмаар 1995 онд хувь хүний нууцийн тухай хууль баталсан ба "хувь хүний нууц" гэж Монгол Улсын болон гадаадын иргэн, харьяалалгүй хүн Монгол Улсын хууль тогтоомжид нийцүүлэн нууцалсан бөгөөд задруулбал тухайн хүний хууль ёсны ашиг сонирхол, нэр төр, алдар хүндэд илтэд хохирол учруулж болзошгүй мэдээ, баримт бичиг, биет зүйлийг хэлнэ."⁶ Хэмээн тодорхойлжээ. Энэ хууль нь хувь хүний нууцыг зохицуулах эрх зүйн харилцааны суурь зохицуулалт гэж үзэж болохоор байна. Уг хууль нь нийт 9 зүйлтэй баталсан, батлагдсанаас хойш Үндсэн хуулийн цэцийн дүгнэлттэй холбоотой нэг өөрчлөлт, Зөрчлийн тухай хууль баталсантай холбоотой дахин өөрчлөлт орж байжээ. Хувь хүний нууцыг тус хуулинд 5 төрлөөр ангилсан байна. Дараах байдлаар хуулинд тодорхойлогдсон байна⁷.

Захидал харилцааны нууц	Захидал, цахилгаан, илгээмж, өргөдөл зэрэг шуудан холбооны хэрэгслээр бусад хүн, байгууллагатай солилцож буй мэдээ, баримт бичиг, биет зүйлийг;
Эрүүл мэндийн нууц	Тухайн хувь хүний бие эрхтний гажиг, нийтэд аюултай онцлог зарим халдварт өвчноос бусад өвчноор өвчилсөн тухай мэдээллийг;
Хөрөнгийн нууц	Зөвхөн эд хөрөнгө, оюуны өмч, эрхийн эзэн, эсхүл түүний итгэмжлэгдсэн хүмүүс мэдэх, түүнчлэн эрх бүхий байгууллага албан тушаалтны албан үүргийнхээ дагуу олж мэдсэн мэдээ, баримт бичиг, тоо, гэрээ хэлцэл, биет зүйлийг;
Гэр бүлийн тухай нууц	Бусдад задруулбал тухайн хувь хүн, түүний гэр бүлийн гишүүдийн нэр төр, алдар хүнд, ашиг сонирхолд харшлах мэдээллийг.
Хуулиар тогтоосон бусад нууц	Үндсэн хууль болон хувь хүний нууцын тухай хуулиас бусад салбар хуулийн зохицуулалт, хувь хүний өөрийн архив, хадгаламж, тэмдэглэл, битүүмжлэл болон тэдгээрт хамаарах дурс, дуу бичлэгийг нууцлах зэрэг багтана.

Хүснэгт 1 Нууцын тухай хуульд хуульчилсан нууцын төрөл

Дээрхээс үзвэл хувь хүний нууц гэдэг нь заавал **илт хохирол учруулж болзошгүй** гэж тодорхойлсон байна. Дараагаар хувь хүний нууцыг зөвхөн тус хуулинд заагдсан 5 зүйлээр хязгаарлах нь мэдээллийн технологийн шинэ эрин

⁵ Үндсэн хуулийн 16 дугаар зүйлийн 16.13-т заасан "халдашгүй байх эрх" нь гурван агуулгыг илэрхийлдэг ба үүний нэг нь хувийн нууц халдашгүй байх эрх байdag гэх талаар судлаач, доктор О.Мөнхсайхан өөрийн "Монгол Улсын Үндсэн хуулиар хамгаалагдсан үндсэн эрхийн хүрээг тодорхойлох нь" судалгааны бүтээлдээ тэмдэглэсэн байна..

⁶ Хувь хүний нууцийн тухай хуулийн 2 дугаар зүйл.

⁷ Хувь хүний нууцийн тухай хуулийн 4 дүгээр зүйл.

зуунд хувийн нууцаа хамгаалуулах эрхийн дутагдалтай тал болох боломжтой байхаар байна. Тодруулбал, дижитал ертөнцийн хөгжлийн хэмжээнд нийцүүлсэн хууль зүйн шууд зохицуулалт өнөөдрийн байдлаар байхгүй болохыг харж болно.

Манай улсын хувьд энэхүү суурь ойлголтыг сайжруулах аливаа хуулийн боловсруулалт хийсээр ирснийг дараах байдлаар тайлбарлаж байна.

- 2011 онд – Мэдээллийн ил тод байдал ба мэдээлэл авах эрхийн тухай хууль
- 2016 онд – ~~Мэдээллийн аюулгүй байдлын тухай хууль /оргөн барьсан ч батлагдаасүй/~~
- 2018 онд – ~~Өгөгдөл хамгаалах тухай хууль /оргөн барьсан ч батлагдаасүй/~~
- 2018 онд – ~~Цахим мэдээллийн аюулгүй байдлын тухай хууль /оргөн барьсан ч батлагдаасүй/~~
- 2021 онд – Хувь хүний мэдээллийн тухай хууль /хэлэлцэж буй хууль/
- 2021 онд – Нийтийн мэдээллийн тухай хууль /хэлэлцэж буй хууль/

Дээрх үзүүлэлтийг харахад манай улсын хувьд тодорхой хэмжээний шинэчлэл хийх гэж оролдсон боловч бодит үр дүнг үзүүлэгчийг анзаарч болно.

2021 онд хэлэлцэж буй хувийн мэдээллийн тухай хуулийн төсөл нь мэдээллийн технологийн зуунтай уялдуулж шинэ зүйл заалтуудыг нэмж, зохицуулалт хийхээр боловсруулж байгаа. Энэ нь хувь хүний мэдээлэл гэж өнгөрсөн хугацаанд яригддаг агуулгаас өргөжиж, хувь хүний мэдээлэл гэх ойлголтоор зохицуулах хэрэгтэйг судлаачид чухалчлан анхаарч байгааг мэдэж болно.

1.3. Хувийн мэдээллийг тодорхойлох нь

Өнөөдрийн байдлаар хувийн мэдээллийн тухай хуулийн нэгдсэн жишиг болж Европын улс орнуудад хүрсэн “Өгөгдөл хамгаалах ерөнхий дүрэм”⁸ буюу GDPR /Цаашид “GDPR” гэх/ нь 2016 оны 5 дугаар сарын 24-ний өдөр батлагдаж, 2018 оны 5 дугаар сарын 25-ны өдрөөс хэрэгжиж эхэлсэн. Тус хуулинд зааснаар хувийн мэдээлэл гэдэг нь хувь хүнийг тодорхойлох, эсхүл тодорхойлж болохуйц аливаа мэдээллийг хэлэх бөгөөд тухайн хувь хүнийг тодорхойлж болохуйц гэдэгт нэр, дахин давтагдашгүй дугаар, байршилын мэдээлэл, цахим тодорхойлогч мэдээлэл, эсхүл тухайн хувь хүний бие махбод, физиологи, генетик, оюун санаа, эдийн засаг, соёл болон нийгмийн нөхцөл байдалтай мэдээлэл багтдааг⁹.

Сэдвийн хүрээнд судалгаа хийх явцад Монгол Улсад хувийн мэдээллийг хамгаалах тухай ойлголт хуулийн хүрээнд тодорхойлоогүй ч зарим салбар хуульд нийтээр хэрэглэх бусаар тодорхойлсон байдаг. Тухайлбал 2011 оны 11 дүгээр сарын 10-ны өдөр баталсан “Сонгуулийн автоматжуулсан системийн тухайх хуулийн” 4 дүгээр зүйлийн 4.1.2 дахь

⁸ Европын холбооны “Өгөгдөл хамгаалах ерөнхий дүрэм” <https://gdpr-info.eu/>

⁹ “Өгөгдөл хамгаалах ерөнхий дүрэм”, 4-р зүйлийн, тодорхойлолт хэсгийн 1 дүгээр заалт <https://gdpr-info.eu/art-4-gdpr/>

хэсэгт “сонгогчийн хувийн мэдээлэл” гэж тухайн иргэнийг гэрчлэх талаар хуульд заасан албан ёсны баримт бичигт туссан мэдээлэл, гэрэл зураг, биеийн давхцахгүй өгөгдөл /гарын хурууны хээ/-ийг хэлнэ. Гэх зэргээр сонгуулийн хүрээнд зохицуулсан нь уг тодорхойлолтыг улсын хэмжээнд тогтоох боломжгүй юм. Дараагаар 2018 оны 6 дугаар сарын 21-ний өдөр батлагдсан Улсын бүртгэлийн ерөнхий хуулийн 3 дугаар зүйлийн 3.1.6-д “Иргэний үнэмлэхийн санах ой” гэж энэ хуульд заасны дагуу иргэний хувийн мэдээллийг агуулсан, мэдээлэл нь бичигдэх, уншигдах, өөрчлөгдөх боломжтой цахим санах ойг хэлнэ.” Гэж улсын бүртгэлийн хүрээлэлд ашиглаж болохоор зохицуулсан. Дурьдагдсан хоёр хуулийн тодорхойлсноос харахад, хувийн мэдээлэл гэдгийг дараах байдлаар ойлгоно.

№	Хувийн мэдээлэл гэдэг нь иргэний үнэмлэхэд тусгагдсан дараах зүйлсийг ойлгоно:
1	Мэдээллүүд
2	Зураг
3	Хурууны хээ

Хүснэгт 2. Хувийн мэдээллийн ерөнхий ангилал

Дээрх гурван зүйлийг ойлгохоор байгаа хэдий ч аль аль нь тусгайлан заасан үйл ажиллагааны хүрээнд мэдээллийг хамгаалах харилцааг зохицуулах тул бусад байгууллагуудтай харилцах харилцаанд хэрэглэх боломжгүй байна. ХХНтХ дахь тодорхойлолт нь хувийн мэдээллийг хувь хүний нууц гэж үзэх боломжтой хэдий ч бүхий л хувийн мэдээллийг нууцад хамааруулах боломжгүйгээр зохицуулсан байдаг. *Хувийн мэдээллийн гол шинж чанар нь тухайн хүнийг “тодорхойлох” боомжтой мэдээлэл гэдэгт оршидог*. Гэтэл манай улсын ХХНтХ-д заасан хүрээнд хамгаалагдахын тулд тухайн мэдээлэл нь задарсан буюу илтэд хохирол учруулахуйц байх ёстой гэдэг хатуу шаардлагыг хангах ёстой болдог. Жишээлбэл хүний үндэс угсаа нь тухайн хүний давтагдашгүй мэдээлэл бөгөөд хувь хүний эрх зүйн байдалд шууд нөлөөлөх боломжтой. Гэвч хувь хүний үндэс угсааг задруулснаар хувь хүний нэр төр, алдар хүндэд **илтэд** хохирол учруулах боломжтой гэж үзэхгүй тул ХХНтХ-иар хамгаалагдах мэдээлэл болохооргүй байна. Иймд хувь хүний нууцыг задруулсан гэж үзэхийн тулд тухайн хүнд илтэд хохирол учруулсан хатуу шаардлага тавигдсанаар хязгаалагдмал хүрээллийг бий болгож байна.

II. СУДАЛГААНЫ ХЭСЭГ

2.1 Монгол Улсын эрх зүйн зохицуулалтын хүрээнд

Өнөөдрийн манай улсын хувь хүний нууцыг хамгаалах эрх зүйн суурь зохицуулалтыг “Хувь хүний нууцын тухай хууль /Цаашид “ХХНтХ” гэх/”, байгууллагын нууцын тухай хууль /Цаашид “БНтХ” гэх/-д тус тус зохицуулсан байдаг болов ч эдгээр хуулийн зохицуулалт нь хязгаарлагдмал хүрээг бий болгосон нь энэ хуулийг илүү өргөн хүрээнд буюу дижитал харилцаанд шилжүүлж, нарийн журмаар зохицуулах боломжгүй нөхцөл байдлыг бий болгосон байна. Тайлбарлавал: ХХНтХ-ийн 5 дугаар зүйлийн 5.1т “Хувь хүн нууцаа өөрөө хамгаална.” Гэж заасныг БНтХ-ийн 5 дугаар зүйлийн 5.3т “Байгууллага нь эрхэлж буй үйл ажиллагааныхаа дагуу олж мэдсэн хувь хүний нууцыг байгууллагын нууцын нэг адил хамгаална” гэж заасантай жишин үзэхэд хувь хүн нууцаа өөрөө хамгаалах үүрэгтэй хэдий ч хэрвээ үүнтэй холбогдох мэдээллээ аливаа байгууллагад өгсөн бол тухайн байгууллага нь мөн хамгаалах үүргийг хүлээхээр байгаа юм. Гэтэл энэ нь өөрөө эргэлзээ дагуулсан зохицуулалт болов. Тухайлбал БНтХ-ийн 5дугаар зүйлийн 5.3т “...байгууллагын нууцын нэг адил хамгаална” гэх үг нь нууцыг авсан байгууллага тухайн хувь хүний нууцыг тусгайлан хамгаалах үүргийг хүлээх эсвэл байгууллагын дотоод нууцыг хамгаалах журмын дагуу хамгаалах уу? гэдэг эргэлзээ үүсэж байгаа юм. Хоёр ойлголтыг нэг болгож ойлгох нь хуульд харш тул аль нэг утгаар тогтоох шаардлагатай байдаг. Тэгвэл байгууллагын дотоод нууцын журмын адилаар хамгаална гэвэл дотоодын нууцыг хамгаалах зохицуулалтгүй байгууллага хувь хүний нууцыг задруулах эрсдэл үүсгэх нөхцөл үүсэхээр байна.

Манай улсын хууль эрх зүйн орчинд мэдээллийн сантай байх, мэдээллийг хамгаалах талаар өөрийн гэсэн журам зохицуулалттай цөөн тооны байгууллага байдаг. Үүнд: Улсын бүртгэлийн ерөнхий газар¹⁰, Цагдаагийн байгууллага¹¹, Үндэсний статискийн хороо, Архивын ерөнхий газар болон Монгол Банк¹² зэрэг багтана. Мөн эдгээрийг нэгдсэн байдлаар Үндэсний дата төвд шилжүүлэн байршуулахыг Засгийн газар 2012 онд 146 дугаар тогтоолоор зохицуулсан байдал¹³. Үүнээс хараад төрийн байгууллага нь хувийн байгууллагуудтай харьцуулахад энэ талын туршлагатайгаас гадна өөрийн гэсэн зохицуулалтын журамтай байна..

Хувийн хэвшлийн байгууллагад холбогдох зохицуулалт нь зөвхөн санхүүгийн бүх төрлийн байгууллагад хамаарахаар байгаа юм¹⁴. Иймээс бусад төрлийн хувийн байгууллагуудыг зохицуулсан тодорхой журам байхгүй байна. Өөрөөр хэлбэл хувь хүний нууцыг мэдээллийн зуунд яаж, ямар хүрээнд, ямар аргаар хамгаалах шаардлага нь харилцан адилгүй болж ойлгогдохоор байна.

¹⁰ Улсын бүртгэлийн ерөнхий хуулийн 9 дүгээр зүйл “Улсын бүртгэлийн мэдээллийн нэгдсэн сан”, 2018 он

¹¹ ХЗДХС-ийн 2017 оны А/195 дугаар тушаалын хавсралтаар батлагдсан “Мэдээллийн санд мэдээлэл цуглуулах, шалгах, шинжлэн үнэлэх, ашиглах, шилжүүлэх, хүлээн авах, хуваарилах, үр дүнг тооцох, давлагаяа өгөх журам” https://police.gov.mn/resource/policegovmn/media/Khuuliin_Kheltes/195.pdf

¹² Монгол банкны “Зээлийн мэдээллийн сан”-гийн мэдээлэл, <https://www.mongolbank.mn/ayans.aspx?id=03>

¹³ “Төрийн байгууллагын цахим мэдээллийн санг “Үндэсний дата төв”-д УГҮТ-т шилжүүлэн байршуулах тухай” Монгол Улсын Засгийн газрын 146 дугаар тогтоол, 2012 оны 12 дугаар сарын 1-ний өдөр.

¹⁴ Зээлийн мэдээллийн тухай хууль, 2011 оны 10 дугаар сарын 20-ны өдөр.

2.2 Монгол улсад хувийн мэдээлэлтэй холбоотой маргааны төрлүүд

Энэ хэсэгт эрүүгийн шүүхэд шийдвэрлэсэн хэргүүдээс дүн шинжилгээ хийж, түүнээс гаргаж авсан үр дүнгийн тухай өгүүлэх болно.

“Хувь хүний нууцыг задруулах” гэмт хэрэг гэж тооцохын тулд “тухайн үйлдлийг хийсэн зорилго” болон “хохирогчид илтэд хохирол учрахаар байсан” гэх урьдчилсан нөхцөлүүдийг хангах ёстой¹⁵ байна. Энэ нь судалгааны ажлын онолын хэсэгт дурдсаны дагуу “хувь хүний нууц” гэх ойлголт хуульд хэт явцуу байдлаар тодорхойлсонтой холбоотой бөгөөд үүний сөрөг үр дагавар гэж үзэж болохоор байна. Гэвч хувийн хэвшлийн байгууллагад хувь хүний нууц болон мэдээллийг ашиглах, хамгаалах, хадгалах талаарх нарийвчилсан зохицуулалт болон хариуцлага тооцох механизм байхгүй тул үүнд холбогдох гэмт хэргийн шүүхийн практик тодорхойгүй байна.

2.2 Европын Холбооны “Өгөгдөл хамгаалах ерөнхий дүрэм” буюу GDPR-ийн зохицуулалт

GDPR нь 2018 оны 5 дугаар сарын 25-ны өдрөөс эхлэн хүчин төгөлдөр үйлчилж эхэлсэн Европын Холбооны хувийн мэдээллийг хамгаалах эрх зүйн хэм хэмжээний акт юм. Үүнийг дараах байдлаар задлан тайлбарлав.

(A) GDPR-ИЙН ҮЙЛЧЛЭХ ЦАР ХҮРЭЭ

GDPR-ийн чухал онцлогуудын нэг нь түүний үйлчлэх цар хүрээний хэмжээ юм. GDPR-ийн 3 дугаар зүйлд түүний цар хүрээ, чухам ямар этгээдүүдийн эрхийг хамгаалах тухай тодорхойлсон байдаг. Европын Холбооны Хувийн Мэдээллийг Хамгаалах Зөвлөлөөс гаргасан зөвлөмжид GDPR-ийн үйлчлэх цар хүрээг ерөнхий тодорхойлсон нь хууль тогтоогчийн дээрх хэм хэмжээг аль болох өргөн хүрээнд тайлбарлан хэрэглэх боломж олгох гэсэн хүсэл зоригийн илэрхийлэл юм¹⁶ гэсэн байна. GDPR-ийн үйлчлэх цар хүрээг тодорхойлохын өмнө хувийн мэдээлэл боловсруулагч болон хувийн мэдээлэл хариуцагч гэсэн ойлголтуудыг тодорхойлох шаардлагатай. GDPR-ийн 4.7 дугаар зүйлд тодорхойлсноор хувийн мэдээлэл хариуцагч/controller/ гэдэг нь хувийн мэдээллийг боловсруулах зорилго болон арга хэрэгслийг тодорхойлж буй хувь хүн, хуулийн этгээд, төрийн байгууллага, агентлагийг хэлнэ гэж заажээ. Харин GDPR-ийн 4.8-д хувийн мэдээлэл боловсруулагч/processor/ гэдгийг хувийн мэдээлэл хариуцагчийн нэрийн өмнөөс

¹⁵ Монгол Улсын Дээд шүүхийн 2020 оны 05 сарын 18ны өдрийн хяналтын шатны эрүүгийн хэргийн шүүх хуралдааны 239 дугаар тогтоол https://shuukh.mn/single_case/2420?daterange=2020-01-01%20-%202021-04-17&id=3&court_cat=2&bb=1 Шүүгдэгч С.Б нь Төрийн банкны салбарт мэдээлэл судалгааны эдийн засагчаар ажиллаж байхдаа Монгол банкны зээлийн мэдээллийн сангаас хохирогч харилцагчийн зээлийн данстай холбоотой мэдээллийг хууль бусаар олж авч, бусдад дамжуулсан үйлдэлд эрүүгийн хариуцлага тооцсон магадлалыг Улсын Дээд шүүхээс ямар санаа зорилгын хүрээнд, хэний эрх ашигт нийцүүлэн хийсэн болохыг тогтоогоогүй байна гэх үндэслэлээр прокурорт буцаасан байна.

¹⁶ Guidelines 3/2018 on the territorial scope of the GDPR (Article 3), The European Data Protection Board, 4 дэх тал https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines_3_2018_territorial_scope_after_public_consultation_en_0.pdf

боловсруулалт хийж буй этгээдийг хэлнэ гэж тодорхойлжээ. Өөрөөр хэлбэл, хувийн мэдээлэл хянаач гэдэг нь хувийн мэдээлэл боловсруулахтай холбоотой шийдвэр гаргаж буй этгээд, харин боловсруулагч гэдэг нь боловсруулах ажиллагааг гүйцэтгэж буй этгээдийг хэлнэ гэж ойлгож болно. GDPR-ийн 3.1 болон 3.2 дугаар зүйлийн дараах шалгууруудын аль нэгийг хангасан тохиолдолд GDPR-ийн үйлчлэх цар хүрээнд багтана гэж үзнэ:

- (i) *үйл ажиллагаа явуулж буй газрын шалгуур буюу establishment test;*
(ii) *ямар этгээдэд чиглэсэн үйл ажиллагаа явуулж буй шалгуур буюу targeting test.*

Европын Холбооны нутаг дэвсгэрт хувийн мэдээлэл боловсруулах ажиллагаа хийх эсэхээс үл хамааран тухайн хувийн мэдээлэл боловсруулагч болон хариуцагч нь Европын Холбоонд явуулж буй тогтвортой үйл ажиллагааны зохион байгуулалттай нь холбоотойгоор хувийн мэдээллийг боловсруулах ажиллагаа хийж байгаа тохиолдолд үйл ажиллагаа явуулж буй газрын шалгуурыг хангана гэж үзнэ¹⁷. Гэвч тухайн хувийн мэдээлэл боловсруулагч болон хариуцагч нь зайлшгүй Европын Холбооны аль нэг улсад бүртгэгдсэн, үүсгэн байгуулагдсан байхыг шаардахгүй. Харин дээрх шалгуурыг хангаж буй эсэхийг тодорхойлоходо тухайн хувийн мэдээлэл хариуцагч болон боловсруулагчид ямар нэгэн байдлаар Европын Холбоонд тогтвортой үйл ажиллагаа явуулах зохион байгуулалтын хэлбэр байгаа эсэх, мөн хувийн мэдээлэл боловсруулах ажиллагаа нь уг зохион байгуулалтын хэлбэртэй нь уялдаа холбоотой эсэхийг тодруулна. Түүнчлэн, хувийн мэдээлэл хариуцагч нь Европын Холбооны нутагт үйл ажиллагаа явуулдаг бол хувийн мэдээллийг боловсруулах ажиллагаа хаана явагдаж байгаагаас үл хамааран GDPR үйлчилнэ. гэж үзнэ¹⁸.

Харин ямар этгээдэд чиглэсэн үйл ажиллагаа явуулж буй шалгуур нь Европын Холбоонд байрладаггүй хувийн мэдээлэл боловсруулагч болон хариуцагч нарт GDPR үйлчлэх нөхцөлийг тодорхойлсон байдаг. GDPR-ийн 3.2-т заасны дагуу Европын Холбоонд байрладаггүй хувийн мэдээлэл боловсруулагч болон хариуцагч нар нь Европын Холбоонд байгаа хувийн мэдээллийн эзний мэдээллийг доорх үйл ажиллагаатай холбоотойгоор цуглувулсан бол GDPR нь тэдгээрт үйлчилнэ. Үүнд:

- (i) хувь хүнээс төлбөр авах шаардлагатай эсэхээс үл хамааран Европын Холбоонд байгаа хувь хүмүүст бараа, үйлчилгээ үзүүлдэг; эсхүл
(ii) Европын Холбооны нутаг дэвсгэр дээр тухайн хувь хүмүүсийн үйлдлийн шинж чанарыг хянах зорилготой гэсэн хоёр шалгуур гаргасан болно¹⁹.

(Б) ХУВИЙН МЭДЭЭЛЭЛ, ТҮҮНИЙГ БОЛОВСРУУЛАХ

GDPR-ийн 4 дүгээр зүйлд хувийн мэдээлэл гэдгийг “хувь хүнийг тодорхойлох, эсхүл тодорхойлж болохуйц аливаа мэдээллийг хэлэх бөгөөд тухайн хувь хүнийг

¹⁷ GDPR-ийн 3.1 дүгээр зүйл

¹⁸ 6 Guidelines 3/2018 on the territorial scope of the GDPR (Article 3), The European Data Protection Board, 9 дэх тал https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines_3_2018_territorial_scope_after_public_consultation_en_0.pdf

¹⁹ GDPR-ийн Recitals (23). <https://gdpr-info.eu/recitals/no-23/>

тодорхойлж болохуйц мэдээлэл гэдэгт нэр, дахин давтагдашгүй дугаар, байршилын мэдээлэл, цахим тодорхойлогч мэдээлэл, эсхүл тухайн хувь хүний бие махбод, физиологи, генетик, оюун санаа, эдийн засаг, соёл болон нийгмийн нөхцөл байдалтай холбоотой мэдээллийг хэлнэ” гэж тодорхойлжээ. Европын Холбооны Хувийн Мэдээллийг Хамгаалах Зөвлөлөөс дээрх тодорхойлолтыг тайлбарлахдаа доорх үндсэн ойлголтыг авч үзэх шаардлагатай гэсэн байdag. Үүнд:

- (i) хувь хүнтэй холбоотой аливаа мэдээлэл байх;
- (i) хувь хүнийг тодорхойлох, эсхүл тодорхойлж болохуйц мэдээлэл байх²⁰.

Цахим тодорхойлогч гэдэгт харин тухайн хувь хүний IP хаяг, cookies²¹ буюу вэбсайтад зочилсон хүний үйлдлийг хадгалж үлдээсэн мэдээлэл (хэзээ нэвтэрсэн, ямар мэдээлэл дээр дарсан тухай мэдээлэл, оруулсан нууц үг, кредит картын мэдээлэл гэх мэт) зэрэг хамаарна. Зөвхөн өөрт байгаа мэдээлэл, жишээлбэл хэн нэг хүний хаяг болон нэрийг ашиглаад тухайн этгээдийг тодорхойлох боломжтой бол тухайн хүнийг “шууд” тодорхойлох хувийн мэдээлэл, харин өөрт байгаа хувийн мэдээлэл нь тухайн хүнийг шууд тодорхойлоход хангалттай биш боловч гуравдагч этгээдэд байгаа мэдээлэлтэй нэгтгэснээр уг хүнийг тодорхойлох боломжтой байвал хувь хүнийг шууд бус тодорхойлох хувийн мэдээлэл гэж үзнэ.

(B) “RIGHT TO BE FORGOTTEN” БҮЮУ МАРТАГДАХ ЭРХ

GDPR-т тусгасан бас нэгэн онцлог зохицуулалт нь right to be forgotten буюу мартагдах эрх юм. GDPR-ийн 17 дугаар зүйлд заасны дагуу доорх тохиолдолд хувийн мэдээллийн эзэн нь өөрийн хувийн мэдээллийг устгуулахаар шаардах эрхтэй бөгөөд хувийн мэдээлэл хариуцагч нь тухайн мэдээллийг устгах үүрэгтэй болно. Гэхдээ GDPR-д заасан тохиолдол болгонд хувийн мэдээллийг устгах үүрэг хүлээхгүй бөгөөд тухайн хувийн мэдээллийг боловсруулах ажиллагаа нь үзэл бодлоо чөлөөтэй илэрхийлэх эрхийн хүрээнд, эсхүл хууль, шүүхийн шийдвэрийн дагуу боловсруулж байгаа, нийтийн ашиг сонирхлын төлөө шинжлэх ухааны судалгаанд ашиглаж байгаа зэрэг тохиолдлуудад мэдээлэл боловсруулагч, хариуцагч нь устгах үүрэг хүлээхгүй. Цахим өртөнцөд мартагдах эрхийг бодитойгоор хэрэгжүүлэхийн тулд тухайн хувийн мэдээлэл боловсруулагч, хариуцагч нь устгагдсан хувийн мэдээлэл, түүнтэй холбоотой линк, хуулбар зэргийг өөрийн боломжит хэмжээнд мөн устгах үүрэг хүлээн²².

Тайланд, Шинэ Зеланд, Өмнөд Солонгос зэрэг олон орон өөрсдийн хувийн мэдээллийг хамгаалах хуулийг GDPR дээр үндэслэн боловсруулсан байdag. Манай улсын хувьд ч өмнө нь өргөн барьсан Өгөгдөл хамгаалах хуулийн төсөлд GDPR-ийн ойлголт, зохицуултууд тусгагдсан байгааг үзвэл цаашид хувь хүний мэдээллийг хамгаалах

²⁰ “What is considered personal data under the EU GDPR”, <https://gdpr.eu/eu-gdpr-personal-data/>

²¹ GDPR-ийн Recitals (30), <https://gdpr.eu/recital-30-online-identifiers-for-profiling-and-identification/>

²² GDPR-ийн Recital (66) <https://gdpr.eu/Recital-66-Right-to-be-forgotten/>

зохицтой эрх зүйн орчныг бүрдүүлэхийн тулд энэ баримт бичгийг судлах шаардлага зайлшгүй байгааг харуулж байна.

ДҮГНЭЛТ, САНАЛ ЗӨВЛӨМЖ

Монгол Улсад хувь хүний мэдээллийн тухай зохицуулалт байдаггүй талаар дээрх судалгааны хүрээнд тодорхойлсон. Харин 2021 онд “Хууль зүй, дотоод хэргийн яам”-аас хувь хүний мэдээллийн тухай хуулийн төслийг боловсруулж, нийтээр хэлэлцэх шатад явж байна. Хуулийн төслийн онцлох хэсгийг дараах байдлаар гаргав.



Зураг 1. Хүний хувийн мэдээллийг хамгаалах хуулийн төсөл

Зураг 1-т тэмдгэлсэн хувийн мэдээллийн төрлийг илүү өргөн хүрээнд нарийвчлан зохицуулсан боловч тэр хирээр гэмт этгээдийн халхавч болох эрсдэлтэйг дурьдах нь зүйтэй. Хувийн мэдээллийг хамгаалах хуулийн төслийн хүрээнд хэн яаж тэрхүү мэдээллийг цуглуулахыг нарийн зааж өгсөн хэдий ч дижитал тодорхойлолтыг орхигдуулсныг анзаарч болно. Дараагаар энэхүү хуулийн төсөлд мэдээллийн эзний зөвшөөрөлгүйгээр мэдээллийг боловсруулах үндэслэл нь нийтийн ашиг сонирхлын үндсэн дээр байх боломжтой гэдгийг тэмдгэлсэн боловч нийтийн ашиг сонирхол гэж юуг хэлээд байгааг нарийвчлан тодорхойлоогүй байна. Мөн энэхүү хууль нь төрийн өндөр албан хаагч наарт хэрхэн үйлчлэх, тэдгээрт шууд үйлчлэх нь төрийн албаны тухай хуулийн ил тод байх зарчимтай зөрчилдөх эсэхэд эргэлзээ үүсэх нөхцлийг бүрдүүлж, цаашлаад цахимжсан байгууллагуудын хувьд хэрхэн хуулийн зохицуулалтыг орхисон нь тус хуулийн сул тал гэж үзэх боломжтой байна.

Энэхүү судалгааны ажил нь 2019 онд дэгдсэн дэлхийн цар тахлын улмаас эрчимтэй хөгжиж буй дижитал буюу цахим орчинд шилжсэн харилцаанд хамгийн ихээр дутаж буй зохицуулалтыг судалж, түүний өнөөгийн зохицуулалт ямар хэмжээнд байгааг тус судалгааны онолын хэсгээр тодорхойлж, дараагаар бусад улс орны хувьд ямар төвшинд зохицуулалтыг хийсэн болон хийж байгаа талаар мэдээллийг нэгтгэж, хамгийн сүүлд манай улсын хувьд юуг зохицуулах шаардлагатайг, дүгнэлт хэсгээр дүгнэж, нэгтгэсэн байдлаар санал болгон дэвшүүлэв. Дараах саналыг судалгааны явцад хийх шаардлагатайг онцолж байна.

Санал, зөвлөмж

Аливаа хуулийн шинэчлэл болон түүнтэй холбоотой шинээр боловсруулах хуулийн төсөл нь жил бүр зохион байгуулагдах нь хүндрэлтэй бөгөөд ойр ойрхон шинээр боловсруулах нь хуулийг уlam дордуулах эрсдэлийг мөн дагуулж байдаг. Иймд Монгол Улсын хувь хүний мэдээллийг хамгаалах тухай хуулийн төсөл нь 2021 онд эрчимтэй хэлэлцэж, боловсруулж байгаа учраас зөвхөн өнгөрсөн хугацаанд үүсэн бий болсон асуудалд чухал ач холбогдол өгч, зөвхөн түүнийг засварлах гэж хуулийн шинэ төслийг боловсруулах нь хуулийн шинэчлэлд өрөөсгөл ойлголт юм. Иймд дараах саналыг судлаач оюутны зүгээс гаргаж байна.

- Дээрх судалгааны хүрээнд хийсэн бусад улс орны жишиг болсон түүхийг авч үзэх шаардлагатай бөгөөд өнөөгийн хүчин төгөлдөр олон улсыг хамруулан хэрэгжиж буй хуулийн төслийг жишиг болгон судлах шаардлагатай.
- Хуулийн төслийг хэт нарийн зохицуулалтыг хийхгүй байх ёстой бөгөөд хэт нарийн зохицуулалтыг хийх нь аливаа эрхээ хамгаалуулах боломжийг багасгаж байгаагийн нэг хэлбэр гэж үзэх учиртай.
- Нийтийн ашиг сонирхол гэдэг зүйл бол аливаа улсын хамгийн чухал яригдах эрхийн гол илэрхийлэл юм. Иймд энэхүү нийтийн ашиг сонирхлыг тодорхой тодорхойлох нь зүйтэй. Хэрвээ нийтийн эрх ашиг тодорхойгүй байсны улмаас хэн нэгний эрх ашиг шууд зөрчигдөх нь шударга байх зарчимд нийцэхгүй явдал болно.
- Улс төрийн нам болон төрийн өндөр албан тушаалтанд энэхүү хууль хэрхэн, яаж үйлчлэх вэ? Гэдгийг илүү нарийвчлан зохицуулах шаардлагатай бөгөөд төрийн албан хаагчийн ил тод байх зарчимтай зөрчилдөх эсэхэд нарийвчлан зохицуулалт оруулах шаардлагатай.
- Дэлхийн эдийн засгийн үйл ажиллагаа цахим төлөвт шилжиж буй энэхүү эрин үед ААН, төр, хувь хүн, байгууллага хоорондын цахим харилцааг зохицуулалтаар оруулж өгөх шаардлагатай.

НОМ ЗҮЙ

A. Ном, сурах бичиг, гарын авлага

- Глоб интернешнл төв “Монгол Улс – хэвлэл мэдээллийн эрх зүй (Онлайн, оффлайн орчин дахь хувь хүний нууц ба цахим эрх) Сургалтын гарын авлага” 2017 он http://globeinter.org.mn/images/upld/Toby_manual_2017mon.pdf

B. Эрдэм, шинжилгээний өгүүлэл, илтгэл, хэлэлцүүлэг

- Хуульч, судлаач Л.Галбаатар “Мэдээллийн аюулгүй байдлын эрх зүйн зохицуулалт” 2016 он <https://www.slideshare.net/galbaatar1/ss-62879383>
- Б.Хонгорзул “Монгол Улсын Үндсэн хууль дахь хувийн нууцын эрхийг өргөн утгаар тайлбарлах нь” МУИС-ХЗС, Бакалаврын судалгааны ажил. 2016 он <http://legaldatal.mn/b/147>
- О.Мөнхсайхан “Монгол Улсын Үндсэн хуулиар хамгаалагдсан Үндсэн эрхийн хүрээг тодорхойлох нь” эрдэм шинжилгээний өгүүлэл, Хүний эрх сэтгүүл 2016/01 <http://legaldatal.mn/b/611>
- Монголын хуульчдын холбоо “Мэдээллийн аюулгүй байдлын өнөөгийн нөхцөл байдал, тулгамдаж буй асуудал” хэлэлцүүлэг, 2018 он

C. Хууль тогтоомж, хуулийн төсөл, хөтөлбөр

- Монгол Улсын Үндсэн хууль, 1992 он
- Хувь хүний нууцын тухай хууль, 1995 он
- Мэдээллийн ил тод байдал ба мэдээлэл авах эрхийн тухай хууль, 2011 он
- Улсын бүртгэлийн Ерөнхий хууль, 2018 он
- Зээлийн мэдээллийн тухай хууль, 2011 он
- ХЗДХС-ийн 2017 оны А/195 дугаар тушаалын хавсралтаар батлагдсан “Мэдээллийн санд мэдээлэл цуглуулах, шалгах, шинжлэн үнэлэх, ашиглах, шилжүүлэх, хүлээн авах, хуваарилах, үр дунг тооцох, лавлагаа өгөх журам”
- Мэдээллийн аюулгүй байдлын тухай хуулийн төсөл, 2016 он
- Цахим мэдээллийн аюулгүй байдлын тухай хуулийн төсөл, 2018 он
- Өгөгдөл хамгаалах тухай хуулийн төсөл, 2018 он
- Монгол Улсын Засгийн газрын 2012 оны 12 дугаар сарын 1-ний өдрийн “Төрийн байгууллагын цахим мэдээллийн санг “Үндэсний data төв” УТҮГ-т шилжүүлэн байршуулах тухай” 146 дугаар тогтоол
- Монгол Улсын Засгийн газрын 2010 оны 141 дүгээр тогтоолын 2 дугаар хавсралтаар батлагдсан “Мэдээллийн аюулгүй байдлыг хангах Үндэсний хөтөлбөр”
- Европын Холбооны “Өгөгдөл хамгаалах ерөнхий дүрэм”

D. Шүүхийн шийдвэр, магадлал, тогтоол, УХЦ-ийн тогтоол

- Дархан-Уул, Сэлэнгэ аймгуудын Иргэний хэргийн давж заалдах шатны шүүхийн 2016 оны 1 дүгээр сарын 4-ний өдрийн магадлал дугаар 05

19. Нийслэлийн Иргэний хэргийн давж заалдах шатны шүүхийн 2016 оны 1 дүгээр сарын 18-ны өдрийн магадлал дугаар 113
20. Иргэний хэргийн анхан шатны шүүхийн 2016 оны 5 дугаар сарын 11-ний өдрийн 3908 дугаартай шийдвэрт дуу авианы бичлэг, харин 2016 оны 4 дүгээр сарын 26-ны өдрийн 3397 дугаартай шийдвэрт дурс бичлэг нууцаар хийснийг нотлох баримтаар тус тус үнэлээгүй байна.
21. Нийслэлийн Иргэний хэргийн давж заалдах шатны шүүхийн 2016 оны 4 дүгээр сарын 12-ны өдрийн 696 дугаар магадлал болон Иргэний хэргийн хяналтын шатны шүүхийн 2017 оны 2 дугаар сарын 7-ны өдрийн 130 дугаартай тогтоол
22. Иргэний хэргийн хяналтын шатны шүүхийн 2014 оны 4 дүгээр сарын 1-ний өдрийн 157 дугаартай тогтоолоор Хaan банкны Төв аймаг дахь төв салбарын ажилтан хувийн ашиг сонирхлын үүднээс харилцагчийн зээлийн мэдээлэлтэй танилцсаныг ноцтой зөрчилд тооцон ажлаас халсан бөгөөд шүүхээс тус шийдвэр нь үндэслэлтэй гэж үзсэн байна.
23. Увс аймаг дахь сум дундын эрүүгийн хэргийн анхан шатны шүүхийн 2020 оны 6 дугаар сарын 2-ны өдрийн 90 дүгээр цагаатгах тогтоол
26. Дархан-Уул аймаг дахь сум дундын эрүүгийн хэргийн анхан шатны шүүхийн 2020 оны 2 дугаар сарын 5-ны өдрийн 59 дугаар шийдвэр
27. Дархан-Уул аймгийн эрүүгийн хэргийн давж заалдах шатны шүүхийн 2020 оны 5 дугаар сарын 20-ны өдрийн 39 дүгээр магадлал
28. Улсын дээд шүүхийн 2020 оны 7 дугаар сарын 20-ны өдрийн 435 дугаар тогтоол
29. Монгол Улсын Дээд шүүхийн хяналтын шатны эрүүгийн хэргийн шүүх хуралдааны 239 дугаар тогтоол
30. УХЦ-ийн 2014 оны 12 сарын 12-ны өдрийн 02 дугаартай тогтоол

C. Цахим эх сурвалж, мэдээ

31. Монгол Улсын Хууль зүй, Дотоод хэргийн яам, <https://mojha.gov.mn/newmojha/>
32. Цагдаагийн байгууллагын хэмжээнд 2020 оны эхний 9 дүгээр сард бүртгэгдсэн гэмт хэрэг, зөрчлийн мэдээ <http://police.gov.mn/a/5330>
33. Privacyshield олон улсын байгууллагын судалгаа, “Mongolia – E-commerce” Privacyshield олон улсын байгууллагын судалгаа, “Mongolia – E-commerce” <https://www.privacyshield.gov/article?id=Mongolia-ECommerce>
34. Data protection regulations and international data flows: Implications for trade and development, UNCTAD-ийн судалгааны тайлан. 5 дахь тал, https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstict2016d1_en.pdf
35. Монгол Улсын Засгийн газрын хэрэг эрхлэх газар “Монгол Улсын Нээлттэй Өгөгдлийн бэлэн байдлын үнэлгээ” судалгаа, УБ хот, 2018 он, http://www.smart.gov.mn/wp-content/uploads/2018/11/Mongolia_ODRA_report_Mon_2019.pdf
36. Глоб интернешнл төв “Хувийн нууцын тухай хуулиуд” <http://www.globeinter.org.mn/?cmd=Content&id=47&menuid=85>

37. Аюулгүй хот” төслийн тухай <https://ulaanbaatar.mn/Home/newsdetail?dataID=49191>
38. Data and privacy unprotected in one third of countries, despite progress. <https://unctad.org/news/data-and-privacy-unprotected-one-third-countries-despiteprogress>
39. 2020 онд GDPR-т гарч болох өөрчлөлтүүд <https://gdpr.eu/gdpr-in-2020/>
40. Guidelines 3/2018 on the territorial scope of the GDPR (Article 3), The European Data Protection Board
https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines_3_2018_territorial_scope_after_public_consultation_en_0.pdf,
41. “What is considered personal data under the EU GDPR”, <https://gdpr.eu/eu-gdprpersonal-data/>
42. GDPR - Recitals (30) <https://gdpr.eu/recital-30-online-identifiers-for-profiling-andidentification/>
43. GDPR - Recitals (32) <https://gdpr.eu/Recital-32-Conditions-for-consent/>
44. GDPR - Recitals (66) <https://gdpr.eu/Recital-66-Right-to-be-forgotten/>

ХҮҮХДИЙГ ЦАХИМ ГЭМТ ХЭРГИЙН АЮУЛААС УРЬДЧИЛАН СЭРГИЙЛЭХ НЬ

СЭЗИС-ийн оюутан Г.Ганзул

ХУРААНГУЙ

Дэлхий ертөнцийг шинэчилж буй шинэ дижитал медиа, технологийн сэргэн мандалтын үед бид амьдарч байна. Үүний зэрэгцээ дижитал медиа, технологи нь бидний өдөр тутмын амьдралын зайлшгүй хэсэг болж байгаа тул технологийн хамаарал нэмэгдэхийн хэрээр хяналтаа алдаж байна. Технологийн донтолт, кибер дээрэлхэлт, онлайн бэлгийн дарамт, цахим гэмт хэрэг, цахим хувийн нууцлалын асуудал гэх мэт 24/7 цахим холболттой соёлоос үүдэлтэй дижитал асуудлууд өдөр тутмын амьдралд ихээхэн нөлөөлдөг. Энэ шилжилтэд цахим ертөнц, техник технологийн талаар мэдлэггүй дүү нар маань ихээр өртөж байгаа учир тэдгээрт цахим боловсрол олгож хүүхдийн цахим оюуны чадварыг өсгөн, өөрийгөө цахим гэмт хэргээс хамгаалах чадвар суулгах зорилготой судалгаа юм. Уг сэдвийг хүрээнд Дедуктив судалгааны арга зүй хэрэглэсэн бөгөөд ажиглалтын судалгаа, холбогдох эх сурвалж, баримт материалуудыг ашиглаж, тэдгээрийг хооронд нь харьцуулж, учиг холбоосыг задлан шинжилж, нэгтгэн өөрийн санаагаар баяжуулан дүгнэсэн.

1. УДИРТГАЛ

Ирээдүйн 50 жилд дэлхий ертөнц бүхэлдээ аж үйлдвэрийн дөрөв дүгээр хувьсгалд шилжин бидний дүү нар тэр чигтээ цахим ертөнцөд амьдрах болно. Хиймэл оюун ухаан, роботууд бидний хийх хөдөлмөрийг маш бага болгоно. Энэ хувьсгалын үед маш их боломжууд бас асар том аюул занал бий болох бөгөөд үүнд одооноос бэлдэх нь нэн тэргүүний чухал зүйл. Дэлхийн здийн засагт цахим гэмт хэргээс улбаатай жилд дунджаар 1 их наяд орчим амдолларын хохирол учирдаг. Манай улсын хувьд цахим гэмт хэрэг жилээс жилд огцом өсөлттэй байгаа ба 2016 онд 97, 2017 онд 195, 2018 онд 659, 2019 онд 1327 буюу 2016 онтой харьцуулхад 73 хувиар өссөн үзүүлэлт бүртгэгджээ. Энэ гэмт хэргийн гол хохирогчид нь 50-аас дээш насны иргэд мөн голцуу хүүхдүүд өртөж байна. Одоогийн байдлаар 9-16 насны хүүхдүүдийн 94 хувь нь интернетэд тогтмол холбогдог бөгөөд тэдний 50 гаруй хувь нь ухаалаг гар утас эзэмшиж, 9 насандаа олон нийтийн сүлжээ ашигладаг байна. Түүнчлэн дижитал мэдээллийн хэрэгслийн эрт хэрэглээ нь хангалттай хамгаалалт, мэдлэггүй бол янз бүрийн кибер эрсдэлд өртөх магадлалыг нэмэгдүүлдэг ба өнөөгийн нөхцөл байдал энэ тоог нэмэгдүүлэхэд онцгой нөлөө үзүүлж байгаагийн зэрэгцээ “Титэм вирус” -ээс болж дэлхийд 1.7 тэрбум хүүхдийн танхимиын хичээл тасалдаж цахим хэлбэрээр сургалтаа явуулж байна. Иймээс өөрсдийн ирээдүйг хамгаалахын тулд цахим боловсролыг эзэмших зайлшгүй шаардлагатай нүүр тулаад байгаа юм. Иймээс цахим боловсрол гэж юу болох, дэлхий нийтэд ямар чиг хандлага стандарт

баримтлан цахим гэмт хэргийн эрсдэлээс иргэдээ хамгаалж болох талаар судалгаа хийгдсэн болно.

2. Судалгааны хэсэг

1) Онолын үндэслэл:

Дижитал боловсрол гэж юу вэ?

Дижитал боловсрол нь мэдлэг, ур чадвар, сурах, ажиллах гэх мэт амьдралынхаа бүхий л процессод ашиглах техник технологийн боловсролд суралцахад оршино. Өмнөх боловсрол бичиг үсэг, тоолол дээр суурилан хөгжсөний адил дижитал боловсрол техник, харилцаа холбооны суурин дээр тулгуурлан боловсролд суралцах үйл ажиллагаа.

A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2

Дижитал боловсрол гэдэг нь интернет платформ, олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл, хөдөлгөөнт төхөөрөмж гэх мэт дижитал технологиор дамжуулан харилцаа холбоо, мэдээлэл олж авах боломж улам бүр нэмэгдэж буй нийгэмд амьдрах, сурах, ажиллах чадварыг эзэмшсэн байхыг хэлнэ.

1997 онд Пол Гилстериийн хэвлүүлсэн

ном

Дижитал боловсрол нь дижитал сүлжээний ур чадвар, мэдлэг, ёс зүй, бүтээлч үр дүнгээс бүрдсэн олон цогц, нэгдсэн дэд салбарууд буюу "боловсрол"-ын шүхэр хүрээ гэж тодорхойлсон байдаг.

(Calvani, Cartelli, Fini and Ranieri, 2008) .

Дижитал боловсрол гэдэг нь дижитал технологиор дамжуулан хөдөлмөр эрхлэлт, зохистой ажлын байр, бизнес эрхлэлтийг хангах, мэдээллийн аюулгүй байдал, зохих ёсоор хандах, удирдах, ойлгох, нэгтгэх, үнэлэх чадвар юм.

Oxford Bibliographies

Дижитал боловсрол гэдэг нь хүмүүсийн интернетэд суурилсан харилцаа холбоо, тухайлбал гипертекст, зураг, аудио, видео зэргийг хэрэглэхдээ ашиглах ёстой техникийн болон нийгмийн аль алиных нь харилцан бие биенээ нөхөх, харилцан уялдаатай ур чадвар гэж тодорхойлсон болно.

Өөрийн тодорхойлолт:

Дижитал боловсрол гэдэг нь дижитал технологийг ашиглан нийгмийн амьдралаа удирдаж үнэ цэнэ бүхий мэдлэг ойлголтыг бий болгох ба мэдээллийг хүлээж авах, ойлгож,

үнэлэх, нэгтгэн, удирдах, харилцаа холбоо тогтоох, шинийг санаачлах чадварыг эзэмшиж, техник технологийг бүрэн удирдахад туслах мэдлэг болон ур чадвар юм.

Цахим гэмт хэрэг гэж юу вэ?

Цахим гэмт хэрэг гэдэг нь компьютер болон цахим сүлжээ ашиглаж бусдын эд хөрөнгө, алдар нэр, хувийн нууц, аюулгүй байдал, өдөр тутмын хэвийн үйл ажиллагаанд нь хууль бусаар халдаж буй өөр өөр төрлийн гэмт хэргийн нийлбэр. ДЭМБ-ын судалгаагаар жил бүр 200 сая хүүхэд бэлгийн мөлжлөг, хүчирхийллийн золиос болдог байна. Үүний тодорхой хувь нь цахим орчинд үйлдэгдэж, жилээс жилд хувь хэмжээ нь нэмэгдэж байгаа бөгөөд интернэт орчин нь мөлжлөг, хүчирхийллийн талбар болж байна. Тийм учраас цахим орчин дахь хүүхэд хамгааллын асуудлыг бүхий л түвшинд авч үзэх шаардлагатай.

2) Цахим гэмт хэргийг бууруулахын тулд хүүхдүүдэд яагаад дижитал боловсролыг олгох хэрэгтэй гэж үзсэн үзэл баримтлал:

Судалж үзэхэд техник технологийг дотор нь Дижитал боловрол, Мэдээллийн технологийн боловсрол, Мэдээлэл харилцаа холбооны технологийн боловсрол гэсэн чиглэлд авч үздэг.

IT Literacy буюу мэдээлэл, технологийн боловсрол гэдэг нь хувь хүний бие даасан, бусадтай хамтран ажиллах, технологийн багаж хэрэгсэл, нөөц, үйл явц ба системийг ашиглан аливаа мэдээллийн хэрэгслийг үнэлэх, нэгтгэх асуудлыг шийдвэрлэх, ойлгох мэдлэг, ур чадвараараа шинэ мэдлэг, мэдээлэл, бүтээгдэхүүн бий болгох чадвар юм.

WISCONSIN STANDARDS FOR Information Technology Literacy Wisconsin Department of Public Instruction Adopted November 2017

ICT literacy буюу MXXT-ийн боловсрол нь мэдлэгийн нийгэмд ажиллах зорилгоор мэдээлэлд хандах, удирдах, нэгтгэх, үнэлэх, бий болгох зорилгоор дижитал технологи, харилцаа холбооны хэрэгсэл, эсвэл сүлжээг ашиглах чадвар юм. Энэхүү тодорхойлолт нь MXXT-ийн боловсрох таван чухал бүрэлдэхүүн хэсэгтэй.

- Хандалт - мэдээлэл цуглуулах, / эсвэл олж авах талаар мэдэх, мэдэх.
- Удирдах - одоо байгаа зохион байгуулалт, ангиллын схемийг хэрэглэх.
- Нэгдэх - мэдээллийг тайлбарлах, төлөөлөх. Энэ нь нэгтгэх, харьцуулах, харьцуулахтай холбоотой юм.

- Үнэлгээ - мэдээллийн чанар, хамаарал, ашиг тустай байдал, үр ашгийн талаар дүгнэлт хийх.
- Үүсгэх - мэдээллийг дасан зохицох, хэрэглэх, зохион бүтээх, зохион бүтээх, зохиох замаар мэдээлэл үүсгэх

Digital literacy буюу цахим боловсролыг сонгосон шалтгаан нь дээрх мэдээллийн технологи болон мэдээллийн харилцаа холбооны технологийн ерөнхий чиг баримжааг өөртөө шингээсэн бөгөөд илүү техник технологид бус хүнд сууринсан чиг баримжаатай, ирээдүйд хүнд хамгийн хэрэгцээт чадварыг багтаасан боловсрол гэж үзсэн тул сонгосон болно.

3) Дижитал боловсролын хүрээ

Дэд салбар	Тодорхойлолт	Эх сурвалж
Мэдээллийн боловсрол	Эх сурвалжийг тодорхойлох, материалыг шинжилэн нэгтгэх, эх үүсвэрийг шалгах, хууль ёс зүйн дагуу иш татан ашиглах, сэдэвт анхаарлаа төвлөрүүлж, судалгааны асуултыг үнэн зөвөөр боловсруулах үр дүн, үр ашигтай чадвар.	(Eisenberg, Lowe, and Spitzer, in Meyer et al, 2008, p. 2).
Компьютерийн боловсрол	Компьютер, хэрэглээний програм хангамжийг практик зорилгоор хэрхэн ашиглах тухай ойлголт.	(Martin and Grudziecki, 2006).
Медиа боловсрол	Мэдээлэлд хандах, дүн шинжилгээ хийх, үнэлэх, хэвлэмэл болон хэвлэмэл бус мэдээллийг олон хэлбэрээр дамжуулах чадварыг багтаасан харилцааны цогц чадвар.	(Alliance for Media Literate America, 2010)
Харилцааны боловсрол	Интернет, хэвлэн нийтлэх технологи, бусад цахим харилцаа холбооны хэрэгслүүдийг ашиглан хувь хүн, баг хамт олноороо хамтран ажиллах үр дүнтэй харилцааны чадвар.	(Winnipeg School Division, 2010)
Харааны боловсрол	Зурган дүрс хэлбэрээр дүрслэгдсэн мэдээллийг ‘унших’, тайлбарлах, ойлгох, бүх төрлийн мэдээллийг зураг, график эсвэл мэдээлэл дамжуулахад туслах хэлбэр болгон хувиргах, хүрээлэн буй орчинд тулгарч буй хүний нүдэнд үзэгдэх үйлдэл, объект эсвэл тэмдгийг таних, тайлбарлах боломжийг олгодог чадваруудын цогц.	(Stokes, 2002)
Технологийн боловсрол	Суралцах, бүтээмж гүйцэтгэлийг сайжруулахын тулд компьютер, компьютерийн мэдлэг, болон бусад технологийг ашиглах чадвар.	(U.S. Department of Education, 1996).

Хүснэгт 1: Дижитал боловсролын дэд салбарууд

4) Дижитал боловсролын стандарт

DQ буюу дижитал оюун ухааны чадамж: DQ-ийн үндсэн чадамж бол дижитал иргэншил бөгөөд энэ нь кибер эрсдэлийг бууруулахын зэрэгцээ технологийн ашиг тусыг хамгийн дээд хэмжээнд байлгах ухаалаг, зориудаар сонголт хийх боломжийг олгодог чадвар юм. Энэ нь хүн

технологийг ашиглаж, дижитал өртөнцөд аз жаргалтай, амжилттай, хариуцлагатай амьдрах чадварын үндэс суурь юм. Түүнчлэн бүх нийтийн ёс суртахууны үнэт зүйлсэд суурилсан, хувь хүмүүст сорилт бэрхшээлийг даван туулах, дижитал амьдралын боломжийг ашиглах боломжийг олгодог техникийн, танин мэдэхүйн, мета-танин мэдэхүйн, нийгэм сэтгэл хөдлөлийн цогц цогц чадвар юм.

5) Дижитал оюун ухааны чадамжийн хүрээ

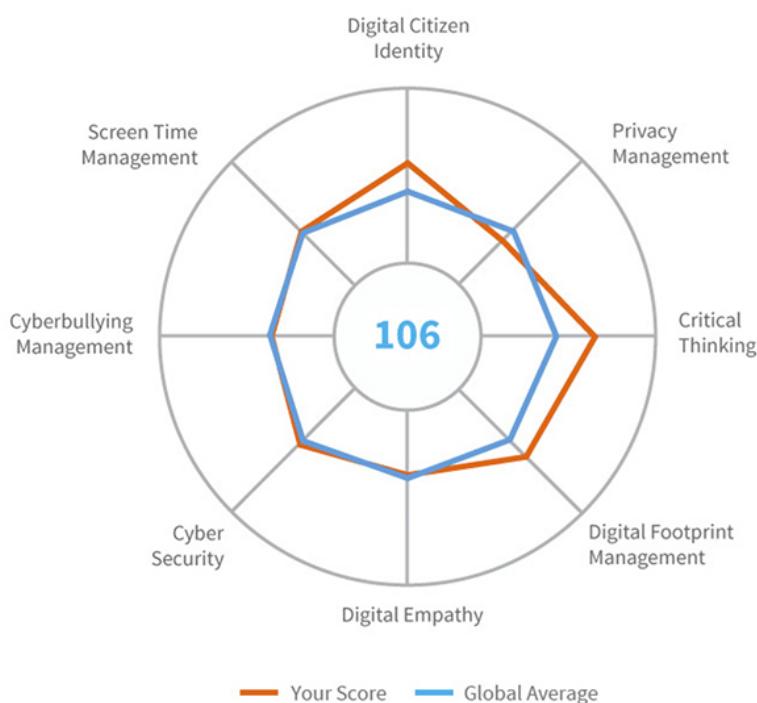
Бусад улс орнуудын туршлагаар үндэсний дижитал боловсролын хөтөлбөргүйгээр технологийг удирдах, түүнд нэвтрэх эрх тэгш бус хуваарилагдаж, тэгш бус байдлыг улам ихэсгэж, нийгэм, эдийн засгийн шилжилт хөдөлгөөнд саад болно гэж үздэг. Сурган хүмүүжүүлэгчдэд тулгамдаж буй асуудал бол МТ-ийг ердөө л програм хангамж, техник хангамжийн хэрэгсэл эсвэл дамжуулах хэрэгслүүдийн цуглуулга гэж үзэхээс халих явдал юм. Үүний оронд дижитал медиа нь өдөр тутмын амьдралын салшгүй хэсэг болсон өртөнцөд хүүхдүүдийн чадвар, итгэл үнэмшлийн түвшинг дээшлүүлэхэд чиглэгдэх ёстой. Ерөнхий болон сэтгэл хөдлөлийн оюун ухааны хэмжүүр болох IQ эсвэл EQ-ийн нэгэн адил хувь хүний байгууламж ба дижитал медиа (DQ)-ийг удирдах чадвар нь хэмжигдэхүйц чадвар юм. DQ нь мэдлэг, ур чадвар, хандлага, үнэт зүйлээс бүрдсэн гурван түвшин, найман чиглэл, 24 чадамжтай.

DQ түвшин: Дижитал иргэншил, Дижитал бүтээлч байдал, Дижитал бизнес эрхлэлт

DQ чиглэл:	Тодорхойлолт
Дижитал танилт	Техник технологийн ерөнхий мэдлэгтэй, цахим өртөнцөд өөрийгөө үр ашигтай, биеэ удирдан чиглүүлэх чадвар.
Дижитал хэрэглээ	Олон ажлыг зэрэг хийх, цахим тоглоом болон цахим сүлжээнд хэт их цагаар биш өөрийн цахим хэрэглээг хянаж чаддаг чадвар.
Дижитал гэмт хэргийн менежмент	Кибер дээрэлхэх байдал, хүчирхийллийн нөхцөл байдлыг олж илрүүлэх, хаашаа хандахаа ухаалгаар зохицуулах чадвар.
Дижитал аюулгүй байдлын менежмент	Хүчтэй нууц үг үүсгэх замаар өгөгдлөө хамгаалах, янз бүрийн кибер халдлагын талаарх мэдлэгтэй түүнийг удирдах чадвар.

Дижитал нууцлалын менежмент	Өөрийнхөө болон бусдын мэдээлэлийг хамгаалах зорилгоор цахим сүлжээнд хэт хувийн мэдээлэлийг оруулахгүй байх чадвар.
Дижитал шүүмжлэлт сэтгэлгээ	Аливаа мэдээлэлийг үнэн ба худал мэдээлэл, сайн ба хортой агуулгаар ялган танидаг, найдвартай эх сурвалж мөн эсэх дээр нягталж эргэлзээгээ арилгах чадвар.
Дижитал холбоо	Цахим сүлжээнд гаргаж буй үйлдэлийнхээ хүрээнд хариуцлага хүлээнэ гэдгийг мэддэг, өөрийн үйлдэл нь үргэлж ул мөр үлдээдэг гэдгийг танин ухамсарлах чадвар.
Дижитал EQ	Цахим ертөнцөд хэн нэгнийг гутаан доромжлох үйлдэл хийхээс өмнө тухайн хүнд ямар санагдахыг эргэцүүлэн бодох чадвар.

Хүснэгт 2: Дижитал оюун ухааны чадамжийн ишал



Зураг.1 :Дижитал оюун ухааны чадамж тогтоох оноо

Цахим боловсролыг хүүхдэд багаас нь олгох нь хүний үндсэн эрхтэй холбоотойгоос гадна тухайн улс оронд “хувьсал” хийх боломжийг олгодог. Аливаа улс, тэр дундаа хурдацтай хөгжиж буй улс орон цахим хувьсал хийснээр эдийн засгийн хөгжил эрчимтэй нэмэгддэг байна. Олон улсын харилцаа холбооны эвлэлийн судалгаагаар улсын цахим орчны хэрэглээ 10 хувиар нэмэгдэхэд нэг хүнд ногдох ДНБ 1.3 хувиар өсдөг байна.

Олон улсын харилцаа холбооны эвлэл, ЮНЕСКО-ийн хийсэн судалгааг харахад дэлхийн нийтийн 50 гаруй хувь, тодруулбал дотроо хүүхдүүдийн 30 гаруй хувь нь өдөр тутам интернэт ашигладаг гэсэн судалгаа байсан. Тэдний үзсэнээр 2025 он гэхэд дэлхийн нийт хүн амын 70-аас багагүй хувь нь өдөр тутам интернэт ашиглаж, нийт хүүхдийн 60 хувь нь дижитал хэрэглээний үндсэн мэдэгдэхүүн, чадвартай болж, нийт хүн амын 40 хувь нь цахим санхүүгийн үйлчилгээ ашигладаг болно гэж таамагласан.

Монгол улсын хувьд 9-16 насны цахим гэмт хэрэгт өртсөн хүүхдүүдээс ярилцлага авахад тэдний 90% нь цахим хүчирхийлэлд өртөж байгаа огтхон ч мэдээгүй үүний хор уршигаас болж амия хорлох талаар бодол төрдөг байсан тухайгаа ярьдаг. Хүүхэд хамгаалах 108 утсанд ирдэг хэргүүдийн “Цахим дарамт” төрөлд ирсэн дуудлага 2016-2020 он хүртэл тасралтгүй өссөн үзүүлэлттэй байна. Тэдгээрийг агуулгаар нь авч үзвэл “Хүчирхийлэл үйлдэж буй болон садар самуун байдлыг сурталчилсан зураг бичлэг фэйсбүүк хуудсанд байршуулсан”, “Хуурамч хаяг нээж хүүхдийн мэдээллийг зөвшөөрөлгүй оруулж доромжилсон”, “Хүүхдийн нүүцгэн зургийг үнэ тохирч, эсвэл зөвшөөрөлгүй, бүр сүрдүүлэх зэргээр авч фэйсбүүк хуудсаар зарсан болон, хүүхдийн нэр төрд халдаж, сүрдүүлэхийг оролдсон” гэсэн дуудлага ихэссэн.

НҮБ-ын Тогтвортой хөгжлийн зорилгод 2030 он гэхэд хүүхдийн эсрэг үйлдэгдэж буй бүх төрлийн хүчирхийлэл, бие, эрхтний наймаа, бэлгийн мөлжлөг зэргийг үгүй хийх зорилго тавьсан. Гэвч цахим орчинд хүүхэд бэлгийн мөлжлөгт өртөх болон бусад олон төрлийн дарамт, шахалттай тэмцэх ажилд тулгарч буй асуудлуудаас онцлох дараах асуудлууд байна.

- Зөвхөн нэг жилийн хугацаанд “Internet Watch Foundation” байгууллага хүүхдийн бэлгийн мөлжлөгтэй холбоотой материал тавьж буй 105,000 вебсайт олж илрүүлдэг байна.
- 2018 онд гэхэд л хүүхдийн бэлгийн мөлжлөгтэй холбоотой 223,999 зураг, бичлэг илрүүлж байсан.
- 2018 онд хийгдсэн судалгаагаар хүүхдэд зориулсан гар утасны аппликашнуудын 19 хувь нь хүүхдийн мэдээллийг цуглувуулж байсан.
- Ахлах, дунд сургуулийн сурагчдын 30-аас илүү хувь нь цахим дарамтад өртсөн, өртөх хандлагатай байдаг байна.

Олон улсад энэ тоог бууруулахын тулд DQ чадамжийг 8-12 насны хүүхдүүдэд боловсролын системд нь дижитал ур чадварыг хөгжүүлэх арга зүйг нэмж, хүүхдүүдэд сонирхолтой байдлаар тоглоом тоглуулж, үлгэр ярьж тэднийг оролцоог дээшлүүлж цахим боловрол олгосон байгаа юм. Үүний үр дүнд улс орны хэмжээнд цахим гэмт хэргийн эрсдэлгүй орнуудын тоонд маш өндөр байр суурийг эзэлдэг болсон байна.

3. Дүгнэлт

Дэлхий дахинд нүүрлээд буй цар тахлаас болж бүх нийтийн чиг хандлага нь маш хурдан цахим ертөнцөд шилжиж байна. Техник технологийн энэ хурдацтай өсөлт дунд бид маш их зүйлийг олж бас алдах эрсдэлтэй. Ирээдүйдээ хийсэн хөрөнгө оруулалт бол хамгийн том өгөөжийг өгдөг. Тиймээс бид ч мөн адил өөрсдийн үр хойч дүү нартаа цахим аюулгүй орчинд амьдрах эрхийг олгох хэрэгтэй. Энэ бол дэлхий нийтийн асуудал. Дижитал оюун ухааны талаар дэлхий нийт 2016 онд олны чихэнд дэлхийн эдийн засгийн форум дээр анх дурдсан түүнээс хойш дижитал оюун ухааны институт байгуулагдан хөгжиж байна. Энэ боломжийг ашиглан манай улс орон ч гэсэн дагаад хөгжих болвоос ирээдүйн цахим хүчирхэг гүрэн болох бүрэн боломжтой. Эдийн засгийн хувьд ч өсөлтийг авчирна. хамгийн чухал нь бид одоо ямар ч буу зэвсэггүй дайнд орохтой адил хүүхэд багачуудаа ямар ч боловсролгүйгээр цахим ертөнцөд оруулчихсан. Үүний үр дүнд цахим гэмт хэргийн золиос болж буй олон мянган хүүхдүүд хохирогч болж байна. Насанд хүрсэн хүмүүс өнөөгийн нийгэмд цар тахалтай нүүр тулж байгаа бол бидний дүү нар цахим гэмт хэрэгтэй өдөр бүр нүүр тулж байна. Сургууль эсвэл гудамжинд дээрэлхүүлсэн хүүхдийн хүчирхийлэл сургууль, гудамжинд үлддэг бол цахим хүчирхийлэлд өртсөн хүүхдийг тухайн хүчирхийлэл нь аав ээжийнхээ хамгаалалтад гэртээ байсан ч үргэлж дагаж явж байдаг. Иймд бид тэдэнд цахим нийгэмд дижитал боловсролыг олгох зайлшгүй шаардлагатай юм.

5. НОМЗҮЙ

Digital Intelligence (DQ) A Conceptual Framework & Methodology for Teaching and Measuring Digital Citizenship White-Paper-Ver1-31Aug17

A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2 White-Paper

WISCONSIN STANDARDS FOR Information Technology Literacy sconsin Department of Public InstructionAdopted November 2017 White-Paper

*The Open University, 2012. Digital and information literacy framework,
<http://www.open.ac.uk/libraryservices/subsites/dilframework/>. Last accessed: December 2019*

DQGlobalStandardsReport2019 DQ-Framework-White-Paper-Ver1-31Aug17

Digital Intelligence (DQ) A Conceptual Framework & Methodology for Teaching and Measuring Digital Citizenship White-Paper-Ver1-31Aug17

Монгол улсын тагнуулын газар. (2020) Цахим ертөнц дэх хүүхдийн аюулгүй байдал. Улаанбаатар:МОНГОЛ УЛСЫН ТАГНУУЛЫН ЕРӨНХИЙ ГАЗАР.

*Pewhairangi S, 2016. Digital Skills are not the same as Digital Literacy. Techsoup for Libraries,
<http://www.techsoupforlibraries.org/blog/digital-skills-are-not-the-same-as-digital-literacy>. Last accessed: December 2019*

A European Framework for Digital Literacy White-Paper

Anderson, J., and T. Weert. (2002). Information and Communication Technology in Education. A Curriculum for Schools and Programme of Teacher Development. UNESCO.

ХЭРЭГЛЭГЧИЙН ЭРХИЙГ ХАМГААЛАХ ЭРХ ЗҮЙН ЗОХИЦУУЛАЛТЫН ХАРЬЦУУЛСАН СУДАЛГАА

СЭЗИС-ийн оюутан С.Энхжин

ХУРААНГУЙ

Сүүлийн жилүүдэд дэлхий даяар “бизнес ба хүний эрх”-ийн асуудал чухлаар яригдах болсон. Монгол улсын хувьд 2021 оны 4 сард НҮБ-ын Хөгжлийн хөтөлбөрөөс Европын Холбооны санхүүгийн дэмжлэгтэйгээр Азийн бүс нутагт хэрэгжүүлж байгаа “Бизнес ба хүний эрх: Хамгаалах, хүндэтгэх, зөрчигдсөн эрхийг сэргээх механизмаар дамжуулан эдийн засгийн өсөлтийг дэмжих нь” хөтөлбөрийн хүрээнд цахим нээлт болж өнгөрсөн. Үүнтэй уялдан “Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль”-ийн ач холбогдол, хэрэглээ нь зайлшгүй яригдах эхний асуудал болох төлөвтэй байна. Монгол улсад “цахим худалдаа /e-commerce/” -ийн хэрэглээ, ач холбогдол жилээс жилд эрчимтэй нэмэгдсээр байгаа нь эдийн засгийн хувьд ач холбогдолтой ч нөгөө талаас хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах эрх зүйн орчинд судалгаа, сайжруулалт хийх шаардлагыг үүсгэж байна. Энэхүү өгүүлэлд Монгол улсын хууль тогтоомж, эрх зүйн орчин дахь “цахим худалдаанаас үүсэх хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах асуудал”-ын зохицуулалт, хэрэглээ, ашиглалтыг БНХАУ-ын хууль тогтоомжтой харьцуулан судлав. Монгол улсын эрх зүйн орчинд ашиглагдаж буй хууль тогтоомжид голлон анхаарч, үүсч буй асуудлуудыг тодорхойлох буюу зохицуулалтын хувьд дутуу дулимаг байгааг илэрхийлэхийг зорилоо.

Түлхүүр үг: Цахим худалдаа, эрх зүйн орчин, БНХАУ-ын эрх зүйн зохицуулалт, интернет худалдаа, хэрэглэгчийн эрх, e-commerce

УДИРТГАЛ

Нэг. Зорилго

Энэхүү судалгааны ажлын зорилго нь “Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль”-ийг цахим худалдааны шаардлага, асуудалтэй уялдуулан илүү боловсронгуй болгох арга замыг тодорхойлоход оршино.

Хоёр. Зорилт

Судалгааны ажил дараах зорилттой. Үүнд:

1. Монгол улсын эрх зүйн зохицуулалтыг судлах тухайд
 - Цахим худалдаанд холбогдох хууль эрх зүйн зохицуулалтыг тоймлон судлах
 - Цахим худалдаанаас үүдсэн хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах хууль, эрх зүйн орчныг судлах
2. БНХАУ-ын “Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль” дахь зохицуулалтын онцлог, сайн туршлагыг судлах

3. Цахим худалдааны харилцаанд хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах эрх зүйн зохицуулалтыг боловсронгуй болгох, арга замыг тодорхойлох

Гурав. Сэдвийн судлагдсан байдал

Монгол улсын хувьд “Цахим худалдааны статистик бүртгэлийн шинжилгээ” Монголбанкны судалгааны товхимол болон цөөнгүй магистрын болон докторын судалгааны ажлуудаас цахим худалдаатай холбогдох татвар, бүртгэлийн тухай өгүүллүүд олон байгаа хэдий ч эрх зүйн асуудал, тэр дундаа хэрэглэгчийн эрхтэй холбогдох судалгааны хувьд цөөн байгаа ба БНХАУ-ын хууль тогтоомжтой харьцуулсан судалгаа хийгдээгүй байна.

Дөрөв. Судалгааны арга

- Баримт бичгийн судалгааны арга;
- Харьцуулалтын аргуудыг тус тус хэрэглэнэ.

СУДАЛГААНЫ ХЭСЭГ

Эдийн засгийн хөгжлийн томоохон суурь болсон “бизнес”-ийн үндсэн хэрэгцээ нь бүтээгдэхүүнээ экспортлох болон хөрөнгө оруулалт авахад оршдог. Дэлхийн томоохон хөрөнгө оруулалтын банкнууд тогтвортой бизнест хөрөнгө оруулахыг илүүд үзэх болсон бөгөөд үүний тулд ESG (environment, society, governance)-г хэрэгжүүлсэн эсэхийг шалгуур болгон ашиглах болсон. Монгол улсын хувьд юун түрүүнд түрүүнд хэрэглэгчийн эрхийг дээдэлдэг бизнес болж чадсанаар дараагийн алхам болох хүний эрх, байгаль орчин, нийгэмд ээлтэй урт хугацааны, тогтвортой бизнесийг бүтээж чадах юм.

Тиймээс юун түрүүнд “хэрэглэгч” гэж хэнийг хэлэх тухай, “цахим худалдаа” гэх ойлголтод юуг ойлгох, мөн цахим худалдааны эрх зүйн орчин дахь томоохон асуудлын нэг болох хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах хууль тогтоомжийг тухайлан авч үзье.

ЭЗХАБ “Цахим худалдааны ажил гүйлгээг интернет сүлжээгээр захиалга өгөх эсхүл авахад зориулсан тусгай арга хэрэгслээр дамжуулан бараа, үйлчилгээг худалдах, худалдах авах ажиллагаа” гэж тодорхойлжээ (OECD, 2011). “Цахим худалдааны оролцогчдоос хамаарч (i) Business-to-Business: хоёр бизнесийн байгууллага хоорондын худалдаа, (ii) Business-to-Consumer B2C: бизнесийн байгууллагаас хэрэглэгчид (өрхөд) рүү чиглэсэн худалдаа, (iii) Consumer-to-Consumer: хоёр хэрэглэгч (өрх) оролцдог худалдаа, (iv) Government-to Business: засгийн газар, ААН хоорондын худалдаа гэсэн үндсэн 4 төрөлд хуваадаг.” (Цэрэндаваа, 2020) Энэхүү судалгааны хувьд B2C худалдааны хувьд голчлон задлан шинжилж, шийдэл гаргалгаа гаргах юм.

“Хэрэглэгч гэж нэгдүгээрт, хүн бүрийг хэлэхгүй ба гагцхүү бараа бүтээгдэхүүнийг худалдан авсан, худалдан авахаар захиалж гэрээ хэлцэл байгуулсан үнийг төлсөн эсвэл

урьдчилгаа мөнгийг өгсөн, ажил үйлчилгээ хүртсэн хувь хүнийг хэлж байгаа ойлголт юм. Хоёрдугаарт, бүх л төрлийн бараа ажил үйлчилгээ бас биш юм. Энэ нь зөвхөн хувийн болон гэр бүл, ахуйн хэрэгцээнд зориулагдсан байх ёстой юм.” (Дэлгэрмаа, Оюун, Хулан, 2010.) хэмээн тодорхойлсон байdag бол ШӨХТГ-аас эрхлэн гаргасан цахим сэтгүүлд, “Хэрэглэгч гэдэг нь бараа, ажил, үйлчилгээг үйлдвэрлэл, аж ахуйн үйл ажиллагааны зорилгоор бус, зөвхөн хувийн болон гэр бүл, ахуйн хэрэгцээгээ хангахад зориулан захиалж, худалдан авч, үйлчлүүлж байгаа, эсхүл хэрэглэж байгаа хувь хүнийг хэлнэ.” гэж тодорхойлжээ.

A. Монгол улс- Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах нь

Монгол улс дахь цахим худалдааны эрх зүйн зохицуулалтын байдал:

- Иргэний хууль
- Харилцаа холбооны тухай хууль
- Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль
- Цахим гарын үсгийн тухай хууль

Цахим худалдаанд оролцогч талуудын хууль ёсны эрх, ашиг сонирхлыг хамгаалахад анхаарах оюуны өмчийн асуудлууд, хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах асуудал, татварын асуудал, өгөгдөл, мэдээллийн хамгаалалтын асуудлууд бий болдог. Эдгээр асуудлуудаас “Хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах асуудал”-ыг авч үзвэл Монгол улсын хувьд 2003 онд “Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай” бие даасан хууль батлагдсан. Тус хууль нь нийт 5 бүлэг, 22 зүйлтэй.

Нэгдүгээр бүлэг. Нийтлэг үндэслэл

Хоёрдугаар бүлэг. Хэрэглэгчийн эрх

Гуравдугаар бүлэг. Үйлдвэрлэгч, худалдагч, гүйцэтгэгчийн үүрэг

Дөрөвдүгээр бүлэг. Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах удирдлага, зохион байгуулалт

Тавдугаар бүлэг. Бусад зүйл

Хэдийгээр хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах бие даасан хуультай хэдий ч цахим худалдааны харилцааг зохицуулсан агуулга бүхий зүйл заалт нэг ч байхгүй байгаа нь хэрэглэгчдийг эредэлд оруулж байна. Мөн Шударга өрсөлдөөн, хэрэглэгчийн төлөө газар болон Үндэсний статистикийн хороо хамтран “Монгол Улс дахь хэрэглэгчийн эрхийн төлөв байдал” судалгааг 2018, 2019 онд зохион байгуулж явуулсан. Судалгаанаас авч үзвэл “цахим худалдаа”-наас үүдсэн хэрэглэгчийн эрхийн зөрчлийг авч үзээгүй байгаа нь Монгол улс цахим худалдаанд хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах асуудлаар нэн доогуур түвшинд байгаа нь харагдаж байна.

B. БНХАУ - Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах нь

БНХАУ-ын “Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль” нь бүх иргэдийн хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах эрх зүйн хэм хэмжээний ерөнхий ойлголт бөгөөд

хэрэглэгчийн хууль ёсны эрх, ашиг сонирхлыг хамгаалах, нийгэм, эдийн засгийн тогтвортой байдлыг хадгалах, дэг журам тогтоох, социалист зах зээлийн эдийн засгийн хөгжлийг дэмжих зорилгоор боловсруулсан хууль юм. 1993 оны 10-р сарын 31-ний өдөр Наймдугаар Ардын Төлөөлөгчдийн Их Хурлын Байнгын хорооны 4-р хуралдаанаар батлагдаж, 1994 оны 1-р сарын 1-ний өдрөөс хэрэгжиж эхэлсэн. 2009 оны 8-р сарын 27-ны өдөр Арваннэгдүгээр Ардын Төлөөлөгчдийн Их Хурлын Байнгын хорооны Аравдугаар хуралдаанаар анхны нэмэлт өөрчлөлт оруулсан.

2014 оны 3-р сарын 15-нд Бүх Хятадын Ардын Төлөөлөгчдийн Их Хурлаар шинэчлэн найруулсан "Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль" -ийн шинэчилсэн найруулга албан ёсоор хэрэгжиж эхэлсэн. "БНХАУ-ын Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль" нь нийт 8 бүлэг 63 зүйлтэй.

Нэгдүгээр бүлэг. Нийтлэг үндэслэл
 Хоёрдугаар бүлэг. Хэрэглэгчийн эрх
 Гуравдугаар бүлэг. Үйлдвэрлэгч, худалдагч, гүйцэтгэгчийн үүрэг
 Дөрөвдүгээр бүлэг. Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах төрийн удирдлага
 Тавдугаар бүлэг. Хэрэглэгчдийн нийгэмлэг
 Зургадугаар бүлэг. Маргаан шийдвэрлэх
 Долдугаар бүлэг. Хуулийн хариуцлага
 Наймдугаар бүлэг. Бусад зүйл

Хятадын хэрэглэгчийн төлөө байгууллага нь МУ дахь ШӨХТГ шиг, өрсөлдөөн хэрэглэгч хоёрыг хамтад нь Худалдаа Үйлдвэрийн Удирдах газар /SAIC/ нь хариуцдаг. Харин Хэрэглэгчийг хамгаалах товчоо нь энэхүү байгууллага болох /SAIC/-ийн дотор хэрэглэгчийн төлөө үйл ажиллагаа явуулдаг байна. Үйл ажиллагаанаас нь дурдвал: Зах зээл дээрх бараа бүтээгдэхүүний чанарыг хянах, үйлчилгээний салбарт хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах, хуурамч, дуураймал бүтээгдэхүүн, чанаргүй зүйлс зэрэгт хяналт шалгалт хийн илрүүлж, шийтгэх, хэрэглэгчийн гаргасан гомдлыг хүлээн авч, холбогдох байгууллагуудтай нь холбож өгөх гэх мэтийн үйл ажиллагааг гүйцэтгэдэг. Мөн тэрчлэн хэрэглэгчийн аюулгүй байдлыг хангахтай холбогдсон зах зээл дээрх хүнсний түгээлтийг зохицуулах хэлтэс байдаг. (ШӨХТГ, 2017.)

Хэр. эрх	БНХАУ	МУ
Төсөөтэй тал	Аюулгүй байдлаа хангуулах эрх (第七条) Үнэн зөв мэдээлэл авах эрх (第八条) Хуулийн дагуу хохирлоо нөхөн төлүүлэх эрх (第十一条)	保障安全权 (5.2.) 知悉真情权 (7.1., 7.2.) 依法求偿权 (6.1.) 接受教育权 (9.1.)

	Хэрэглээний соёл эзэмших эрх (第十三条)	
Ялгаатай тал 1.	9. Хэрэглэгч бараа, үйлчилгээг бие даан сонгох эрхтэй. Хэрэглэгч бараа, үйлчилгээ эрхэлдэг ААН, байгууллагыг болон барааны нэр төрөл, үйлчилгээний аргыг бие даан сонгох, ямар төрлийн бараа худалдан авах, худалдан авахгүй байх, эсвэл ямар төрлийн үйлчилгээг хүлээн авах, эс хүлээн авах шийдвэрийг бие даан гаргах эрхтэй. Хэрэглэгчид бие даан бараа, үйлчилгээг сонгоходоо харьцуулах, ялгах, сонгох эрхтэй.	8.1.Үйлдвэрлэгч, худалдагч, гүйцэтгэгчийн буруугаас хэрэглэгчид учирсан гэм хорыг арилгах, хохирлыг нөхөн төлөх талаар гаргасан хэрэглэгчийн шаардлагыг үйлдвэрлэгч, худалдагч, гүйцэтгэгч биелүүлэхээс татгалзсан тохиолдолд энэ талаар шүүхэд нэхэмжлэл гаргах эрхтэй.
Ялгаатай тал 2.	10. Хэрэглэгч нь шударга үйлчилгээ авах эрхтэй. Хэрэглэгч бараа худалдан авах, үйлчилгээ хүлээн авахдаа чанарын баталгаа, боломжийн үнэ, үнэн зөв хэмжилт гэх мэт шударга үйлчилгээний нөхцлөөр хангуулах эрхтэй. Худалдагч, үйлдвэрлэгч, гүйцэтгэгчийн албадсан аливаа үйлдлээс татгалзах эрхтэй.	5.1.Хэрэглэгч эрх бүхий байгууллагаас баталсан стандарт, техникийн нөхцөл, барилгын болон эрүүл ахуй, ариун цэврийн норм, фармакопей, жор, түүнчлэн хууль тогтоомж, гэрээгээр тодорхойлсон зохих чанар, тоо хэмжээ, аюулгүйн шаардлагыг хангасан бараа хэрэглэх, ажил, үйлчилгээгээр хангуулах эрхтэй.
Ялгаатай тал 3.	12. Хэрэглэгч хууль ёсны эрх, ашиг сонирхлоо хамгаалах нийгэмлэгийг хуулийн дагуу байгуулах эрхтэй.	5.3.Хэрэв үйлдвэрлэгч удаан хугацаанд хэрэглэх бараанд баталгаат хугацаа тогтоогоогүй бол барааг худалдан авагчид шилжүүлсэн өдрөөс эхлэн хэрэглэгч хуульд өөрөөр заагаагүй бол 6 сарын хугацаанд барааны чанар, аюулгүй байдлын баталгаа авах эрхтэй.
Ялгаатай тал 4.	14. Хэрэглэгчид бараа худалдан авах, ашиглах болон үйлчилгээ авахдаа хувийн нэр төр, зан заншлаа хүндлүүлэх буюу хувийн мэдээллээ хууль тогтоомжийн дагуу хамгаалуулах эрхтэй.	5.6.Хэрэглэгч холбогдох баримт бичгийн дугаар, лизенц олгосон байгууллагын тухай мэдээлэл, үйлдвэрлэгчээс барааны талаар холбогдох хяналтын байгууллагаас олгосон зөвшөөрөл, чанар, аюулгүйн баталгаажилтын дүгнэлтийг шаардан үзэх эрхтэй.

БНХАУ-ын тус хуулийн “Хэрэглэгчийн эрх” бүлэгт нийт 9 үндсэн эрхийг хуульчилсан байдаг. Үүнээс Монгол улсын хуульд үл тусгагдсан агуулга бүхий заалтыг авч үзвэл, бие

даан сонголт хийх эрх, шударга үйлчилгээ авах эрх, хэрэглэгчид хуулийн дагуу эвлэлдэн нэгдэх эрх болон хүндэтгэгдэх эрх багтах юм.

Цахим худалдааны харилцаанд орсон хэрэглэгчийн эрхтэй холбогдох БНХАУ-ын хуулийн заалтууд:

Цахим худалдааны аргаар бараа үйлчилгээ үзүүлдэг байгууллага, ААН-ын тусгайлан хуульчилсан үүрэг: Интернэт, телевиз, утас, шуудангийн захиалга гэх мэт цахим худалдааны аргыг ашиглан бараа, үйлчилгээ эрхэлдэг байгууллагууд, түүнчлэн үнэт цаас, даатгал, банк зэрэг санхүүгийн үйлчилгээ эрхэлдэг ААН-үүд хэрэглэгчдэд хаяг, холбоо барих мэдээлэл, тоо хэмжээг, бараа, үйлчилгээний чанар, үнэ, зардал, гүйцэтгэлийн хугацаа, арга, аюулгүй байдлын урьдчилан сэргийлэх арга хэмжээ ба эрсдэлийн сэрэмжлүүлэг, борлуулалтын дараах үйлчилгээ, хариуцлага болон бусад мэдээллийг өгөх үүрэгтэй.

Худалдагч, үйлдвэрлэгч, гүйцэтгэгч тал интернет, телевиз, утас, шуудангийн захиалга гэх мэт цахим худалдааны аргыг ашиглан бараа худалдаалсан тохиолдолд хэрэглэгч бараа хүлээн авсан өдрөөс 7 хоногийн дотор тодорхой шалтгаангүй байсан ч барааг буцаах эрхтэй. Дараах бүтээгдэхүүнээс бусад тохиолдолд:

1. Хэрэглэгч гүйцэтгэгчийн гүйцэтгэсэн ажлын үр дүнг албан ёсоор хүлээн зөвшөөрсөн,
2. Амархан мууддаг бүтээгдэхүүн,
3. Онлайнаар татаж авдаг эсвэл аудио-визуал бүтээгдэхүүн, компьютерын програм хангамж зэрэг дижитал бүтээгдэхүүн,
4. Сонин, тогтмол хэвлэл.

Дээрх бараа бүтээгдэхүүнээс гадна бүтээгдэхүүний шинж чанараас хамааран буцаах боломжгүй, худалдан авалт хийх үед хэрэглэгчээр баталгаажуулсан бусад бүтээгдэхүүний хувьд шалтгаангүйгээр буцаах боломжгүй.

Хэрэглэгчийн буцаасан бараа бүрэн бүтэн байх ёстой. Худалдагч, үйлдвэрлэгч, гүйцэтгэгч тал нь хэрэглэгчийн бараа бүтээгдэхүүнд төлсөн үнийг буцаагдсан бараа хүлээн авсан өдрөөс хойш долоон хоногийн дотор буцааж өгнө. Буцаасан барааны хүргэлтийн зардлыг хэрэглэгч өөрөө хариуцах бөгөөд хэрэв өөрөөр тохиролцсон бол гэрээг дагаж мөрдөнө.

“44 дүгээр зүйл. Онлайн худалдааны платформоор дамжуулан бараа, үйлчилгээ авах үед хэрэглэгчийн хууль ёсны эрх ашиг нь хохирсон бол худалдагч, үйлчилгээ үзүүлэгчээс нөхөн төлбөр шаардаж болно. Онлайн худалдааны нэгдсэн платформ нь худалдагч, үйлчилгээ үзүүлэгчийн жинхэнэ нэр, хаяг, холбоо барих мэдээллийг өгөх боломжгүй бол хэрэглэгч онлайн худалдааны нэгдсэн платформ-оос нөхөн төлбөр шаардаж болно. Онлайн худалдааны нэгдсэн платформын зүгээс нөхөн төлбөр төлсний дараа худалдагч эсвэл

үйлчилгээ үзүүлэгчээс нөхөн төлбөр авах эрхтэй. Хэрэв онлайн худалдааны платформ нь худалдагч, үйлчилгээ үзүүлэгч өөрийн платформыг хэрэглэгчийн хууль ёсны эрх, ашиг сонирхлыг зөрчих зорилгоор ашиглаж, шаардлагатай арга хэмжээ аваагүйг мэдэж байгаа эсвэл мэдэх боломжтой байсан бол худалдагч, үйлчилгээ үзүүлэгчтэй хамтран хуулийн дагуу хариуцлага хүлээнэ.” гэж заасан байdag.

Хэрэглэгч нар JingDong, Taobao, Alibaba зэрэг платформоос худалдан авалтаа хийхээс эргэлзэггүйн учир нь эдгээр платформууд бараа бүтээгдэхүүний чанарыг, мөн хэрэглэгчдийн эрсдэлийг хаах олон төрлийн шалгуур, даатгалын системтэй байдаг. Тус хуульд заасны дагуу, эдгээр нэгдсэн платформд бүртгэлтэй аль ч дэлгүүрээс бараа, үйлчилгээ авсан тохиолдолд бараа үйлчилгээний чанарын асуудал болон мөнгөө алдах эрсдэл гардаггүй.

ДҮГНЭЛТ

Монгол улсын цахим худалдааны эрх зүйн орчин иргэний хууль, харилцаа холбооны тухай хууль, хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль болон цахим гарын үсгийн тухай хуулиар зохицуулагддаг. Гэсэн хэдий ч цахим худалдааны үед гарсан маргааныг шийдвэрлэх тухай, хэрэглэгчийн эрх ашгийг хамгаалах тухай тусгайлан заасан хууль одоог хүртэл батлагдаагүй байна. Бараа, ажил үйлчилгээг цахим худалдааны аргыг ашиглан худалдан авсан хэрэглэгчийн эрх ашиг хөндөгдсөн тохиолдолд “Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль”-иар зохицуулах боломжтой хэдий ч нарийн зохицуулалт байхгүй учраас эрсдэлийг үүсгэж байна.

Харин БНХАУ-ын тус хуульд хэрэглэгчийн эрхийг харьцангуй өргөн хүрээнд зааснаас гадна цахим худалдаатай холбогдсон маргааныг шийдвэрлэх арга замыг тодорхой хэмжээнд тусгажээ. Онлайн худалдаа эрхлэгчид нэгдсэн платформд орсноор иргэдийн болон бизнес эрхлэгчдийн хариуцлага аль аль талдаа нэмэгдсэн нь харагдаж байна.

САНАЛ, ЗӨВЛӨМЖ

1. “Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль”-д цахим худалдааны зохицуулалт, ойлголтыг хуульчлах
(Цахим худалдаа гэдэгт юуг ойлгох тухай болон худалдаалагч тал гэдэгт хувь хүн эсвэл хуулийн этгээд хэнийг ойлгох тухайд)
2. Тус хуульд бие даан сонголт хийх эрх, шударга үйлчилгээ авах эрх, хэрэглэгчид хуулийн дагуу эвлэлдэн нэгдэх эрх болон хүндэтгэгдэх эрх зэрэг хэрэглэгчийн эрхийг өргөн хүрээнд нэмэлтээр багтаан хуульчлах
3. Цахим худалдаа хийж буй ААН, байгууллагыг албан ёсоор бүртгэлжүүлэх, нэгдсэн системтэй болгох
4. Цахим худалдаа эрхлэгчээр бүртгүүлж буй ААН, хувь хүнийг бүртгэлийн явцад хэрэглэгчийн эрхийн тухай мэдээллээр хангах, зохицуулсан тусгай гэрээтэй тохиолдолд гэрээнд хуулийн дагуу хэрэглэгчийн эрхийг тусгасан байхаар журамлах
5. Хэрэглэгч барааг буцаах буюу солих нөхцөл, хугацааг нарийвчлан зааж хуульчлах
6. Маргаан шийдвэрлэх болон хүлээх хариуцлагын хувьд тодорхой тусгах
7. ШӨХТГ болон үндэсний статистикийн хорооноос явуулдаг “Хэрэглэгчийн төлөв байдлын судалгаа”-ны агуулгыг шинэчлэх, онлайн худалдаа болон онлайн бус худалдааны хувьд авч үзэх зэрэг алхмууд нь цахим худалдаанаас үүдсэн хэрэглэгчийн эрхийн зөрчлийг бууруулахад томоохон түлхэц болох юм. 2003 онд батлагдсан уг хуульд агуулгыг нарийвчлан тодорхой хуульчлаагүйн улмаас өнөөг хүртэл тунхаглалын шинжтэй буюу хэрэглэгчид эрх нь зөрчигдсөн ч хамгаалуулж, сэргээлгэж чадахгүй нөхцөл байдалтай байсаар байна.

АШИГЛАСАН МАТЕРИАЛ

Хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах тухай хууль (2003).

《中华人民共和国消费者权益保护法》(1993).

Мөнхбаатар, С. (2021, 4 сарын 29). “Бизнес ба хүний эрх” хөтөлбөрийн Монгол дахь нээлт болов. www.montsame.mn. Cit.05/01/2021. Retrieved from, <https://bit.ly/2REqSdg>

Цэрэндаваа, Ц. (2020). Цахим худалдааны статистик бүртгэлийн шинжилгээ.

Монголбанкны судалгааны төвхимол, Cit. 04/30/2021. Retrieved from,
<https://bit.ly/3hdmkWb>

Дэлгэрмаа, Б., Оюун, Д., Хулан, Ж., (2010). *Бизнесийн эрх зүй*. (2 дахь хэвлэл.). УБ, Монгол: Содпресс

Мөнгөннахиа, Б. (2016). Цахим худалдаанд хэрэглэгчийн эрхийг хамгаалах эрх зүйн

зохицуулалтад тулгамдаж буй асуудал., Cit. 05/07/2021. Retrieved from,
<http://repository.ife.edu.mn/handle/8524/402>

Галбаатар, Л. (2010). *Цахим эрх зүй*. УБ, Монгол.

Монгол улсын үндэсний статистикийн хороо. (2019). “Хэрэглэгчийн төлөв байдалыг тодорхойлох судалгаа” 2018 оны үр дүн. Cit.05/08/2021. Available at:
<https://bit.ly/3tAigBZ>

Монгол улсын үндэсний статистикийн хороо. (2020). “Хэрэглэгчийн төлөв байдалыг тодорхойлох судалгаа” 2019 оны үр дүн. Cit.05/08/2021. Available at:
<https://bit.ly/3eyAIX6>

Батзориг, Ч. (2012) “Цахим худалдааны олон улсын эрх зүйн зохицуулалт” судалгааны ажлын тайлан. Cit.05/08/2021. Available at: <https://nli.gov.mn/?p=1980>

Шударга өрсөлдөөн хэрэглэгчийн төлөө газар- цахим сэтгүүл (2017) №3, Retrieved from,
<http://selenge.gov.mn/beta/upload/files/f59899d51a8641c4d749f49513915396.pdf>

ШӨХТГ. (2019) *Түүхэн төвчөон 2004-2019*. Улаанбаатар, Монгол: Мөнхийн үсэг

全国人大常委会. (2013). 中华人民共和国消费者权益保护法. Cit.04/30/2021. Available at:
<https://bit.ly/2SyMAzX>