

БИ ЭС СИ ЖИ ХХК

**ИРГЭДИЙН МЭДЭЭЛЛИЙН ТЕХНОЛОГИЙН ХЭРЭГЛЭЭНИЙ ӨНӨӨГИЙН
БАЙДЛЫН ТАЛААРХ СУДАЛГАА**

Эцсийн тайлан

ХАРИЛЦАА ХОЛБОО МЭДЭЭЛЛИЙН ТЕХНОЛОГИЙН ГАЗАР БҮХ НИЙТИЙН
ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ҮҮРГИЙН САН

2016 оны 12 дугаар сар 11

Хүснэгтүүд

| | |
|--|----|
| Хүснэгт 1 - Хийгдсэн ажлын хураангуй..... | 11 |
| Хүснэгт 2 - 15-сдээш насныхунамынэдийнзасгийнидэвхи..... | 18 |
| Хүснэгт 3 - 15с дээш насны хүн амын ажилгүйдэл..... | 19 |
| Хүснэгт 4 – Нэг өрхийн сарын дундаж орлого..... | 20 |
| Хүснэгт 5 - Нэг өрхийн сарын дундаж зарлага..... | 21 |
| Хүснэгт 6 - Өрхийн бүлэглэлт, мөнгөн орлогоор..... | 22 |
| Хүснэгт 7 - Өрхийн бүлэглэлт, мөнгөн зарлагаар..... | 23 |
| Хүснэгт 8 - Нэг хүнд ноогдох сарын дундаж бодит мөнгөн орлого..... | 23 |
| Хүснэгт 9 - Нийт хэрэглээнд хүн амын тооны тэнцүү 5 бүлгийн хэрэглээний эзлэх хувь..... | 24 |
| Хүснэгт 10 - Судалгаанд хамрагдсан Улаанбаатар хотын дүүрэг, аймаг, сумдын дэлгэрэнгүй хүснэгт | 26 |

Графикууд

График 1 - Бүртгэлтэй ажилгүй иргэд, боловсролын түвшнээр, 2016 оны 1 дүгээр сарын эцэст, дүнд эзлэх хувиар..... 17

Иргэдийн мэдээлэл, харилцаа холбооны технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдлын судалгаа

График 2 - Насны ангилал..... 28

График 3 - Насны ангилал хөдөө орон нутаг, Улаанбаатар хот..... 29

График 4 - Хүйсийн харьцаа..... 29

График 5 - Боловсролын түвшин..... 30

График 6 - Өрхийн орлогын түвшин..... 30

График 7- Интернет хэрэглэгчдийн ихэвчлэн хэрэглэдэг төхөөрөмж..... 31

График 8 - Хэрэглэгчдийн интернет ашиглах зориулалт..... 31

График 9- Интернет хэрэглэгчидийн орчин..... 32

График 10 - Интернетийн хэрэглээ нь иргэдийн амьдралд хэр чухал байр суурь эзэлж байгаа талаар..... 32

График 11 - Мэдээ мэдээлэлийн контент агуулсан утасны апплекейшн ашигладаг талаар..... 33

Насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгчдийн зан байдлын хандлагын судалгаа:

| | |
|--|----|
| График 12 – Насны ангилал..... | 34 |
| График 13 - Хүйсийн харьцаа..... | 34 |
| График 14 - Таны ойр орчимын хүмүүст интернетийн хэрэглээ зан төлөвт нь ямар байдлаар нөлөөлж байна вэ?..... | 35 |
| График 15 - Та хамгийн их хаана интернет ашигладаг вэ?..... | 35 |
| График 16 - Та цахим сүлжээнээс ямар төрлийн мэдээлэл ихэвчлэн авдаг бас оруулдаг вэ?..... | 36 |
| График 17 - Та ямар нэг сайтад бүртгүүлэхдээ өөрийн мэдээлэлийг хэр бодиттой бичдэг вэ?..... | 36 |
| График 18 - Таны мэдээллийг бусад хүмүүс олж үзэх боломжтой юу?..... | 37 |
| График 19 - Та цахим гэмт хэрэг юунаас үүдэлтэй гарж байсан талаар олж дуулж байсан уу?..... | 37 |
| График 20 - Интернетийн хэрэглээн дээр хуулиар хязгаарлалт тавьж өгөх ёстой гэж боддог уу?..... | 38 |
| График 21 - Хэрэв танд цахим орчин эрх чинь зөрчигдөх тохиолд гарвал яах вэ?.39 | |
| График 22 - Та эцэг, эх, багш нараасаа интернетийн талаар зөвөлгөө авж байсан уу?..... | 39 |
| График 23 - Хэрэв танд цахим орчинд эрх чинь зөрчигдөх тохиолдол гарвал яах вэ? | 40 |
| Иргэдийн контентийн хэрэглээний талаархи судалгаа | |
| График 24 - Насны ангилал..... | 41 |
| График 25 - Насны ангилал хөдөө орон нутаг, Улаанбаатар..... | 41 |
| График 26 - Хүйсийн харьцаа | 41 |
| График 27 - Боловсролын түвшин..... | 42 |
| График 28 - Өрхийн орлого..... | 42 |
| График 29 - Та ихэвчлэн ямар төрлийн сувагаар контент хүлээн авдаг вэ?..... | 43 |
| График 30 - Та ямар хэлбэрийн контентийг ихэвчлэн сонирхож үздэг вэ?..... | 43 |
| График 31 - Та цаашид ямар төрлийн контент хүлээн авахыг хүсэж байна вэ?.... | 44 |
| График 32 - Таны сонирхсон төрлийн контент хэрэгцээг тань бүрэн хангаж чадахуйц байдаг уу?..... | 44 |
| График 33 - Хэрвээ таньд нэн чухал шаардлагатай контент байвал та худалдан авхад бэлэн үү?..... | 45 |
| График 34 - Таны сонирхож буй контентуудын хэдэн хувь нь үндэсний контент байдаг вэ?..... | 45 |
| График 35 - Та ямар нэгэн контент худалдаж авж байсан удаа бий юу?..... | 46 |

| | |
|--|----|
| График 36 - Та өөрийн сонирхсон контентод өдөрт хэр их хугацаа зарцуулдаг вэ?..... | 46 |
| График 37 - Танд интернетийн зохистой хэрэглээний тухай мэдээлэл бий юу?...47 | 47 |
| График 38 - Та тус мэдээлэлийг ямар сувагаар олж авж байсан бэ?.....47 | 47 |
| График 39 - Та цахимаар ямар нэг төлбөр тооцоо хийж байсан уу?.....48 | 48 |
| График 40 - Таны ойр орчимын хүмүүсд цахим орчины мэдээлэл яаж нөлөөлж байна вэ?.....48 | 48 |
| График 41 - Та цахим төлбөр тооцоогоор ихэвчлэн ямар төрлийн төлбөр тооцоо хийдэг вэ?.....49 | 49 |
| График 42 - Цахимаар төлбөр тооцоо хийхэд таньд ямар хүндрэл бэрхшээл учирдаг вэ?.....50 | 50 |
| Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний талаарх судалгаа | |
| График 43 - Насны ангилал.....50 | 50 |
| График 44 - Хүйсийн харьцаа.....51 | 51 |
| График 45 - Таны боловсролын түвшин?.....51 | 51 |
| График 46 - Таны өрхийн орлого?.....52 | 52 |
| График 47 - Та нийгмийн мэдээллийн сүлжээний сайтуудаар ихэвчлэн ямар төрлийн мэдээлэл хайдаг вэ?.....52 | 52 |
| График 48 - Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний мэдээ мэдээлэл таны сэтгэл зүйд нөлөөлдөг үү?.....53 | 53 |
| График 49 - Таны сэтгэл зүйд хэвлэл мэдээлэлийн хэрэгсэлийн ямар төрөл илүү их нөлөөлдөг вэ?.....53 | 53 |
| График 50 - Таны сэтгэл зүйн байдалд ямар нөлөөлөл үзүүлдэг вэ?.....54 | 54 |
| График 51 - Нийгмийн мэдээллийн сүлжээгээр тархаж буй мэдээний ерөнхий чиг хандлагыг та тодорхойлвол?.....54 | 54 |
| График 52 - Та нийгмийн мэдээллийн сүлжээний сайтуудад өдөрт хэдэн цагийг зарцуулдаг вэ?.....55 | 55 |
| График 53 - Монголын нийгмийн мэдээллийн сүлжээ сайтууд тодорхой зохицуулалт, хууль эрх зүйн орчин хэрэгтэй юу?.....55 | 55 |
| График 54 - Та ямар нийгмийн мэдээллийн сүлжээ сайтыг хамгийн идвэхитэй ашигладаг вэ?.....56 | 56 |

Хавсралт:

Хавсралт 1 - Иргэдийн мэдээлэл, харилцаа холбооны технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдлын судалгааны анкет

Хавсралт 2 - Насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгчдийн зан төлвийн хандлагын судалгааны анкет

Хавсралт 3 - Иргэдийн контентийн хэрэглээний талаарх судалгааны анкет

Хавсралт 4 - Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний талаарх судалгааны анкет

| | |
|--|----|
| Агуулга | |
| 1.Оршил..... | 5 |
| 2.Судалгааны үйлчилгээний танилцуулга..... | 6 |
| 2.1 Судалгааны ажлын зорилго..... | 6 |
| 2.2 Судалгааны ажлын зорилтууд..... | 7 |
| 2.3 Судалгааны ажлын хамрах хүрээ..... | 7 |
| 2.4 Судалгааны багийн бүтэц, зохион байгуулалт..... | 8 |
| 2.5 Судалгааны арга зүй..... | 8 |
| 3.Хийгдсэн ажлын товч хурангуй..... | 11 |
| 4.Монгол Улсын нийгэм, эдийн засгийн ерөнхий статистик мэдээлэл..... | 17 |
| 4.1 Нийгмийн үзүүлэлт..... | 17 |
| 4.2 Эдийн засгийн үзүүлэлт..... | 25 |
| 5.Хэрэглэгчийн судалгаа..... | 25 |
| 5.1 Тоо хэмжээ..... | 25 |
| 5.2 Иргэдийн мэдээлэл,харилцаа холбооны технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдлын судалгаа..... | 28 |
| 5.3 Насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгчдийн зан төлвийн хандлагын судалгаа..... | 33 |
| 5.4 Иргэдийн контентийн хэрэглээний талаарх судалгаа..... | 40 |
| 5.5 Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний талаарх судалгаа..... | 50 |
| 6.Дүгнэлт..... | 57 |
| 7.Зөвлөмж..... | 61 |
| 8.Хавсралтууд..... | 63 |

1. Оршил

Мэдлээллийн технологийн хурдац биднийг нэг унтаад сэрэхэд шинэ шинэ технологийн шийдлээр баяжигдан гарсаар байдаг нь биднийг урагш харж тэмүүлэхэд их үүргийг гүйцэтгэдэг билээ. Мэдээлэл, харилцаа холбооны технологи нь өнөөгийн дэлхий дахины хөгжлийн чиг хандлагыг тодорхойлогч хүчин зүйл, улс орнуудын нийгэм, эдийн засгийн хөгжлийн хурдасгуур, хүний хөгжил, эрх, эрх чөлөөг хангах, баталгаажуулах хэрэгсэл болж байна.

Монгол улс нь өргөн уудам газар нутагтай, байгалийн эрс тэс уур амьсгалтай, хүн ам тархай суурьшсан манай улсын хувьд тус салбарыг амжилттай хөгжүүлж нийгэм, эдийн засгийн бусад салбарын хөгжлийг дэмжих явдал чухал ач холбогдолтой байх юм. Үйлчилгээ эрхлэгчдийн үйл ажиллагааг зохицуулах шударга зах зээлийн өрсөлдөөнийг дэмжих, хэтийн төлөвлөлттэй, алсын хараатай үйл ажиллагааг явуулахад иргэдэд хүрсэн үйлчилгээ, түүний хүртээмжийн талаарх нарийвчилсан судалгаа, тооцоо нь чухал ач холбогдолтой юм.

Энэхүү судалгааны ажил, аналитик дүгнэлт нь Харилцаа холбоо, мэдээллийн технологийн газар бүх нийтийн үйлчилгээний үүргийн сан санхүүжилтээр хийгдэж буй бөгөөд аймаг, сумд, баг, нийслэл, дүүрэг, хороодын мэдээлэл, харилцаа холбооны үйлчилгээний хүртээмж, хот хөдөөгийн тоон ялгааны түвшин, үйлчилгээ тус бүрийн сүлжээний хамрах хүрээ, хэрэглэгчдийн тоо, санал хүсэлт, эрэлт хэрэгцээ зэргийг нарийвчлан судлан гаргах зорилготой.

2. Судалгааны үйлчилгээний танилцуулга

2.1 Судалгааны ажлын зорилго

Монгол Улсын Засгийн Газрын мөрийн хөтөлбөрт тусгагдсан "Өндөр хурдны өргөн зурвасын түгээх сүлжээ үндэсний хөтөлбөр", Монгол улсын Засгийн газрын 2012-2016 оны үйл ажиллагааны хөтөлбөр, "Цахим засаг" үндэсний хөтөлбөрт тусгагдсан Төрийн үйлчилгээг иргэдэд түргэн шуурхай, ил тод, авилгал хүнд сурталгүй хүргэх зорилтын хүрээнд төрийн үйлчилгээг цахим хэлбэрт шилжүүлэх "Төрийн үйлчилгээний нэгдсэн веб порталын модулиуд хөгжүүлэх" төсөл, төрийн үйлчилгээний нэг цэгийн төв байгуулах ажлуудыг үе шаттайгаар амжилттай зохион байгуулан ажиллаж байна. Төрийн цахим үйлчилгээ орон нутгийн иргэдэд хүргэх хүртээмжийг сайжруулах, бүх нийтийн цахим хэрэглээг нэмэгдүүлэх, цахим орчинд хүүхдийн аюулгүй байдлыг хангах, эдгээртэй холбоотой хууль, эрх зүйн орчныг боловсронгуй болгоход оршино.

Одоогийн байдлаар төрийн захиргааны байгууллагуудын үйлчилгээнүүдийг цахим хэлбэрт шилжүүлж, нийслэлийн иргэд төрийн үйлчилгээг цахим хэлбэрээр авч эхэлсэн. Дараагийн шатанд бүх нийтийн харилцаа холбоо, мэдээлэл технологийн хэрэглээний мэдлэг боловсролыг дээшлүүлэх, алслагдсан хөдөө орон нутгийн иргэдэд төрийн үйлчилгээг цахим хэлбэрээр хүргэхээр төлөвлөн ажиллаж байна. Иймд бүх нийтийн харилцаа холбоо, мэдээллийн технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдлыг судлах, орон нутгийн иргэдийн хэдэн хувь нь интернэт, суурин болон зөөврийн компьютер, ухаалаг гар утас/төхөөрөмж хэрэглэдэг болон и-мэйл хаяг ашигладаг эсэх талаар судалж тоон мэдээллийг гаргах шаардлагатай байна.

Мөн насанд хүрээгүй интернэт хэрэглэгчид нийгмийн сүлжээнд татагдан орж, өөрийгөө хамгаалах чадваргүй хүүхдүүд ийнхүү нэмэгдэж байна. Хүүхдийн цахим орчны хяналтгүй, хязгааргүй хэрэглээний үр дүнд түүнтэй холбоотой гэмт хэргийн тоо өсөх, хүүхдийн хүмүүжил, зан төлөвт муугаар нөлөөлөх зэрэг сөрөг үр дагавар үүссээр байна. Иймд Монгол улсын хэмжээнд Ерөнхий боловсролын сургуулийн сурагчдын мэдээллийн технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдал, иргэдэд тэр дундаа насанд хүрээгүй хүүхдүүдэд цахим гэмт хэрэгт хэрхэн өртөхгүй байх, үүнээс хэрхэн урьдчилан сэргийлэх тухай мэдлэг олгох арга хэмжээг үе шаттайгаар зохион байгуулж, иргэдэд энэ талаарх мэдлэг ойлголтыг төлөвшүүлэх шаардлага тулгарч байна.

Харилцаа холбоо, мэдээллийн технологийн үйлчилгээний хүртээмж, хэрэглээг нэмэгдүүлэх, дотоод зах зээлээ хамгаалах зорилгоор үндэсний контентийн хөгжлийг дэмжих, хүний хөгжил, бүх нийтийн мэдлэг, боловсролыг дээшлүүлэхэд чиглэсэн контент үйлвэрлэлийг нэмэгдүүлэх, контент зах зээлийн зохицуулалт, эрх зүйн орчинг бүрдүүлэхэд зорилгоор "Контентийг дэмжих" үндэсний хөтөлбөрийг боловсруулж байна.

Контент хэмээх ухагдахуун нь мэдээлэл, харилцаа холбооны технологиор дамжуулан нийгмийн бүхий л салбарт хүрч болох, бүх нийтийн мэдлэг, боловсрол, соёл, ёс зүйд нөлөөлөхүйц мэдээллийн өргөн хүрээний агуулга юм.

“Контентийг дэмжих” үндэсний хөтөлбөрийг боловсруулах, хэрэгжүүлэх ажлын хүрээнд контент үйлдвэрлэл, контентийн зах зээл, иргэдийн контентийн талаарх ойлголт мэдлэг, хэрэгцээ шаардлагын талаар тодорхой судалгаа мэдээлэлд үндэслэн цаашид хэрэгжүүлэх арга хэмжээг тодорхойлох нь зүйтэй гэж үзэж байна. Иймээс улсын хэмжээнд хичнээн контент бүтээгчид байгаа болон ихэвчлэн ямар төрлөөр контент бүтээдэг талаарх судалгааг хийж эрэлт, хэрэгцээг тодорхойлсон дүгнэлт гаргах шаардлагатай байна.

2.2 Судалгааны ажлын зорилтууд

Энэхүү судалгааны ажлын зорилго нь Монгол Улсад мэдээлэл харилцаа холбооны технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдал, насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгчид, иргэдийн контетийн хэрэглээ, нийгмийн мэдээлэлийн сонирхол, төлөв хандлага, интернэтийн зүй зохистой хэрэглээ, аюулгүй байдлыг судалж, үр дүнд нь үндэслэн үйлчилгээг иргэдэд хүргэх нөхцөл бололцоог тодорхойлоход оршиж байна.

Монгол улсын хэмжээнд судалгааг дараах 4 агуулгын хүрээнд гүйцэтгэж явуулж байна.

1. Иргэдийн мэдээлэл, харилцаа холбооны технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдлын судалгаа
2. Насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгчдийн зан төлвийн хандлагын судалгаа
3. Иргэдийн контентийн хэрэглээний талаарх судалгаа
4. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний талаарх судалгаа / фэйсбүүк, твиттер, инстаграм /

Түүнчлэн судалгааг хэрэгжүүлэхдээ судалгааны ёс зүйн олон улсын Эзомарын код болон “Зах зээлийн, олон нийтийн санаа бодол, нийгмийн судалгаа. Нэр томъёоны тайлбар толь, үйлчилгээнд тавих шаардлага” MNS ISO 20252:2012 стандартыг дагаж мөрдөх болно. Зөвлөх үйлчилгээний хүрээнд гүйцэтгэх ажил бүрийн үйл ажиллагаа үе шат тус бүрт баримтлах зарчим, арга зүйг дараагийн бүлгүүдэд танилцуулав.

2.3 Судалгааны ажлын хамрах хүрээ

“Иргэдийн мэдээллийн технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдлын талаарх” үйлчилгээний ажлын хүрээнд иргэдийн мэдээллийн технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдлын талаарх судалгааг үндэсний хэмжээнд хийн ажиллаж байгаа бөгөөд бүлэглэсэн санамсаргүй түүврийн аргаар бүс нутгийг төлөөлж чадахуйц сум сууринг сонгож мэдээлэл цуглуулалтыг хийж, гарсан үр дүнд холбогдох шинжилгээг хийж гүйцэтгэж байна. Улаанбаатар хотын 9 дүүрэг

болон 6 аймагт мэдээлэл цуглуулалтын ажил явагдана. Судалгаанд нийт Улаанбаатар хот болон 6 (Баян-Өлгий, Баянхонгор, Дорноговь, Завхан, Өмнөговь, Хөвсгөл) аймгийн нийт 46 сум сууригийн 1543 өрхийг хамруулсан.

2.4 Судалгааны багийн бүтэц, зохион байгуулалт

“Иргэдийн мэдээллийн технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдлын талаарх” зөвлөх үйлчилгээний ажлыг хийж гүйцэтгэхдээ судалгааны ажлын онцлог, хамрах хүрээнээс шалтгаалан хөдөлгөөнт ба суурин холбоо, радио холбоо, мэдээллийн технологийн чиглэлээр судалгаа хийж байсан туршлагатай, мэргэжлийн инженер техникийн ажилтан болон эдийн засагч, санхүү, магадлал, математик статистикийн чиглэлийн судлаачдаас бүрдсэн мэргэжлийн багийг бүрдүүлсэн болно. Мэргэжлийн багийн үндсэн үүрэг нь ажлын даалгавраар өгөгдсөн салбар тус бүрээр хуваарилагдаж ажиллах ба хариуцсан салбарын судалгаа, олон улсын үзүүлэлттэй харьцуулан шинжилгээ хийж, тоон ялгааг тодорхойлсон.

Мэдээлэл цуглуулах багийг судалгааны менежер удирдан ажиллаж байгаа бөгөөд судалгааны менежер, 5 багийн ахлагч, 20 ярилцлага авагч, ажиллан мэдээлэл цуглуулалтын ажлыг гүйцэтгэнэ. Нэг баг нь нэг багийн ахлагч болон 5 ярилцлага авагчдаас бүрдэнэ. Судалгааны менежер мэдээлэл цуглуулах багийн зохион байгуулалтыг хийж, тухайн багийн хүрээнд гарсан аливаа асуудлуудыг шийдвэрлэх, төслийн удирдагчид гүйцэтгэлийн тайланг гаргаж өгөх, багийн ахлагчдын гүйцэтгэлийг хянах зэрэг үүргийг хэрэгжүүлж байна.

Багийн ахлагчид: Судалгааны ажилтнууд нь өөрийн хариуцсан багийн мэдээлэл цуглуулалтын ажлыг зохион байгуулж, заавар зөвлөгөө өгч, өдөр тутмын үйл ажиллагаанд хяналт тавих үүргийг гүйцэтгэнэ. Мөн багийн ахлагч нараас судалгааны асуулгыг хүлээн авах, асуулгыг үнэн зөв бүрэн бөглөгдсөн эсэхийг шалгах, бүрэн бус алдаатай асуулгыг буцаан өгч засуулах, алдаагүй бүрэн бөглөгдсөн асуулгуудыг хүлээн авах үүргийг хүлээнэ.

Мэдээлэл цуглуулалт нь багийн зохион байгуулалттайгаар явагдана. Баг нь багийн ахлагчийн удирдлаган дор 5 ярилцлага авагчаас бүрдэнэ. Нэг баг нэг аймгийг бүхэлд нь хариуцан ажиллаж, тухайн аймгийн сум суурингаас сонгогдсон өрхөөс судалгаа авах ажлыг гүйцэтгэн ажиллаж байна.

2.5 Судалгааны арга зүй

Судалгааг дараах аргачлалын дагуу хийж гүйцэтгэхээр томъёолсон болно. Энэ судалгааны арга аргачлалыг бүх зүйлийг гэрээнд заасны дагуу хийж гүйцэтгэсэн

- 1.1 Нэр томъёоны тайлбар Энэ гэрээнд хэрэглэсэн дараах нэр томъёог дор дурдсан утгаар ойлгоно:
 - (a) “Гэрээнд хэрэглэх хууль” гэж Гэрээний тусгай нөхцөл

ГТН-д заасан Монгол улсын хүчин төгөлдөр хууль болон бусад эрх зүйн актыг хэлнэ.

- (б) “Зөвлөх” гэж захиалагчтай байгуулсан энэхүү гэрээнд заасан үйлчилгээг үзүүлж байгаа аливаа хувийн болон төрийн хуулийн этгээдийг хэлнэ.
- (в) “Гэрээ” гэж талуудын гарын үсэг зурсан гэрээний маягт болон түүний 1 дүгээр заалтад дурдсан бусад баримт бичгүүд болох Гэрээний ерөнхий нөхцөл, Гэрээний тусгай нөхцөл болон хавсралт баримт бичгүүдийг хэлнэ.
- (г) “Хоног” гэж хуанлийн хоногийг хэлнэ.
- (е) “Гэрээ хүчин төгөлдөр болох огноо” гэж ГЕН-ийн 2.1-д заасан гэрээ хүчин төгөлдөр болох огноог хэлнэ.
- (д) “Гэрээний үнэ” гэж ГЕН-ийн 6 дугаар зүйлд заасны дагуу Үйлчилгээний гүйцэтгэлийн төлөө Зөвлөхөд төлөх төлбөрийн хэмжээг хэлнэ.
- (е) “ГЕН” гэж Гэрээний ерөнхий нөхцлийг хэлнэ.
- (ё) “Гишүүн” гэж түншлэл/консорциум/холбоог бүрдүүлж байгаа аль нэгэн хуулийн этгээдийг “Гишүүд” гэж эдгээр хуулийн этгээдийг хамтад нь хэлнэ.
- (ж) “Гэрээний тал гэж” Захиалагч эсхүл Зөвлөхийн аль нэгийг, харин “Талууд” гэж хоёуланг нь хэлнэ.
- (з) “Нөхөн төлөх зардал” гэж зөвлөхийн ажлын хөлснөөс бусад үйл ажилгаатай холбоотой бүх зардлуудыг хэлнэ.
- (л) “ГТН” гэж гэрээний ерөнхий нөхцөлийг тодотгож байгаа Гэрээний тусгай нөхцлийг хэлнэ.
- (м) “Үйлчилгээ” гэж Хавсралт №1-т тодорхойлсон, энэхүү гэрээнд заасны дагуу Зөвлөхийн хийж гүйцэтгэвэл зохих ажлыг хэлнэ.
- (о) “Туслан гүйцэтгэгч” гэж үйлчилгээний аль нэгэн хэсгийг туслан гүйцэтгэхээр Зөвлөхтэй гэрээ байгуулсан хувь хүн, хуулийн этгээдийг хэлнэ.
- (ө) “Ажиллах хүчин” гэж Үйлчилгээ буюу түүний аль нэгэн хэсгийг гүйцэтгүүлэхээр Зөвлөхийн эсхүл туслан

гүйцэтгэгчийн хөлсөлсөн хувь хүнийг хэлнэ.

- | | | |
|-----|--|--|
| 1.2 | Гэрээнд хэрэглэгдэх хууль | Энэхүү гэрээ, түүний агуулга болон тайлбар, мөн талуудын харилцааг ГТН-д заасан хууль тогтоомжоор зохицуулна. |
| 1.3 | Гэрээнд ашиглах хэл | Энэхүү гэрээ нь ГТН-д заасан улсын хэл дээр боловсруулагдсан бөгөөд гэрээний агуулга, тайлбартай холбоотой бүх асуудалд уг хэлийг ашиглана. Талууд хоорондын харилцах бичиг баримт нь энэ хэл дээр байна. |
| 1.4 | Мэдэгдэл | Энэхүү гэрээний дагуу олгогдсон эсхүл шаардагдах аливаа мэдэгдэл, хүсэлт буюу зөвшөөрөл зэргийг бичгээр үйлдсэн байх ёстой. Эдгээр мэдэгдэл, хүсэлт буюу зөвшөөрөл нь харилцаж байгаа талын итгэмжлэгдсэн төлөөлөгчид биечлэн хүргэгдсэн эсхүл ГТН-д заасан хаягаар илгээсэн тохиолдолд олгогдсон гэж тооцогдох ёстой. |
| 1.5 | Байршил | Үйлчилгээг, гэрээний хавсралт №1-т заасан нутаг дэвсгэрт, хэрэв тодорхой төсөл арга хэмжээний байрлалыг заагаагүй тохиолдолд захиалагчийн харъяа улс эсхүл түүний тодорхойлж өгсөн нутаг дэвсгэрт хэрэгжүүлэх ёстой. |
| 1.6 | Төлөөлөх эрх бүхий гишүүний эрх хэмжээ | Зөвлөх нь түншлэл/консорциум/ хоёр буюу түүнээс дээш хуулийн этгээдийн холбооноос бүрдэж байгаа тохиолдолд, эдгээр гишүүд гэрээний дагуу захиалагчтай үүсэх харилцаанд бүх гишүүний нэрийн өмнөөс оролцох, эрх хэрэгжүүлэх болон үүрэг хүлээх, зааварчилгаа болон төлбөр хүлээн авахад тэднийг төлөөлөх эрх бүхий нэг гишүүнийг томилно. |
| 1.7 | Итгэмжлэгдсэн төлөөлөгч | Гэрээний дагуу захиалагч эсхүл зөвлөхийн гүйцэтгэвэл зохих аливаа үйл ажиллагаа болон баримт бичгийг ГТН-д заасан албан тушаалтан хариуцан хийнэ. |
| 1.8 | Татвар, хураамж | Зөвлөх, туслан гүйцэтгэгч болон тэдгээрийн ажиллах хүчин нь ГТН-д заасан гэрээнд хэрэглэх хуулийн дагуу төлбөл зохих татвар, хураамж болон төлбөрийг төлөх ёстой. |
| 1.9 | Авилгал болон залилан мэхлэх үйлдэл | Захиалагчийг төлөөлөн худалдан авах ажиллагаанд оролцож байгаа төрийн албан хаагч болон тендерт оролцогч, гэрээ хэрэгжүүлэгч зөвлөх бүр худалдан авах ажиллагаанд оролцох, худалдан авах гэрээг хэрэгжүүлэхдээ ёс суртахууны өндөр хэм хэмжээг |

сахинбиелүүлэх ёстой.

Худалдан авах ажиллагаанд оролцож байгаа төрийн албан хаагч болон зөвлөх нь Авилгын эсрэг хууль, Шударга бус өрсөлдөөнийг хориглох тухай хууль болон Эрүүгийн хуульд заасан авилгал, залилан мэхлэх, зохиомол тохиролцоо хийх, айлган сүрдүүлэх үйлдлийн аль нэгэнд холбогдсон талаар бодитой мэдээлэл байгаа бол холбогдох албан тушаалтан, хууль хяналтын байгууллагад зохих ёсоор мэдэгдэнэ.

3. Хийгдсэн ажлын товч хураангуй

Хүснэгт 1

| № | Ажлын нэр | Тайлбар |
|---|----------------|---|
| 1 | Асуулга бэлдэх | <p>Монгол улсын хэмжээнд судалгааг дараах 4 агуулгын хүрээнд явуулж байгаа бөгөөд үүнд:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Иргэдийн мэдээлэл, харилцаа холбооны технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдлын судалгаа 2. Насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгчдийн зан төлвийн хандлагын судалгаа 3. Иргэдийн контентийн хэрэглээний талаарх судалгаа 4. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний талаарх судалгаа / фэйсбүүк, твиттер, инстаграм / <p>Зөвлөх үйлчилгээний ажлын хүрээнд иргэдийн мэдээллийн технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдлын талаарх судалгааг үндэсний хэмжээнд хийн ажиллаж байгаа бөгөөд бүлэглэсэн санамсаргүй түүврийн аргаар бүс нутгийг төлөөлж чадахуйц сум сууринг сонгож мэдээлэл цуглуулалтыг хийж, гарсан үр дүнд холбогдох шинжилгээг хийж гүйцэтгэж байна. Түүнчлэн судалгааг хэрэгжүүлэхдээ судалгааны ёс зүйн олон улсын Эзомарын код болон “Зах зээлийн, олон нийтийн санаа бодол, нийгмийн судалгаа. Нэр томъёоны тайлбар толь, үйлчилгээнд тавих шаардлага” MNS ISO 20252:2012 стандартыг дагаж мөрдөж түүвэр судалгааны аргыг хэрэглэж байгаа бөгөөд байршил, бүлэглэсэн санамсаргүй түүврийн аргыг ашиглан судалгаанд хамрагдах сум сууринг</p> |

| | | |
|---|--|--|
| | | түүвэрлэн авч зохин байгуулж байна. Бүлэглэсэн санамсаргүй түүврээр сонгогдсон сум суурин нь ижил төстэй сум сууринг төлөөлөх учраас мэдээлэл цуглуулалт хийгдсэний дараа мэдээллийг нийт өрхөд тархааж дүн шинжилгээг хийнэ. |
| 2 | Хамрах хүрээг тодорхойлх | <p>Хэрэглэгчдийн сэтгэл ханамжийн судалгаанд багадаа 1550 хэрэглэгчийг судалгаанд хамруулах ба хэрэглэгчийн судалгааны бүлэглэсэн санамсаргүй түүврийг хийхдээ дараах 4 үзүүлэлтийг шалгуур болгон үзсэн болно.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бүсчлэл (баруун, зүүн, хангайн, төв, Улаанбаатар) 2. Сум суурингийн ангилалт 3. Тухайн бүсчлэлийн ЕБС-ын 4 өөс 12 дугаар ангийн сурагчид 4. Тухайн бүсчлэлийн МСҮТ Сурагчид |
| 3 | Орон нутагт мэдээлэл цуглуулах ажилд бэлтгэх | <p>Баг нь багийн ахлагчийн удирдлаган дор 5 ярилцлага авагчаас бүрдэнэ. “Би Эс Си Жи” компаниас боловсруулсан судалгааны асуулга хамрах хүрээн дээр суурилсан ажилтнууд нь өөрийн хариуцсан багийн мэдээлэл цуглуулалтын ажлыг зохион байгуулж, заавар зөвлөгөө өгч, өдөр тутмын үйл ажиллагаанд хяналт тавих үүргийг гүйцэтгэнэ. Мөн багийн ахлагч нараас судалгааны асуулгыг хүлээн авах, асуулгыг үнэн зөв бүрэн бөглөгдсөн эсэхийг шалгах, бүрэн бус алдаатай асуулгыг буцаан өгч засуулах, алдаагүй бүрэн бөглөгдсөн асуулгуудыг хүлээн авах үүргийг хүлээнэ. Мэдээлэл цуглуулах багийг судалгааны менежер удирдан ажиллаж байгаа бөгөөд судалгааны менежер, 5 багийн ахлагч, 20 ярилцлага авагч, ажиллан мэдээлэл цуглуулалтын ажлыг гүйцэтгэнэ. Судалгааны менежер мэдээлэл цуглуулах багийн зохион байгуулалтыг хийж, тухайн багийн хүрээнд гарсан аливаа асуудлуудыг шийдвэрлэх, төслийн удирдагчид гүйцэтгэлийн тайланг гаргаж өгөх, багийн ахлагчдын гүйцэтгэлийг хянах зэрэг үүргийг хэрэгжүүлж байна.</p> |
| 4 | Судалгаанд нэгжийн түүвэрлэлтийг хийнэ | <p>Судалгаанд нийт Улаанбаатар хот болон 6 (Баян-Өлгий, Баянхонгор, Дорноговь, Завхан, Өмнөговь, Хөвсгөл) аймгийн нийт 46 сум сууригийн 1543 өрхийг хамруулна.</p> |

| | | |
|--|------------|--|
| | Хөвсгөл | Мөрөн Алаг-эрдэнэ Тариалан Бүрэнтогтох Цэцэрлэг Галт Их-Уул |
| | Завхан | Улиастай Их Уул Алдархаан Идэр Эрдэнэхайрхан Тэлмэн Тосонцэнгэл Яруу |
| | Өмнөговь | Даланзадгад Мандал овоо Цогт овоо Булган Баяндалай Хүрмэн Ханхонгор Цогтцэций |
| | Баянхонгор | Баянхонгор Баян-Овоо Бөмбөгөр Жинст Галуут Баянбулаг Хүрээмарал Өлзийт |
| | Баян-Өлгий | Өлгий Булган Алтанцөгц Сагсай Ногооннуур Бугат Улаанхус Толбо |

| | | |
|---|--|---|
| | | <p>Дорноговь</p> <p>Сайншанд Даланжаргалан Өндөршил Улаанбадрах Айраг Алтанширээ Сайхандулаан</p> <p>Улаанбаатар</p> <p>Баянгол дүүрэг Сонгинохайрхан дүүрэг Баянзүрх дүүрэг Чингэлтэй дүүрэг Сүхбаатар дүүрэг Хан-Уул дүүрэг Налайх дүүрэг Багахангай дүүрэг Багануур дүүрэг</p> <p>Алслагдсан захын байршилүүд</p> <p>ХУД-Өлзийт хороолол ХУД-Шувуун фабрик ХУД-Био комбинат СХД-Партизан СХД-Найрамдал БЗД-Гацуурт</p> |
| 5 | <p>Мэдээллийг цуглуулах: судалгаанд оролцогчтой ярилцах, асуулгыг бөглөх</p> | <p>Орон нутагч ажиллах багууд нөүтбүүк болон бүх үүрэн телефон холбооны (Mobicom, Skytel, Unitel, G-Mobile) утасгүй интернэтийн модем ашиглаж байна. Төв оффис болон орон нутагт ажиллаж байгаа багийн хооронд мэдээлэл солилцохын тулд мэдээлэл дамжуулах, солилцох програм хангамж, түүнчлэн Dropbox болон бусад хэрэгслүүдийг ашиглаж байна.</p> <p>Мэдэгдэл хүргэх: Ярилцлага авагч нь хаягийн дагуу очих бүртээ судалгаанд оролцогч байхгүй тохиолдолд судалгааны талаарх</p> |

| | | |
|---|--|--|
| | | <p>мэдэгдэл, эргэн холбогдох холбоосын мэдээллийг хаалган дээр үлдээх эсвэл хажуу айлд үлдээн, судлаач өөрийн нэр утсыг үлдээн ажиллах болно.</p> <p>Ярилцлагыг амжилттай явуулах таатай орчин бий болгох: Ярилцлага авагч нь ярилцлага явуулах таатай орчныг бүрдүүлж ажиллана. Ингэснээр гадны нөлөөгүй үнэн бодит мэдээлэл авах юм. Энэ талаарх зөвлөгөөг гарын авлагад тусгаж өгөх болно.</p> <p>Ярилцлагыг дуу хураагуурт хураах: Ярилцлага бүрт дуу хураагуур ажиллуулж, ярилцлагыг бүрэн бичнэ.</p> <p>Судалгаанд оролцогчийг идэвхижүүлэх: Судалгаанд оролцогчоос мэдэхгүй, санахгүй байна гэх мэт идэвхитэй бус хариулт авахаас аль болох татгалзах, ярилцлагын явцад судалгаанд оролцогчийг идэвхижүүлэн ажиллана.</p> <p>Ярилцлага дууссаны дараа мэдээллийн чанарыг шалгах: Ярилцлага бүрэн явагдсан эсэх, орхигдсон асуулт байгаа эсэх, бусад хөтлөх шаардлагатай баримт бичгүүд хөтлөгдсөн эсэхийг шалгах.</p> <p>Судалгаанд оролцогчдыг урамшуулах: Мэдээллийг бүрэх авч дууссаны дараа судалгаанд оролцогчийг урамшуулах бөгөөд энэ нь судалгаанд оролцогчийн гарын үсэг болон дараа нь хийгдэх чанарын хяналтын явцад шалгагдаж явах болно.</p> |
| 6 | Талбар дээр мэдээллийн чанарын хяналт хийх | <p>Өдөр бүр багийн ахлагчид тухайн өдрийн гүйцэтгэлийг тайлагнана: Ярилцлага бүрийн дараа ярилцлага авагч нь гүйцэтгэлийн хуудсыг бөглөнө. Мөн багийн ахлагчид судалгаанд оролцогчидтой холбогдохын тулд хийсэн оролдлогууд болон судалгаанд оролцохоос татгалзсан байдал, цуглуулагдсан мэдээлэл зэргийг хүлээлгэж өгнө.</p> |
| 7 | Судалгааны материалыг | <p>Гүйцэтгэлийн хүснэгт, асуулгын дата файлыг dropbox-т байрлуулна. Dropbox хаягыг баг бүрт</p> |

| | | |
|---|------------------------|--|
| | баримтжуулах | <p>судалгааны туслах ажилтан өгнө.</p> <p>Үүнд:</p> <p>Гүйцэтгэлийн хүснэгт: Гүйцэтгэлийн хүснэгтэнд тухайн судалгааны багийн судалгаа авах ёстой нийт өрхийн ID болон өрхийн байршлыг тэмдэглэсэн өрхийн газрын зургийн дугаар өгөгдсөн байна. Мөн багийн ахлагчийн тэмдэглэгээний хэсг байх ба энэ ID бүрийн хувьд ярилцлагын үр дүн, үр дүнтэй холбоотойгоор тэмдэглэгээ хийх хэсгүүдээс бүрдэнэ. Багийн ахлагч нь өдөр бүр судлаачдын судалгааны үр дүнгийн мэдээллийг гүйцэтгэлийн хүснэгтэд тэмдэглэж байна. Гүйцэтгэлийн хүснэгтийг нэрлэхдээ өөрийн ажиллаж буй аймгийн нэр, он, сар, өдрөөр нэрлэнэ.</p> <p>Судалгааны дата: Багийн ахлагч өөрийн хариуцан ажиллаж буй судлаачдын датаг нэгтгэн нэг дата илгээнэ.</p> <p>Мэдээлэл цуглуулалтын, өгөгдөл оруулах, туслах ажлын багуудыг судалгааны зохицуулагч удирдана. Төлөвлөлтийн, мэдээлэл цуглуулалтын, өгөгдөл оруулах, дата боловсруулалтын багуудыг багийн ахлагч нар удирдана. Багийн ахлагч нар нь багийн хариуцсан ажлыг төлөвлөх, зохион байгуулах, хянах, түүнчлэн үр дүнгийн чанарт хяналт тавих үүрэгтэй.</p> <p>Үүний дотор мэдээлэл цуглуулалтын багийн ерөнхий зохион байгуулалт болон гишүүд тус бүрийг гүйцэтгэх үүрэг нь дараах байдалтай байна.</p> |
| 8 | Дүгнэлт, санал зөвлөмж | Судалгааны үр дүнд үндэслэн дүгнэлт, санал зөвлөмж гаргасан. |

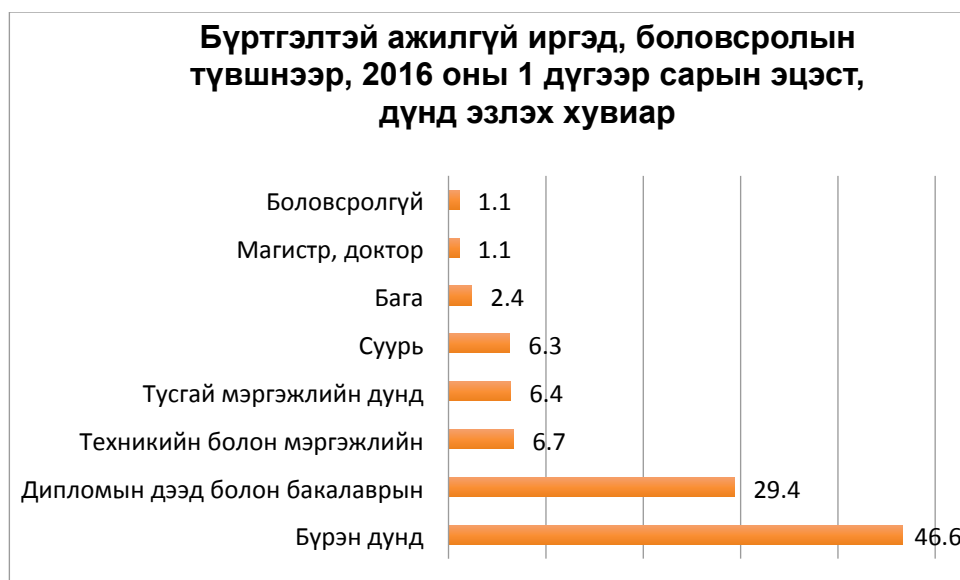
4. Монгол Улсын нийгэм, эдийн засгийн ерөнхий статистик мэдээлэл

4.1 Нийгмийн үзүүлэлт Бүртгэлтэй ажилгүй иргэн

Хөдөлмөр эрхлэлтийн байгууллагад бүртгэлтэй ажил хайгч иргэд 2016 оны 1 дүгээр сарын эцэст 49.1 мянга болсны 25.9 мянга нь эмэгтэйчүүд байна. Эдгээр бүртгэлтэй ажил хайгчдын 34.6 мянга нь ажилгүй иргэд байгаа нь өмнөх оны мөн үеийнхээс 1.2 мян.хүн буюу 3.3 хувиар буурч, өмнөх сарынхаас 1.8 мян. хүн буюу 5.5 хувиар өссөн байна. Бүртгэлтэй ажилгүй иргэдийн 18.5 мянга буюу 53.4 хувь нь эмэгтэйчүүд байна. Аймаг, нийслэлийн хөдөлмөр эрхлэлтийн байгууллагад 2016 оны 1 сард ажилгүй 8.9 мян.иргэн шинээр бүртгүүлж, бүртгэлтэй байсан 1.0 мян.иргэн ажилд зуучлагдан орж, 6.1 мян.иргэн ажил идэвхтэй хайхгүй байгаа шалтгаанаар бүртгэлээс хасагдсан нь өмнөх оны мөн үеийнхээс шинээр бүртгүүлсэн ажилгүй иргэд 0.7 мян.хүн буюу 9.0 хувиар, ажилд зуучлагдан орсон иргэд 0.4 мян.хүн буюу 68.0 хувиар өсчээ. Харин ажил идэвхтэй хайхгүй байгаа шалтгаанаар бүртгэлээс хасагдсан иргэд өмнөх оны мөн үеийнхээс 2.7 мян.хүн буюу 30.6 хувиар буурчээ.

Бүртгэлтэй ажилгүй иргэдийн 46.6 хувийг бүрэн дунд, 29.4 хувийг дипломын дээд болон бакалаврын, 6.7 хувийг техникийн болон мэргэжлийн, 6.4 хувийг тусгай мэргэжлийн дунд, 6.3 хувийг суурь, 2.4 хувийг бага, 1.1 хувийг магистр, доктор, 1.1 хувийг боловсролгүй иргэд эзэлж байна.

График 1



Эх үүсвэр: Хөдөлмөрийн яамны сар бүрийн мэдээ

Хүн амын эдийн засгийн идэвх

Ажиллах хүчний судалгааны 2015 оны 4 дүгээр улирлын дүнгээр улсын хэмжээнд ажиллах хүч буюу 15, түүнээс дээш насны эдийн засгийн идэвхтэй хүн ам 1164.1 мянга болж, 624.6 мянга буюу 53.7 хувь нь эрэгтэй, 539.5 мянга буюу 46.3 хувь нь эмэгтэйчүүд байна. Эдийн засгийн идэвхтэй хүн амын 662.9 мянга буюу 56.9 хувь нь хот, суурин газарт, 501.2 мянга буюу 43.1 хувь нь хөдөө орон нутагт амьдарч байна. Ажиллах хүчний оролцооны түвшин (АХОТ) 2015 оны 4 дүгээр улиралд улсын хэмжээнд 60.5 хувь, хотод 54.1 хувь, хөдөөд 71.6 хувь байна. Ажиллагчид өмнөх оны мөн үеийнхээс 26.9 мянга буюу 2.6 хувь, ажилгүй иргэд 9.5 мянга буюу 10.9 хувь, эдийн засгийн идэвхгүй хүн ам 19.0 мянга буюу 2.6 хувиар өссөн байна.

15-с дээш насны хүн амын эдийн засгийн идэвх

2015 оны 4 дүгээр улирлын байдлаар (Ажиллах хүчний судалгааны дүнгээр)

Хүснэгт 2

| Үзүүлэлт | 2015 оны 10-12сар |
|--|-------------------|
| Эдийн засгийн идэвхтэй хүн ам, мян.хүн | 1164.1 |
| Эрэгтэй | 624.6 |
| Эмэгтэй | 539.5 |
| Ажиллагчид | 1067.6 |
| Ажилгүй иргэд | 96.5 |
| Ажиллах хүчний оролцооны түвшин, % | |
| Улсын дундаж | 60.5 |
| Эрэгтэй | 67.1 |
| Эмэгтэй | 54.3 |
| Эдийн засгийн идэвхгүй хүн ам, мян.хүн | 761.5 |
| Эрэгтэй | 306.6 |
| Эмэгтэй | 454.9 |

15, түүнээс дээш насны нийт хүн амын 761.5 мянга буюу 39.5 хувийг эдийн засгийн идэвхгүй хүн ам эзэлж, 40.3 хувь нь эрэгтэйчүүд, 59.7 хувь нь эмэгтэйчүүд байна. Эдийн засгийн идэвхгүй нийт хүн амын 258.8 мянга буюу 34.0 хувь нь суралцагчид, 224.2 мянга буюу 29.4 хувь нь тэтгэврийнхэн болон өндөр настан, 91.7 мянга буюу 12.0 хувь нь хүүхэд асарсан, 55.5 мянга буюу 7.3 хувь нь хөгжлийн бэрхшээлтэй, 53.7 мянга буюу 7.1 хувь нь гэрийн ажилтай иргэд байна. Судалгааны дүнгээр 2015 оны 4 дүгээр улиралд улсын хэмжээнд ажилгүй иргэд 96.5 мянга болж, 56.4 мянга буюу 58.4 хувь нь эрэгтэйчүүд, 40.1 мянга буюу 41.6 хувь нь эмэгтэйчүүд байна. Улсын хэмжээнд ажилгүйдлийн түвшин 8.3 хувь болж, өмнөх оны мөн үеийнхээс 0.6 пунктээр өслөө

15-с дээш насны хүн амын ажилгүйдэл

Хүснэгт 3

2015 оны 4 дүгээр улирлын байдлаар (Ажиллах хүчний судалгааны дүнгээр)

| Үзүүлэлт | 2015 оны 10-12сар |
|------------------------|-------------------|
| Ажилгүй иргэд, мян.хүн | 96.5 |
| Эрэгтэй | 56.4 |
| Эмэгтэй | 40.1 |
| Ажилгүйдлийн түвшин, % | |
| Улсын дундаж | 8.3 |
| Эрэгтэй | 9 |
| Эмэгтэй | 7.4 |
| Хот | 9.8 |
| Хөдөө | 6.3 |

Өрхийн орлого, зарлага

Өрхийн нийгэм, эдийн засгийн 2015 оны 4 дүгээр улирлын судалгаагаар нэг өрхийн сарын дундаж мөнгөн орлого 848.8 мян.төг болж, өмнөх оны мөн үеийнхээс 123.4 мян.төг буюу 12.7 хувиар буурлаа. Үүнд хөдөө аж ахуйн бус үйлдвэрлэл, үйлчилгээний орлого 31.6 мян.төг буюу 31.6 хувь, бусад орлого 38.3 мян.төг буюу 34.1 хувиар буурсан нь голлон нөлөөллөө.

Нэг өрхийн сарын дундаж бодит (үнийн нөлөөллийг арилган тооцсон) мөнгөн орлогын хэмжээ 2015 оны 4 дүгээр улиралд 833.0 мян. төг болж, өмнөх оны мөн үеийнхээс 139.2 мян. төг буюу 14.3 хувиар буурлаа.

Нэг өрхийн сарын дундаж орлого

2015 оны 4 дүгээр улирлын байдлаар

Хүснэгт 4

| Орлогын төрөл | 2015 оны 10-12сар |
|--|-------------------|
| Орлого-бүгд | 936133 |
| 1. Мөнгөн орлого-бүгд | 848842 |
| Цалин хөлс | 461323 |
| Тэтгэвэр, тэтгэмж | 164324 |
| Хөдөө аж ахуйн үйлдвэрлэлийн орлого | 90984 |
| Хөдөө аж ахуйн бус үйлдвэрлэл, үйлчилгээний орлого | 68246 |
| Бусад орлого | 73965 |
| 2. Бусдаас үнэгүй авсан хүнсний болон хүнсний бус бүтээгдэхүүн | 47155 |
| 3. Өөрийн хувийн аж ахуйгаас хэрэглэсэн хүнсний бүтээгдэхүүн | 40136 |

Нэг өрхийн сарын дундаж мөнгөн зарлага 2015 оны 4 дүгээр улиралд 858.6 мян.төг болж, өмнөх оны мөн үеийнхээс 130.0 мян.төг буюу 13.2 хувиар буурлаа. Нэг өрхийн сарын дундаж мөнгөн зарлага буурахад хүнсний бус бараа, үйлчилгээний болон бусад зарлага 102.9 мян.төг буюу 14.1 хувиар буурсан нь голлон нөлөөлжээ. Нэг өрхийн сарын дундаж бодит (үнийн нөлөөллийг арилган тооцсон) мөнгөн зарлагын хэмжээ 2015 оны 4 дүгээр

улиралд 842.6 мян. төг болж, өмнөх оны мөн үеийнхээс 146.0 мян. төг буюу 14.8 хувиар буурсан байна.

Нэг өрхийн сарын дундаж зарлага

2015 оны 4 дүгээр улирлын байдлаар

Хүснэгт 5

| Зарлагын төрөл | 2015 оны 10-12сар |
|--|-------------------|
| Зарлага-бүгд | 945 886 |
| 1. Мөнгөн зарлага-бүгд | 858 595 |
| Хүнсний бүтээгдэхүүний зарлага | 208 777 |
| Үүнээс: | |
| Мах, махан бүтээгдэхүүн | 52 308 |
| Гурил, гурилан бүтээгдэхүүн | 59 049 |
| Хүнсний бус бараа, үйлчилгээний болон бусадд зарлага | 628 309 |
| Үүнээс: | |
| Тээвэр | 65 379 |
| Холбоо | 34 195 |
| Бусдал өгсөн бэлэг, тусламж | 21 509 |
| 2. Бусдаас үнэгүй авсан хүнсний болон хүнсний бус бүтээгдэхүүн | 47 155 |
| 3. Өөрийн хувийн аж ахуйгаас хэрэглэсэн хүнсний бүтээгдэхүүн | 40 136 |

Өрхийг мөнгөн орлого, зарлагаар бүлэглэн авч үзвэл, 2015 оны 4 дүгээр улирлын байдлаар 300.0 мянган төгрөгөөс доош орлоготой өрх 135.5 мянга байгаа нь нийт өрхийн 15.8 хувийг, мөн энэ хэмжээний зарлагатай өрх 96.0 мянга буюу нийт өрхийн 11.2 хувийг, 300.0- 500.0 мянган төгрөгийн орлоготой өрх 155.2 мянга буюу нийт өрхийн 18.1 хувийг, мөн энэ хэмжээний зарлагатай өрх 168.1 мянга буюу нийт өрхийн 19.6 хувийг, 500.0-900.0 мянган төгрөгийн орлоготой өрх 273.6 мянга буюу нийт өрхийн 31.9 хувийг, мөн энэ хэмжээний зарлагатай өрх 290.7 мянга буюу нийт өрхийн 33.9 хувийг эзэлж байна. Харин 2100.0 мянган төгрөгөөс дээш орлоготой өрх 36.9 мянга буюу нийт өрхийн 4.3 хувийг, мөн энэ хэмжээний зарлагатай өрх 35.2 мянга буюу 4.1 хувийг эзэлж байна.

ӨРХИЙН БҮЛЭГЛЭЛТ, МӨНГӨН ОРЛОГООР

2015 оны 4 дүгээр улирлын байдлаар

Хүснэгт 6

| Бүлэг | 2015 оны 10-12сар |
|--------------------------|-------------------|
| 300001₮ хүртэл | 135.5 |
| 300 001 - 500 000 | 155.2 |
| 500 001 - 700 000 | 153.5 |
| 700 001 - 900 000 | 120.1 |
| 900 001 - 1 100 000 | 84 |
| 1 100 001 - 1 600 000 | 126.9 |
| 1 600 001 - 2 100 000 | 45.4 |
| 2 100 001 төгрөгөөс дээш | 36.9 |

Өмнөх оны мөн үеийнхтэй харьцуулахад 2015 оны 4 дүгээр улирлын байдлаар 300.0 мянган төгрөгөөс доош орлоготой өрх 34.2 мянга буюу 3.5 пунктээр, мөн энэ хэмжээний зарлагатай өрх 29.3 мянга буюу 3.1 пунктээр, 300.0-500.0 мянган төгрөгийн орлоготой өрх 33.3 мянга буюу 3.3 пунктээр, мөн энэ хэмжээний зарлагатай өрх 38.8 мянга буюу 3.9 пунктээр нэмэгджээ. Харин 2100.0 мянган төгрөгөөс дээш орлоготой өрх 15.0 мянга буюу 2.0 пунктээр, мөн энэ хэмжээний зарлагатай өрх 17.5 мянга буюу 2.3 пунктээр буурчээ.

ӨРХИЙН БҮЛЭГЛЭЛТ, МӨНГӨН ЗАРЛАГААР

Хүснэгт 7

2015 оны 4 дүгээр улирлын байдлаар

| Бүлэг | 2015 оны 10-12сар |
|--------------------------|-------------------|
| 300001₮ хүртэл | 96 |
| 300 001 - 500 000 | 168.1 |
| 500 001 - 700 000 | 160.4 |
| 700 001 - 900 000 | 130.3 |
| 900 001 - 1 100 000 | 92.6 |
| 1 100 001 - 1 600 000 | 122.6 |
| 1 600 001 - 2 100 000 | 52.3 |
| 2 100 001 төгрөгөөс дээш | 35.2 |

Хүн амын амьжиргааны байдал

Нэг хүнд ногдох сарын дундаж бодит (үнийн нөлөөллийг арилган тооцсон) мөнгөн орлогын хэмжээ амьжиргааны доод түвшинтэй харьцуулахад улсын дунджаар 49.2 хувь, Улаанбаатар хотод 63.6 хувь, Зүүн бүсэд 59.0 хувь, Төвийн бүсэд 48.3 хувь, Хангайн бүсэд 33.0 хувь, Баруун бүсэд 23.1 хувиар өндөр байна.

Нэг хүнд ноогдох сарын дундаж бодит мөнгөн орлого

2015 оны 4 дүгээр улирлын байдлаар

Хүснэгт 8

| | Хүн амын амьжиргааны доод түвшин (2015 оны 2 дугаар сарын 1-нээс мөрдсөн), төг | Нэг хүнд ногдох сарын дундаж бодит (үнийн нөлөөллийг арилган тооцсон) мөнгөн орлого, | Бодит мөнгөн орлого Амьжиргааны доод түвшин (%) |
|--|--|--|---|
| | | | |

| | | 2015 оны 4 дүгээр улирлын байдлаар, төг | |
|--------------|---------|---|-------|
| Улсын дундаж | 174 200 | 259 948 | 149.2 |
| Баруун | 164 200 | 202 049 | 123.1 |
| Хангай | 167 200 | 222 369 | 133 |
| Төв | 164 300 | 243 577 | 148.3 |
| Зүүн | 160 800 | 255 662 | 159 |
| Улаанбаатар | 185 400 | 303 284 | 163.6 |

Орлогын ялгаатай бүлэг доторх болон бүлэг хоорондох тэгш бус байдлыг харуулах Тейлийн индекс 2015 оны 4 дүгээр улиралд 0.190 болж, өмнөх оны мөн үеийнхээс 0.004 нэгжээр бага байна. Улсын хэмжээнд 2015 оны 4 дүгээр улиралд хамгийн бага хэрэглээтэй бүлэг нийт хэрэглээнд 8.0 хувийг, хамгийн чинээлэг хэсэг 40.8 хувийг эзэлж байна. Энэ нь хүн амын хамгийн чинээлэг 20 хувийнхны хэрэглээний дундаж хэмжээ хамгийн ядуу 20 хувийнхнаас 5.1 дахин их байгааг харуулж байна.

Нийт хэрэглээнд хүн амын тооны тэнцүү 5 бүлгийн хэрэглээний эзлэх хувь

2015 оны 4 дүгээр улирлын байдлаар

Хүснэгт 9

| | Нийт хэрэглээ | I (Хамгийн ядуу) | II | III | IV | V(чинээлэг) |
|--------------|---------------|------------------|------|------|------|-------------|
| Улсын дундаж | 100 | 8 | 12.3 | 16.6 | 22.3 | 40.8 |
| Баруун | 100 | 8 | 12.2 | 16.3 | 22.2 | 41.3 |
| Хангай | 100 | 8.3 | 12.2 | 16.5 | 22.4 | 40.6 |

| | | | | | | |
|-------------|-----|-----|------|------|------|------|
| Төв | 100 | 7.5 | 11.8 | 16.6 | 23.2 | 40.9 |
| Зүүн | 100 | 7.7 | 12.6 | 17 | 22.9 | 39.8 |
| Улаанбаатар | 100 | 8.1 | 12.5 | 16.7 | 21.8 | 40.9 |

4.2 Эдийн засгийн үзүүлэлт

Гадаад худалдаа

Монгол Улс 2016 оны 1 дүгээр сард дэлхийн 92 оронтой худалдаа хийж, гадаад худалдааны нийт бараа эргэлт 528.3 сая ам.долл., үүнээс экспорт 329.1 сая ам.долл., импорт 199.1 сая ам.долларт хүрчээ. Нийт бараа эргэлтийн хэмжээ өмнөх оны мөн үеийнхээс 191.7 сая ам.долл. буюу 26.6 хувь, үүний дотор экспортын хэмжээ 143.6 сая ам.долл. буюу 30.4 хувь, импортын хэмжээ 48.2 сая ам.доллараар буюу 19.5 хувиар буурчээ. Гадаад худалдааны тэнцэл 2015 оны 1 дүгээр сард 225.4 сая ам.долл., 2016 оны 1 дүгээр сард 130.0 сая ам.долларын ашигтай гарчээ.

Дотоод худалдаа

Улсын хэмжээнд 2015 онд нийт 62.4 мянган аж ахуйн нэгж үйл ажиллагаа явуулж байгаагийн 23.7 мянга буюу 37.9 хувь нь бөөний болон жижиглэн худалдааны салбарынх байна. Бөөний болон жижиглэн худалдааны салбарын нийт борлуулалт 2015 онд 13526.6 тэрбум төг болж, өмнөх оныхоос 722.3 тэрбум төг. Өмнөх оныхоос жижиглэн худалдааны борлуулалт 838.7 тэрбум төг, бөөний худалдааных 116.4 тэрбум төг. Бөөний болон жижиглэн худалдааны салбарын борлуулалт 2015 оны 4 дүгээр улиралд 4369.0 тэрбум төг болж байна. Бөөний болон жижиглэн худалдааны салбарын борлуулалтын 94.1 хувь нь Улаанбаатар хотод ногдож байна. Худалдааны салбарын нийт борлуулалт өмнөх оныхоос Сэлэнгэ, Хэнтий, Улаанбаатар хот, Баян-Өлгий, Булган, Дорнод, Ховд, Дундговь, Дорноновь аймагт 3.7-29.1 хувиар өсч, бусад аймагт 1.4-48.4 хувиар буурчээ.

5. Хэрэглэгчийн судалгаа

5.1 Тоо хэмжээ

Хэрэглэгчийн судалгааг нийт 1550 хэрэглэгчидээс Улаанбаатар хотын дүүргүүд, захын дүүрэг, аймгийн төв, сумдаас түүврээр авсан. Судалгаанд хамрагдсан иргэдийн тоог байршлаар харуулбал дараах байдалтай байна.

Хүснэгт 10

| | | Судалгаа авсан тоо |
|-------------|---------------|-----------------------|
| Хөвсгөл | Мөрөн | 30 |
| | Алаг-эрдэнэ | 15 |
| | Тариалан | 21 |
| | Бүрэнтогтох | 23 |
| | Цэцэрлэг | 24 |
| | Галт | 12 |
| | Их-Уул | 22 |
| Нийт | | 147 |
| Завхан | Улиастай | 30 |
| | Их Уул | 27 |
| | Алдархаан | 26 |
| | Идэр | 28 |
| | Эрдэнэхайрхан | 17 |
| | Тэлмэн | 16 |
| | Тосонцэнгэл | 16 |
| | Яруу | 24 |
| | Нийт | |
| Өмнөговь | Даланзадгад | 28 |
| | Мандал овоо | 24 |
| | Цогт овоо | 22 |
| | Булган | 20 |
| | Баяндалай | 16 |
| | Хүрмэн | 22 |
| | Ханхонгор | 20 |
| | Цогтцэций | 19 |
| | Нийт | |
| Баянхонгор | Баянхонгор | 24 |
| | Баян-Овоо | 25 |
| | Бөмбөгөр | 12 |
| | Жинст | 27 |
| | Галуут | 25 |
| | Баянбулаг | 19 |
| | Хүрээмарал | 28 |
| | Өлзийт | 20 |
| Нийт | | 180 |
| Баян-Өлгий | Өлгий | 29 |
| | Булган | 22 |

| | | |
|--|-----------------------------|---------------------|
| | Алтанцөгц | 13 |
| | Сагсай | 18 |
| | Ногооннуур | 17 |
| | Бугат | 16 |
| | Улаанхус | 22 |
| | Толбо | 24 |
| Нийт | | 161 |
| Дорноговь | Сайншанд | 25 |
| | Даланжаргалан | 24 |
| | Өндөршил | 16 |
| | Улаанбадрах | 14 |
| | Айраг | 21 |
| | Алтанширээ | 27 |
| | Сайхандулаан | 27 |
| | Нийт | |
| Нийт сумдаас авсан тоо | | 997 |
| Улаанбаатар | Баянгол дүүрэг | 35 |
| | Сонгинохайрхан дүүрэг | 38 |
| | Баянзүрх дүүрэг | 42 |
| | Чингэлтэй дүүрэг | 43 |
| | Сүхбаатар дүүрэг | 42 |
| | Хан-Уул дүүрэг | 40 |
| | Налайх дүүрэг | 39 |
| | Багахангай дүүрэг | 37 |
| | Багануур дүүрэг | 38 |
| | Алслагдсан захын байршилүүд | ХУД-Өлзийт хороолол |
| ХУД-Шувуун фабрик | | 32 |
| ХУД-Био комбинат | | 37 |
| СХД-Партизан | | 33 |
| СХД-Найрамдал | | 33 |
| БЗД-Гацуурт | | 32 |
| Нийт Улаанбаатар хотоос авсан судалгааны тоо | | 553 |
| Нийт | | 1550 |

Энэхүү судалгааны хүрээнд:

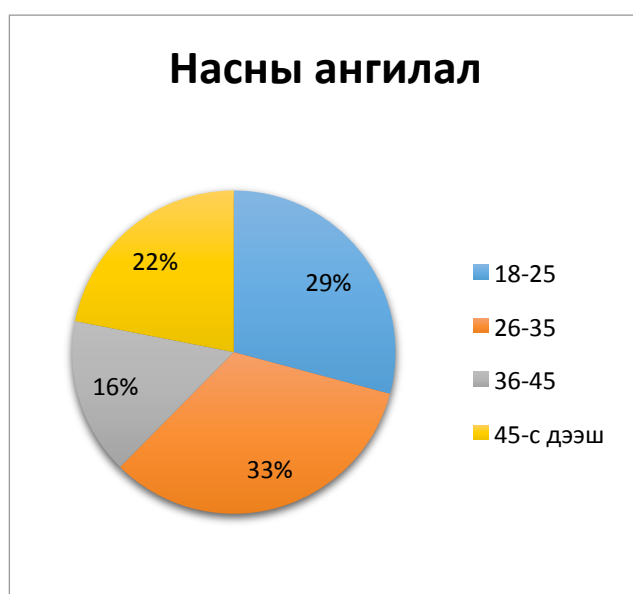
1. Иргэдийн мэдээлэл, харилцаа холбооны технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдлын судалгааны хүрээлэлд. Нийт 415 иргэн оролцсон бөгөөд үүний 135 хот, 280 хөдөө орон нутгаас байна

2. Насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгчдийн зан төлвийн хандлагын судалгааны хүрээлэлд. Нийт 307 иргэн оролцсон бөгөөд үүний 170 хот, 137 хөдөө орон нутгаас байна
3. Иргэдийн контентийн хэрэглээний талаарх судалгааны хүрээлэлд. Нийт 416 иргэн оролцсон бөгөөд үүний 148 хот, 268 хөдөө орон нутгаас байна
4. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний талаарх судалгааны хүрээлэлд. Нийт 412 иргэн оролцсон бөгөөд үүний 100 хот, 312 хөдөө орон нутгаас байна

Хэрэглэгчийн судалгаа

5.2 Иргэдийн мэдээлэл, харилцаа холбооны технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдлын судалгаа:

График 2

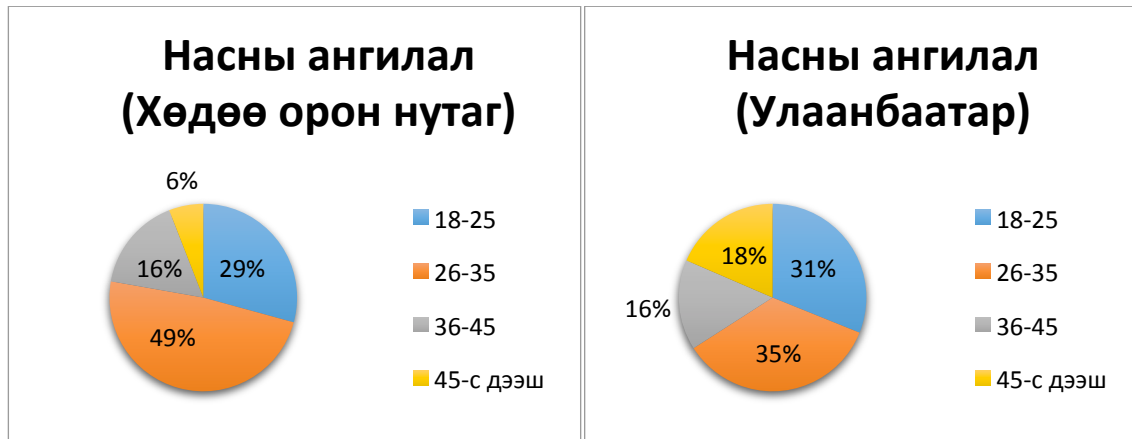


Дүгнэлт

Судалгаанд нийт 415 иргэд оролцсон бөгөөд иргэдийн насны ангилалаас харахад залуучууд буюу 18-25, 26-35 насны иргэд дийлэнх 29-33 хувь буюу 212 иргэд байна.

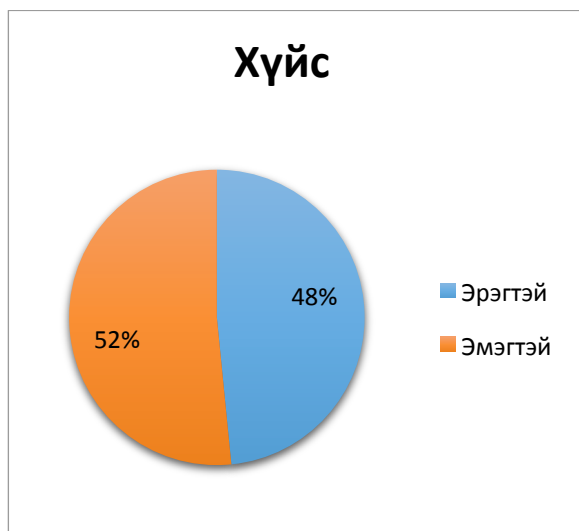
Үүнээс хөдөө орон нутагт 280 хэрэглэгч судалгаанд хамрагдсан бөгөөд Улаанбаатар хотын хувьд 135 хэрэглэгч хамрагдсан байна. Хамрагдсан иргэдийн насны ангилалыг графикаар харуулхад:

График 3



Бид судалгаанд оролцогчдийн хүйсийн харьцааг ойролцоо түвшинд байхаар тооцож үзсэн бөгөөд графикаар харуулхад:

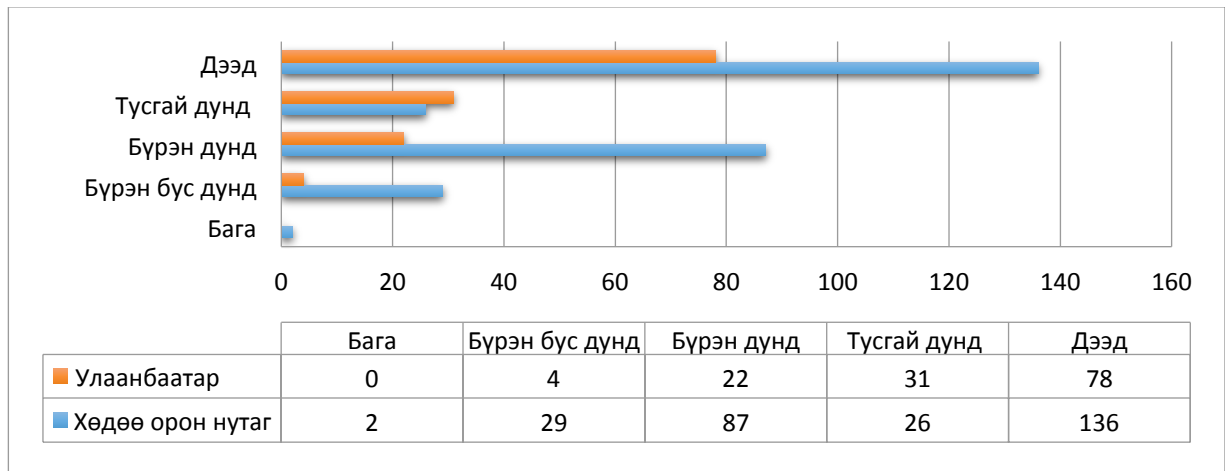
График 4



Боловсролын түвшин.

Судалгаанд оролцогчдын боловсролын түвшинг Улаанбаатар хот болон хөдөө орон нутагаар ангилан графикаар харуулхад:

График 5

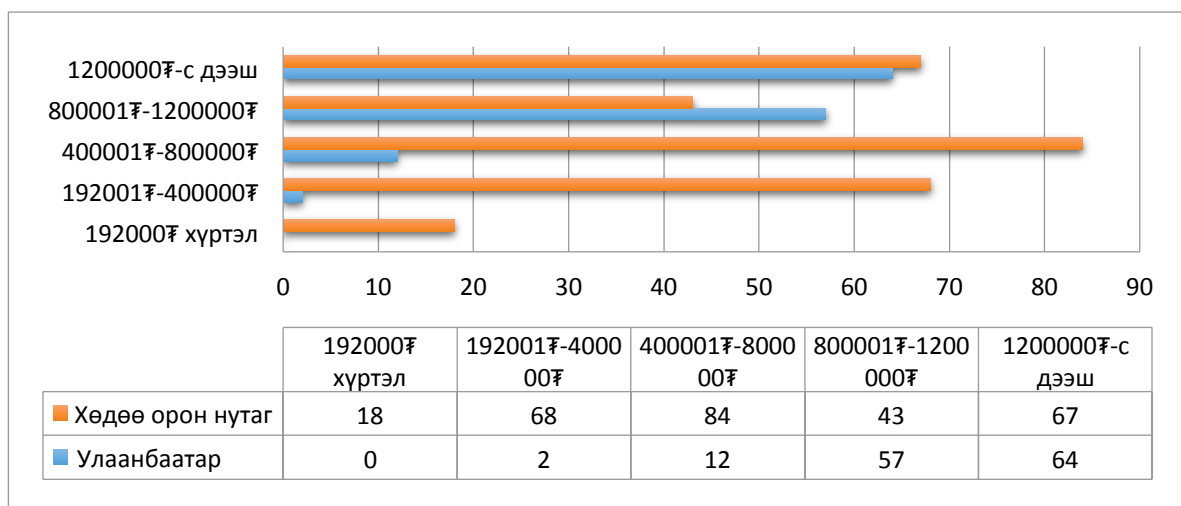


Графикаас хархад судалгаанд оролцогчдын дийлэнхи хувийг дээд боловсролтой иргэд эзэлж байгаа бөгөөд боловсролын түвшин харьцангуй өндөр иргэд хамрагдсан нь харагдаж байна.

Өрхийн орлогын түвшин.

Уг судалгааны хэрэглэгчдийн өрхийн орлогын түвшинг графикаар харуулхад:

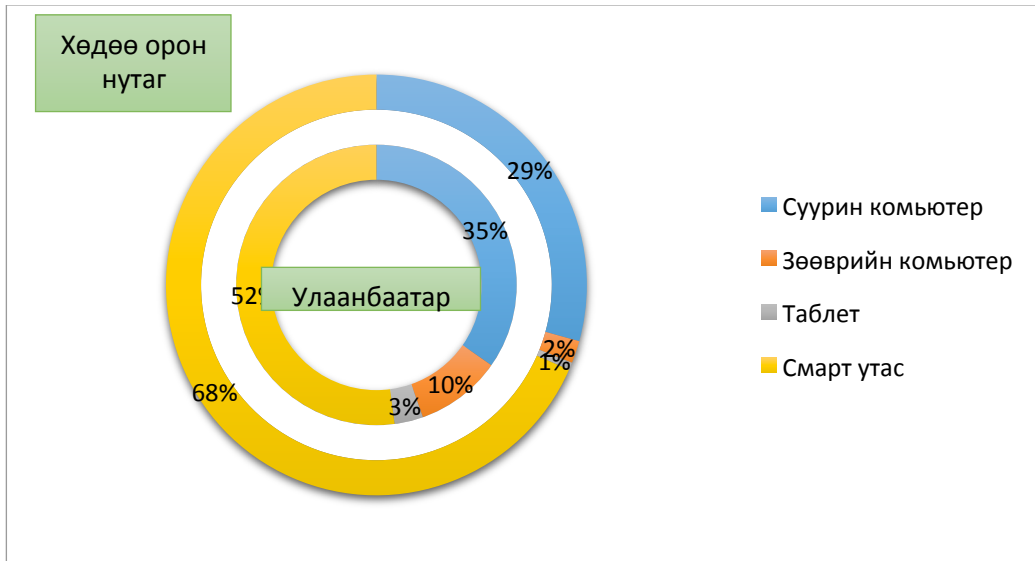
График 6



Хөдөө орон нутаг болон Улаанбаатар хотын уг судалгаанд оролцсон иргэдийн өрхийн орлогын түвшин нь дундаж болон дундажаас дээгүүр бүлэгийн хүмүүс 47хувь байна.

Интернет хэрэглэгчдийн ихэвчлэн хэрэглэдэг төхөөрөмж:

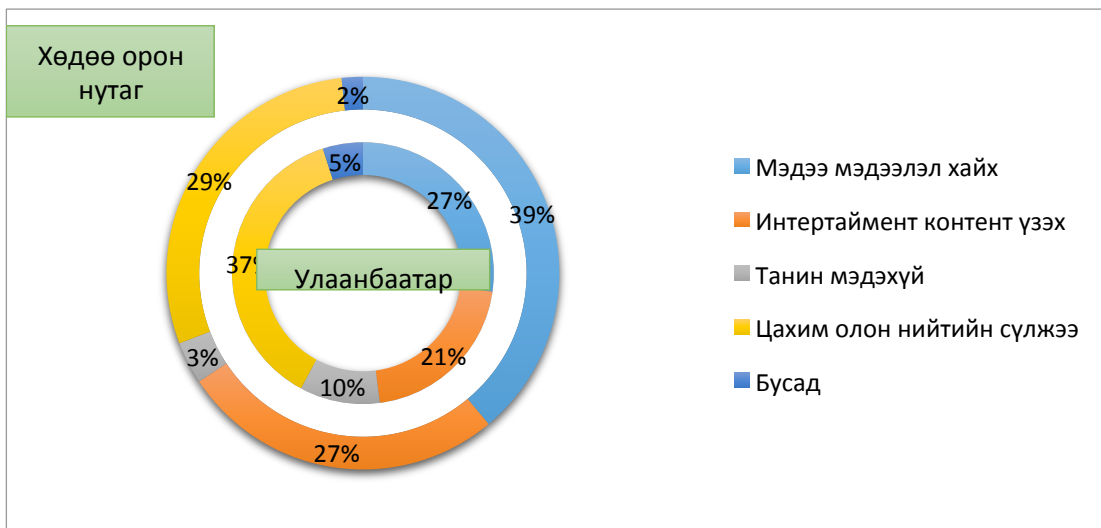
График 7



Энэхүү үзүүлэлтээс хот болон хөдөө орон нутагийн хэрэглэгчидийн 50-с дээш хувь смарт утас ашиглан интернетэд холбогддог болох нь харагдаж байна.

Хэрэглэгчдийн интернет ашиглах зориулалт:

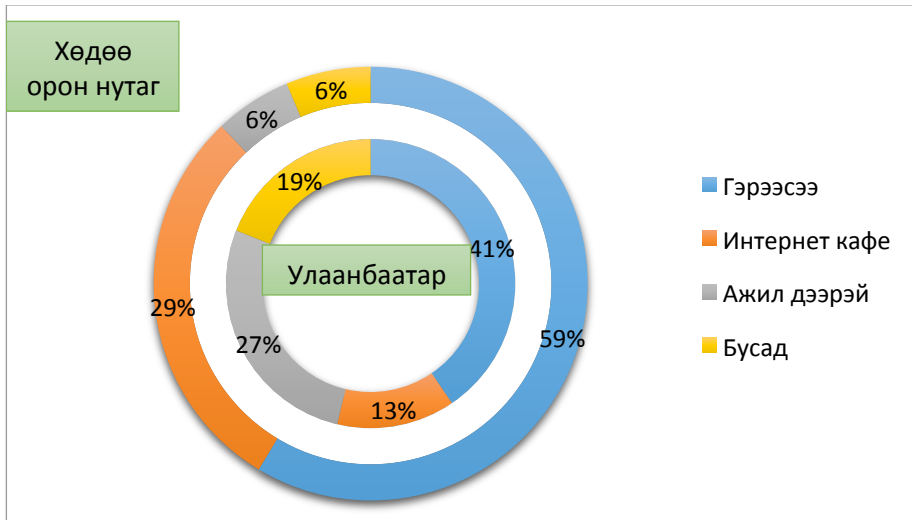
График 8



Хот хөдөө орон нутагийн хэрэглэгчидийн интернет ашиглагчдын 66 хувь цахим олон нийтийн сүлжээ болон мэдээ мэдээлэл хайхад зориулан ашиглаж байгаа бол интертаймент контент үзэгчид 24 хувь эзэлж байгаа нь харагдаж байна.

Интернет хэрэглэгчидийн орчин:

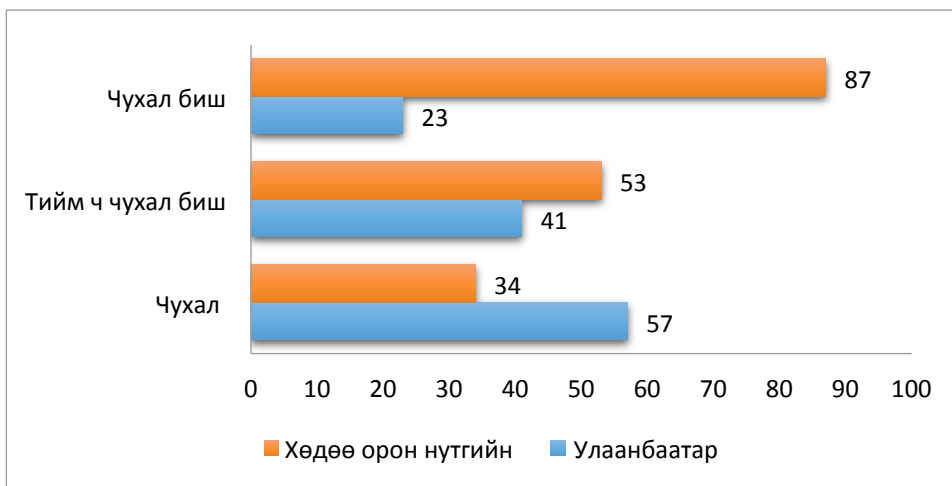
График 9



Хөдөө орон нутагын судалгаанд оролцогчдын дийлэнх буюу 59 хувь нь гэрээсээ интернет хэрэглэж байна. Улаанбаатар хотын хувьд мөн гэрээсээ интернет хэрэглэгчид 41%-ийг эзэлж байгаа нь иргэд ихэвчлэн гэрээсээ интернет хэрэглэдэг нь харагдаж байна.

Интернетийн хэрэглээ нь иргэдийн амьдралд хэр чухал байр суурь эзэлж байгаа талаар:

График 10

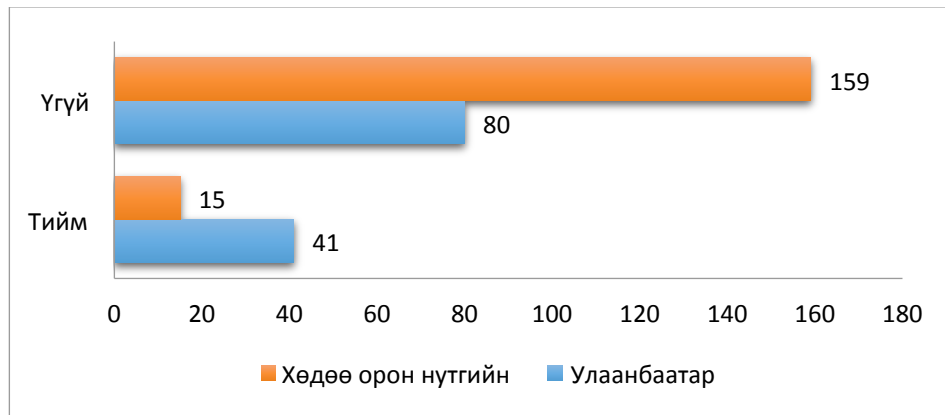


Уг асуулганд хариулсан хөдөө орон нутгийн хэрэглэгчдийн 50% нь чухал биш гэсэн хариулт өгсөн бол харин Улаанбаатар хотын хэрэглэгчдийн өгсөн судалгаагаар 57 иргэд буюу 52 хувь нь чухал гэсэн хариулт өгжээ. Үүнээс

дүгнэхэд хөдөө орон нутгийн хэрэглэгчдийн олонх хувь нь интернетийн үр ашиг болон боломжийн талаар төдийлөн сайн ойлголтгүй байгаа нь харагдаж байна.

Мэдээ мэдээлэлийн контент агуулсан утасны апплейшн ашигладаг талаар:

График 11



Уг судалгааны асуултаар иргэдийн дунд Монгол улсын хэмжээнд хамгийн өргөн хүрээнд ашиглаж байгаа хөдөлгөөнт интернетийг ашиглан смарт утасаараа мэдээ мэдээлэлийг цаг алдалгүй унших боломжийн талаар мэдээлэлтэй байдаг эсэхийг харуулахыг зорьсон бөгөөд судалгаа өгсөн иргэдийн 91% нь тус боломжийг ашигладаггүй болох нь харагдаж байна.

5.3 Насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгчдийн зан байдлын хандлагын судалгаа:

Судалгаанд ерөнхий боловсролын сургуулийн 4-12-р ангийн сурагчид болон МСҮТ-ийн сурагчидыг хамаруулсан ба уг судалгаагаар цахим орчинд өсвөр үеийн хүүхэд залуучууд хувийн мэдээлэлээ хамгаалах мэдээлэл байгаа эсэх цахим орчинд эрх нь зөрчигдвөл хаана хэнд хандах, интернетийн зүй зохистой хэрэглээний талаар ойлголт байгаа талаар мэдээлэл цуглуулсан бөгөөд хөдөө орон нутгийн 137 Улаанбаатар хотын 170 нийт 307 хүүхэдийн дунд явууллаа.

Насны ангилалын хувьд 10-13 насныхан 48%-ийг эзэлж байгаа бол 13-17 насныхан 52%-ийг эзэлж байна.

График 12



Хүйсийн харьцаа

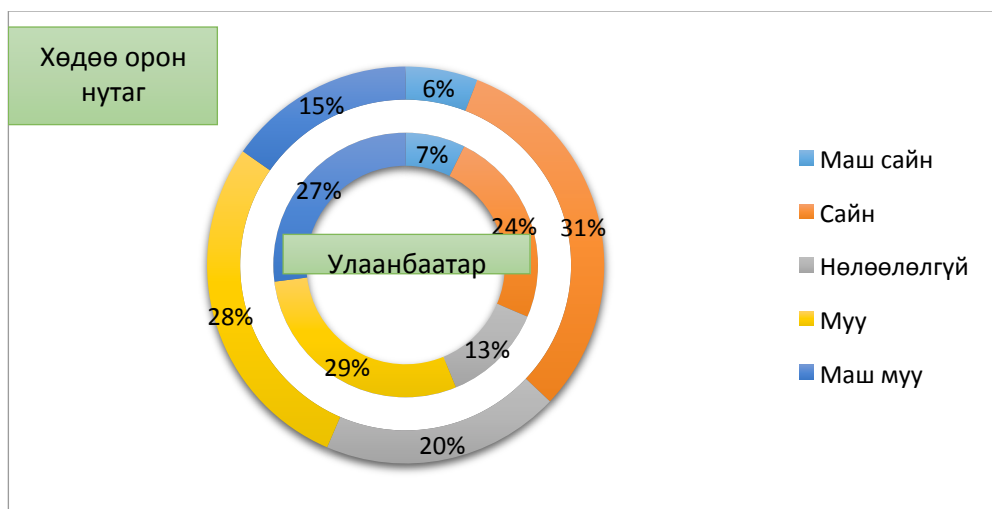
Судалгаанд оролцсон хүүхэдүүдийн хүйсийн харьцааг ойролцоо түвшинд байлгахыг зорьсон ба 59% эмэгтэй 41%-ийг эрэгтэй хүүхдүүд эзэлж байна

График 13



Таны ойр орчимын хүмүүст интернетийн хэрэглээ зан төлөвт нь ямар байдлаар нөлөөлж байна вэ?

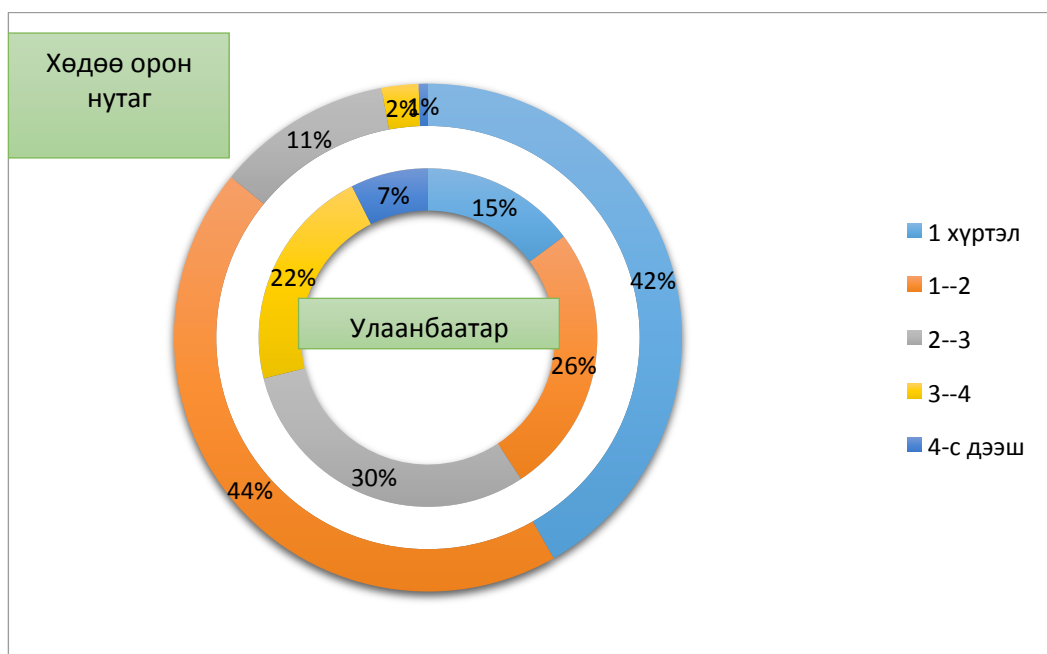
График 14



Уг асуулгаас хархад хүүхдүүдийн дунд интернетийн хэрэглээ тэдгээрийн зан төлөвт муугаар нөлөөлдөг болох нь санал асуулгын 50%-г эзэлж байгаагаар харагдаж байна.

Та өдөрт хэдэн цагийг интернетэд зарцуулдаг вэ?

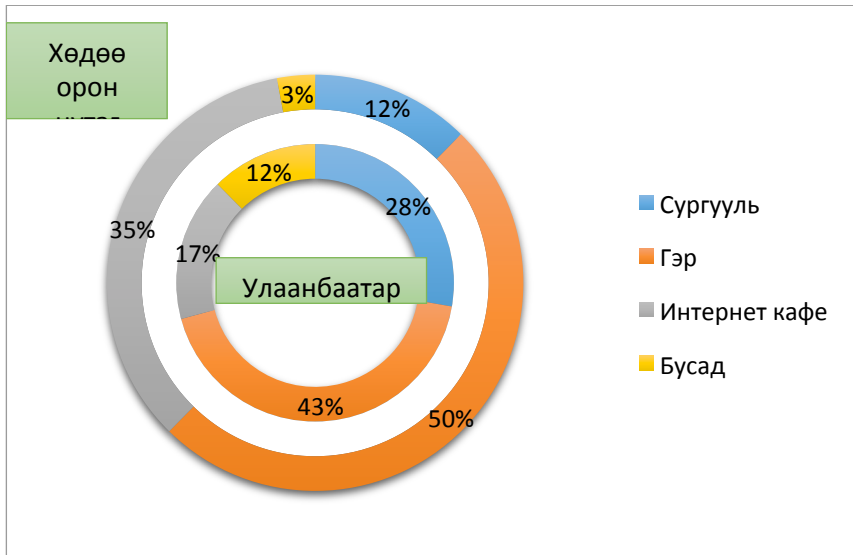
График 15



Уг асуулгад хөдөө орон нутгийн сурагчидын 42% нь 1цаг хүртэл интернет ашигладаг 44 хувь нь 1-2 цагийг интернетэд зарцуулдаг гэсэн хариулт өгсөн бөгөөд Улаанбаатар хотын хувьд 30% нь 2-3 цаг, 26% нь 1-2 цагийг ихэвчлэн интернетэд өнгөрүүлдэг болох нь харагдаж байна.

Та хамгийн их хаана интернет ашигладаг вэ?

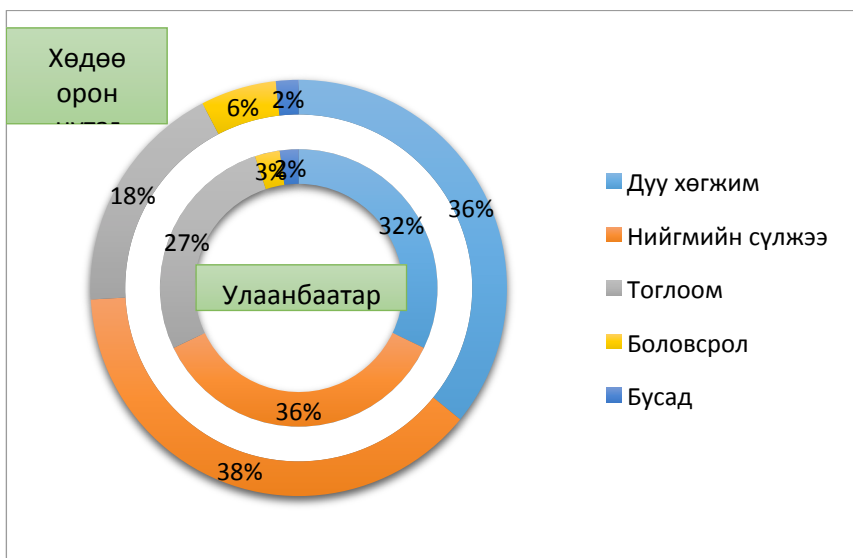
График 16



Судалгаанд оролцсон хөдөө орон нутгийн хүүхдүүдийн 50 хувь нь гэрээсээ ашигладаг гэсэн хариулт өгсөн бол 35 хувь нь интернет кафе суудаг гэсэн хариулт өгсөн харин Улаанбаатар хотын хувьд 43 хувь нь буюу дийлэнх нь гэрээсээ интернетэд холбогддог байна.

Та цахим сүлжээнээс ямар төрлийн мэдээлэл ихэвчлэн авдаг бас оруулдаг вэ?

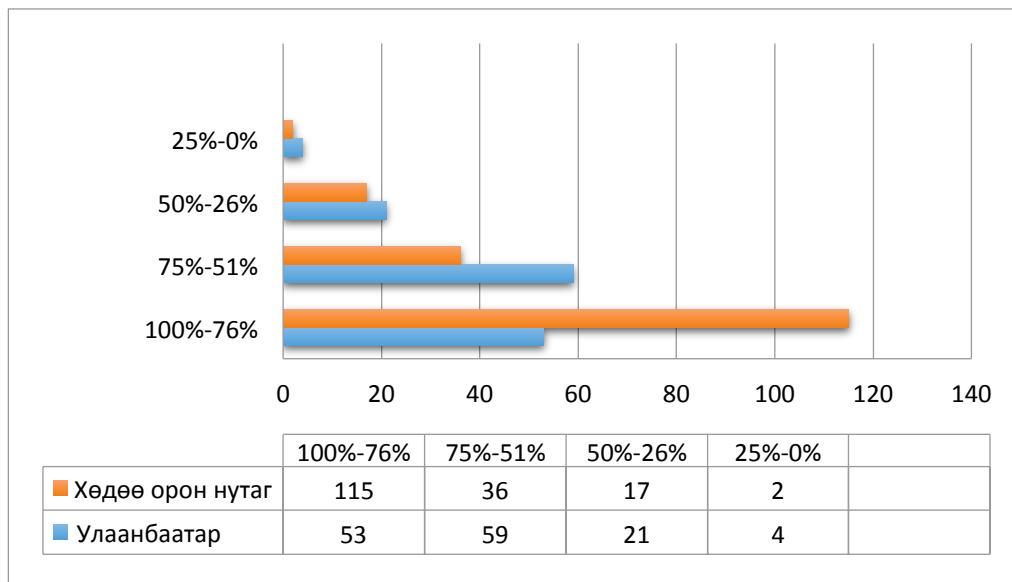
График 17



Судалгаанд оролцогчидын асуулгын хариултаас хархад Улаанбаатар хотын болон хөдөө орон нутгийн сурагчидын дунд дуу хөгжим болон нийгмийн сүлжээг идвэхитэй ашиглах хандлагатай байгаа нь уг асуулгын 68-74%-ийг эзэлж байгаагаас харагдаж байна.

Та ямар нэг сайтад бүртгүүлэхдээ өөрийн мэдээлэлийг хэр бодиттой бичдэг вэ?

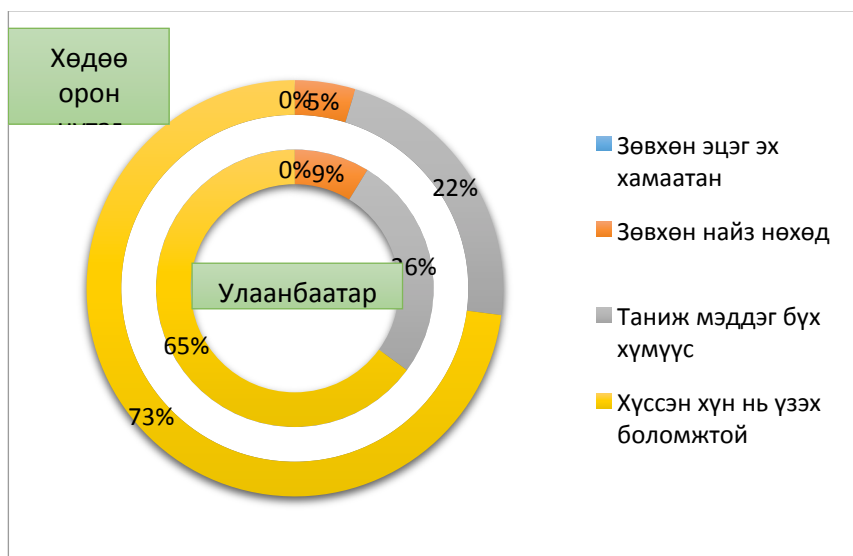
График 18



Судалгаанаас хархад ихэвчлэн Улаанбаатар хотын хувьд өөрийн мэдээллээ 75-51%-ийн бодитой бичдэг болох нь харагдаж байна харин хөдөө орон нутгийн хэрэглэгчдээс хархад мэдээллээ бодитой бичих хандлага өндөр буюу 76% байна.

Таны мэдээллийг бусад хүмүүс олж үзэх боломжтой юу?

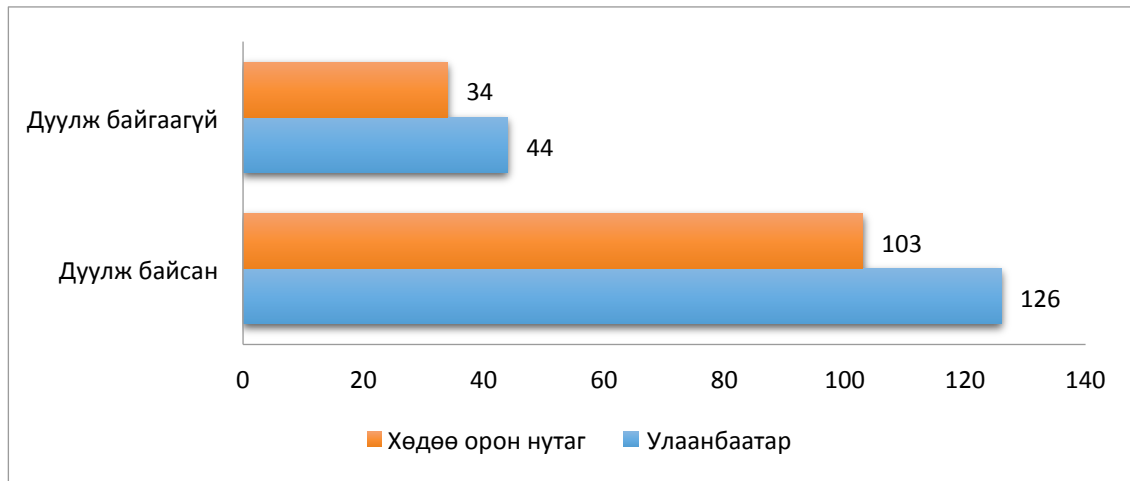
График 19



Судалгаанд оролцогчдийн зүгээс байршилаас үл хамааран хот, хөдөө орон нутгийн иргэд цахим орчинд өөрсдийн мэдээллээ асуулганы 69% нь буюу ихэнх хүмүүс хүн бүхэн үзэж болохуйц хувийн мэдээллээ нийтэд ил болгодог болох нь харагдаж байна.

Та цахим гэмт хэрэг юунаас үүдэлтэй гарж байсан талаар олж дуулж байсан уу?

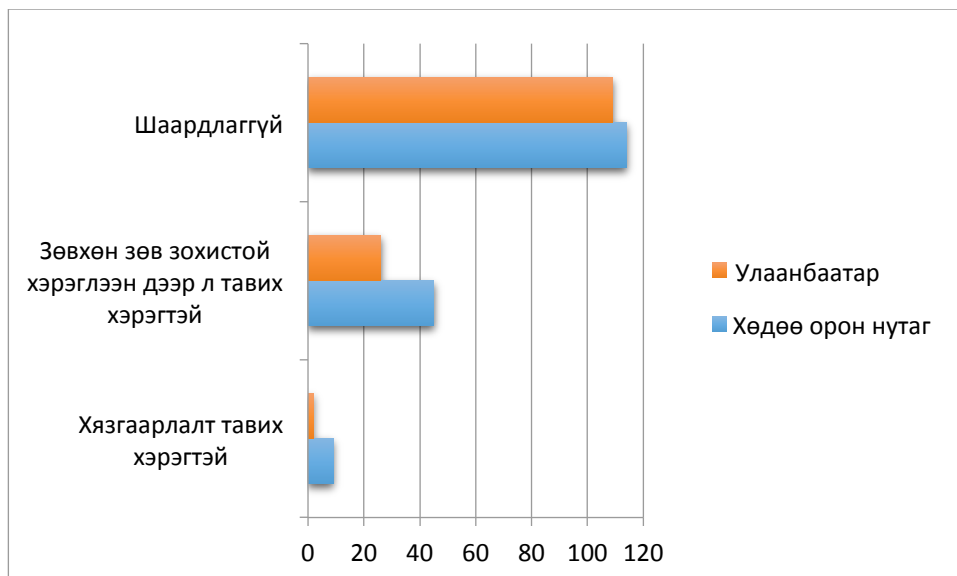
График 20



Тус асуулгаар сурагчидын дунд цахим гэмт хэрэг нь ямар эх үүсвэрээс болж үүсэж байгаа талаар мэдээлэл сонсож байсан эсэхийг тодруулхад хот, хөдөө орон нутгийн 75%- сонсож байсан гэсэн хариултийг сонгосон бөгөөд тодорхой мэдээлэлтэй байдаг гэж харж болхоор байна.

Интернетийн хэрэглээн дээр хуулиар хязгаарлалт тавьж өгөх хэрэгтэй гэж боддог уу?

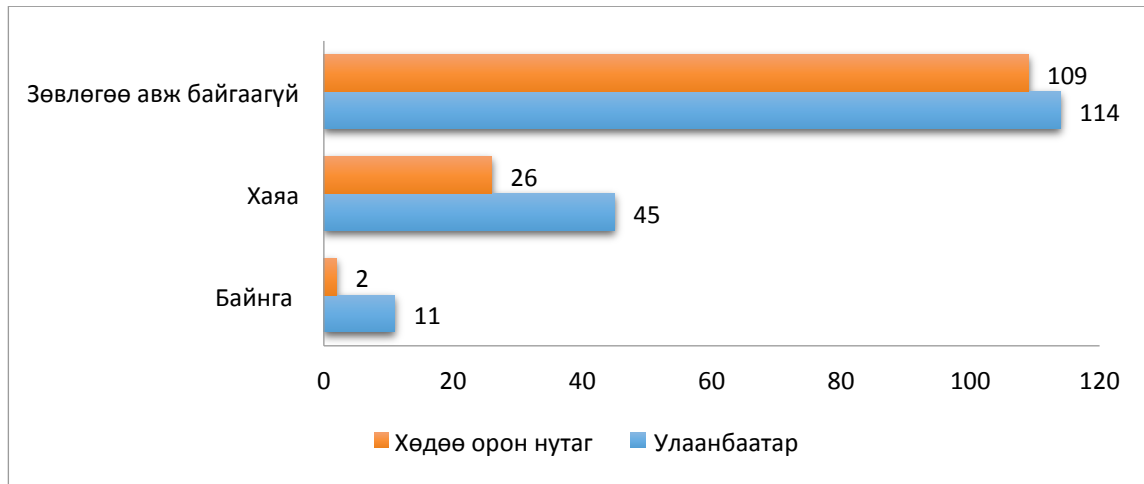
График 21



Уг асуулгаар өсвөр насны хүүхэдүүдийн интернетийн хэрэглээнд түүний аюулгүй байдлыг хангах зорилгоор тодорхой хэмжээний хязгаарлалт тавих хэрэгтэй эсэх талаар санал асуулга явуулхад өсвөр насны хүүхдүүд 80 % эсэргүүцэж байгаа нь харагдаж байна.

Та эцэг, эх, багш нараасаа интернетийн талаар зөвлөгөө авж байсан уу?

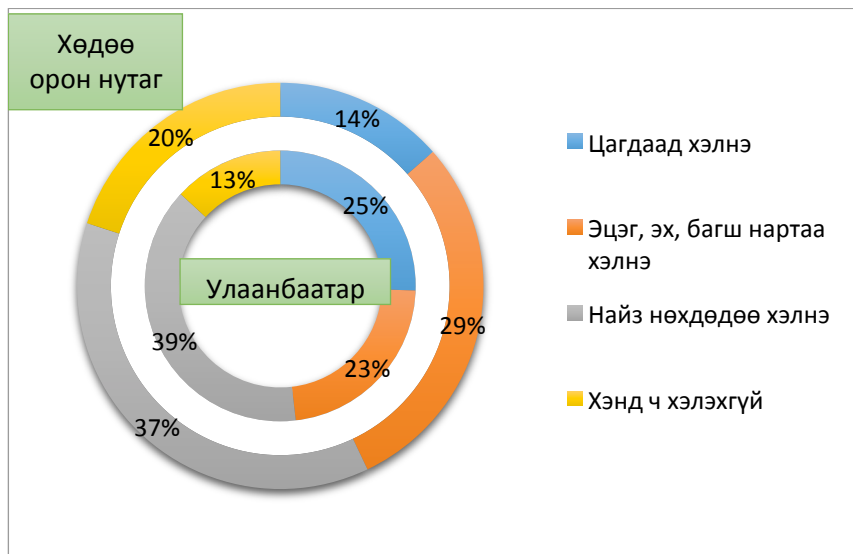
График 22



Судалгаанд оролцсон сурагчидын хувьд интернетийн зүй зохистой хэрэглээний талаар зохих ёсны зөвлөгөө авч байсан талаар асуулга явуулхад хөдөө орон нутаг болоод Улаанбаатар хотын сурагчидын 73% нь зөвлөгөө авж байгаагүй гэсэн хариулт өгсөн тул сурагчидын дунд тус мэдээллээр дутмаг байгаа нь харагдаж байна.

Хэрэв танд цахим орчинд эрх чинь зөрчигдөх тохиолдол гарвал яах вэ?

График 23



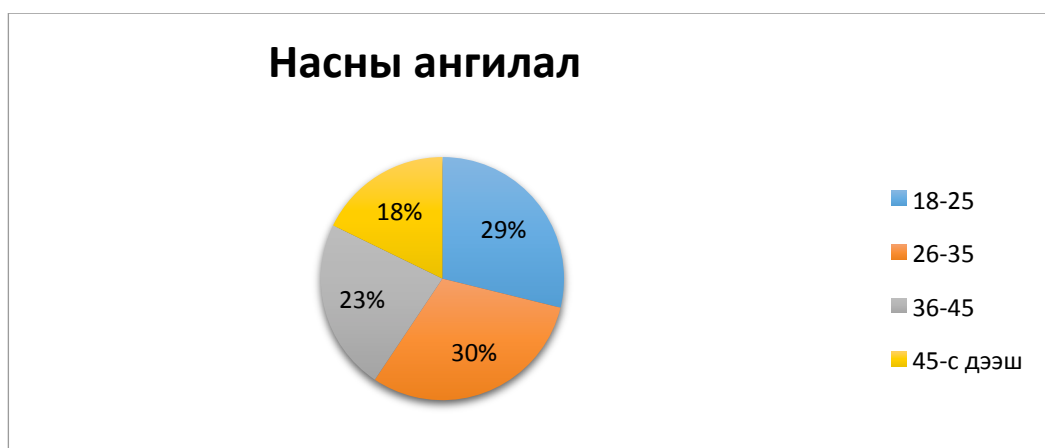
Тус судалгаагаар цахим орчинд өсвөр насны хүүхдүүдийн үндсэн эрх зөрчигдсөн тохиолдолд ямар арга хэмжээ авах талаар асуулга явуулхад хот хөдөө орон нутгийн хүүхдүүдийн дундажаар 20% нь цагдаад хандах болохоо илэрхийлсэн байна. Үүнээс дүгнэн хархад цахим орчинд эрх нь зөрчигдсэн

хүүхдүүд өөрсдийн эрхээ хамгаалах мэдлэггүй байгаа нь тодорхой харагдаж байна.

5.4 Иргэдийн контентийн хэрэглээний талаархи судалгаа

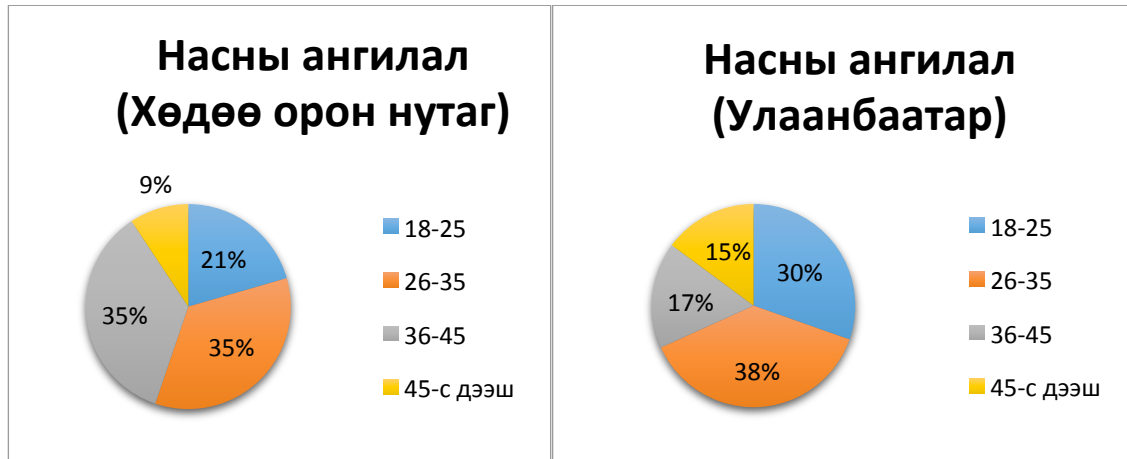
Уг судалгаанд хөдөө орон нутгийн 268 Улаанбаатар хотын 148 иргэд нийт 416 хэрэглэгчдийг хамаруулсан бөгөөд тус судалгаагаар иргэдийн дунд ихэвчлэн ямар төрлийн контентийг түлхүү сонирхож байгаа цаашид ямар төрлийн контентийн эрэлт их байгаа, мөн үндэсний контентийн эрэлт хэрэгцээ шаардлага иргэдийн дунд ямар түвшинд байгаа талаар мэдээлэл цуглуулах зорилготой явуулсан бөгөөд судалгаанд оролцогчдын насны ангилалыг графикаар харуулхад:

График 24



Үүнээс хөдөө орон нутаг болон Улаанбаатар хотыг харьцуулхад хөдөө орон нутагт 26-35 болон 36-45 насныхан тус бүр 35% -тай судалгаанд оролцсон бол Улаанбаатар хотын хувьд залуу үеийн төлөөлөл буюу 18-25, 26-35 насныхан нийт 68%-г хамран оролцсон байна.

График 25



Хүйс

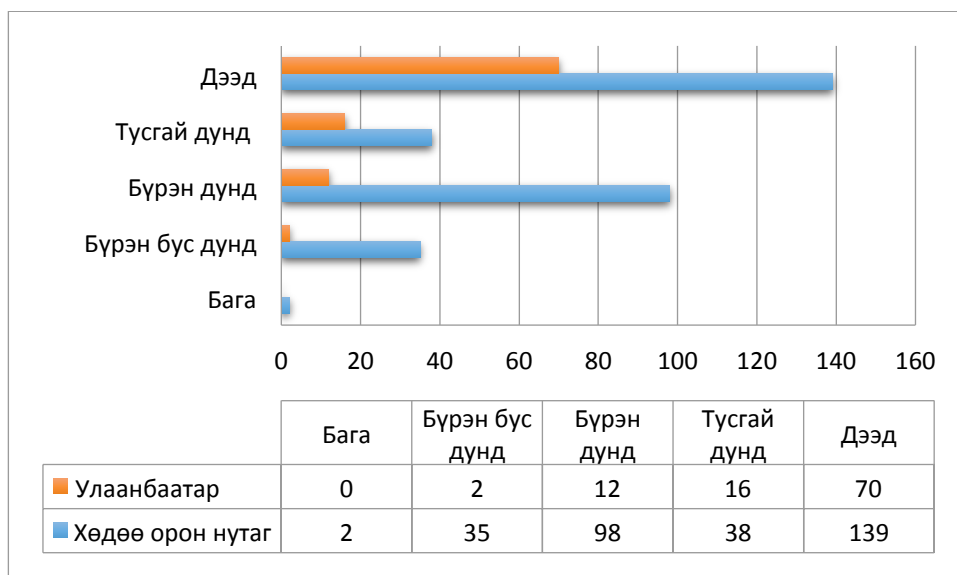
Хүйсийн хувьд мөн ойролцоо байлгахыг зорьсон бөгөөд 48%-нь эмэгтэй 52%-нь эрэгтэй байна.

График 26



Боловсролын түвшин

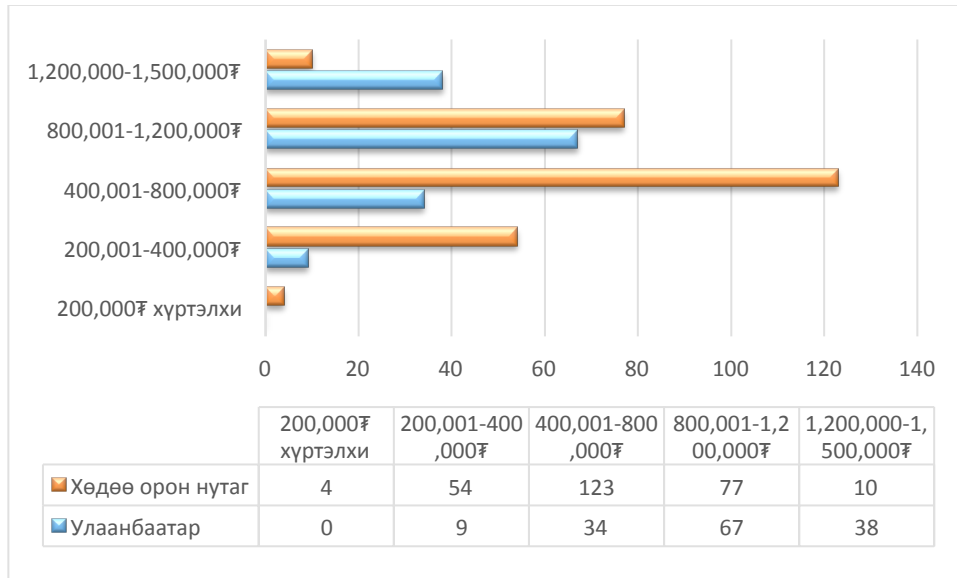
График 27



Графикаас хархад судалгаанд оролцогчдын хувийг 26%-ийг бүрэн дунд 51%-ийг дээд боловсролтой иргэд эзэлж байгаа бөгөөд боловсролын түвшин харьцангуй өндөр иргэд хамрагдсан нь харагдаж байна.

Өрхийн орлого

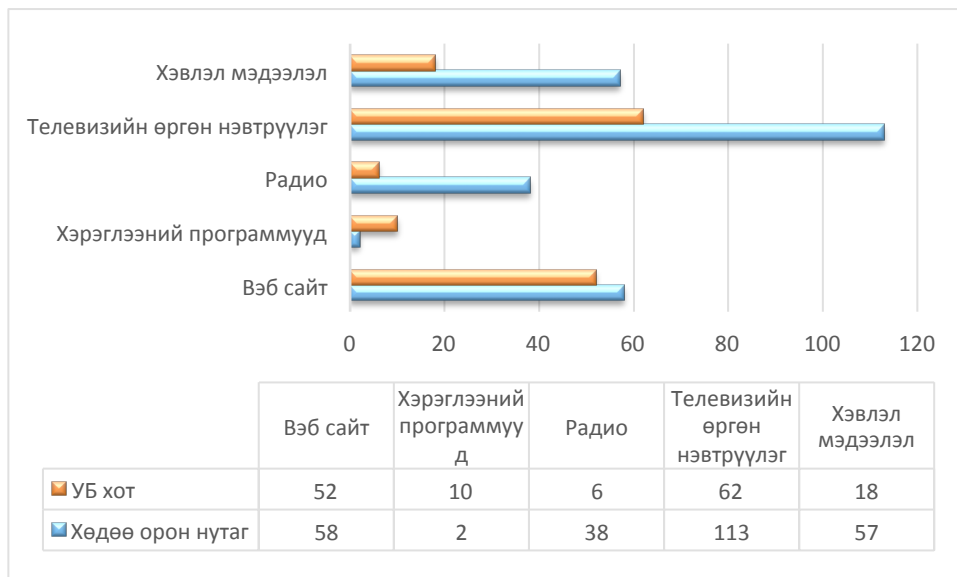
График 28



Хөдөө орон нутаг болон Улаанбаатар хотын уг судалгаанд оролцсон иргэдийн өрхийн орлогын түвшин нь дундаж болон дундажаас дээгүүр бүлэгийн хүмүүс 72% -г эзэлж байна.

Та ихэвчлэн ямар төрлийн сувагаар контент хүлээн авдаг вэ?

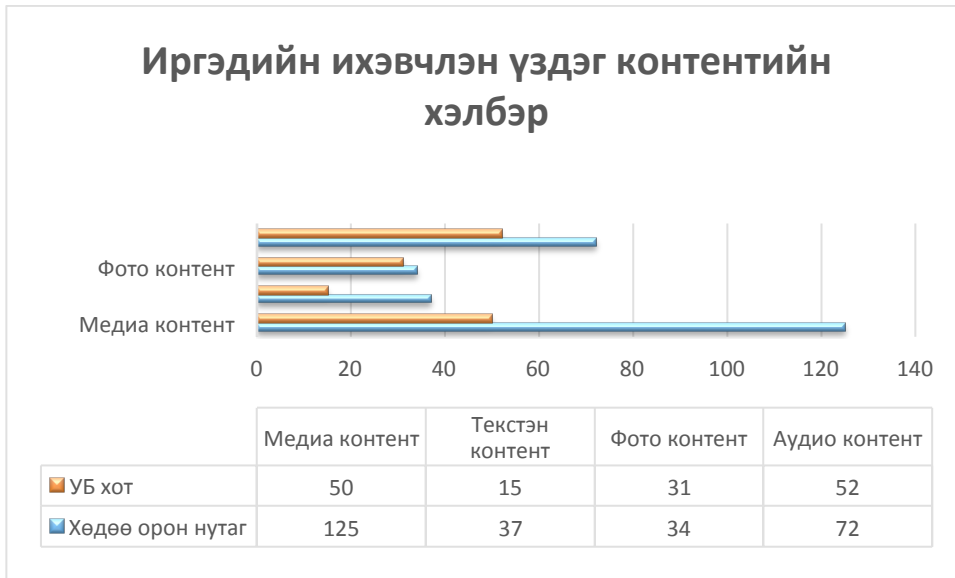
График 29



Тус асуулганд хариулсан иргэдийн дундажаар 68 хувь нь телевизийн өргөн нэвтрүүлэг болоод интернет ашиглан сонирхсон контентоо хүлээн авж байна.Хөдөө орон нутгийн хувьд хэвлэл мэдээлэл болон радиогоор контент хүлээн авдаг гэж судалгаанд оролцогчдыг 22% -нь санал өгсөн байна.

Та ямар хэлбэрийн контентийг ихэвчлэн сонирхож үздэг вэ?

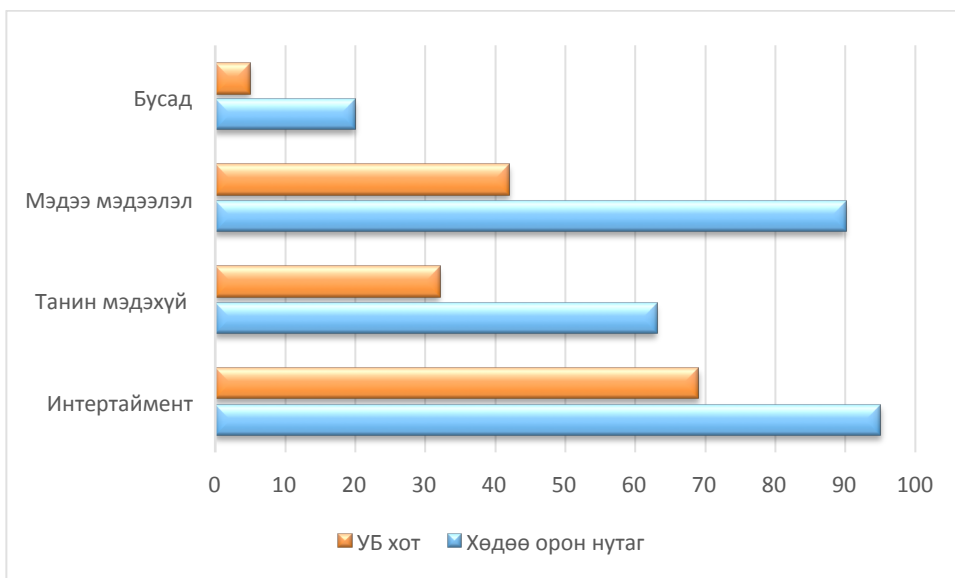
График 30



Энэхүү судалгаанаас хархад иргэдийн дунд медиа контент буюу видео бичлэгийн төрөлийн контент болон аудио төрлийн контентийг 71% нь үздэг болох нь харагдаж байна.

Та цаашид ямар төрлийн контент хүлээн авахыг хүсэж байна вэ?

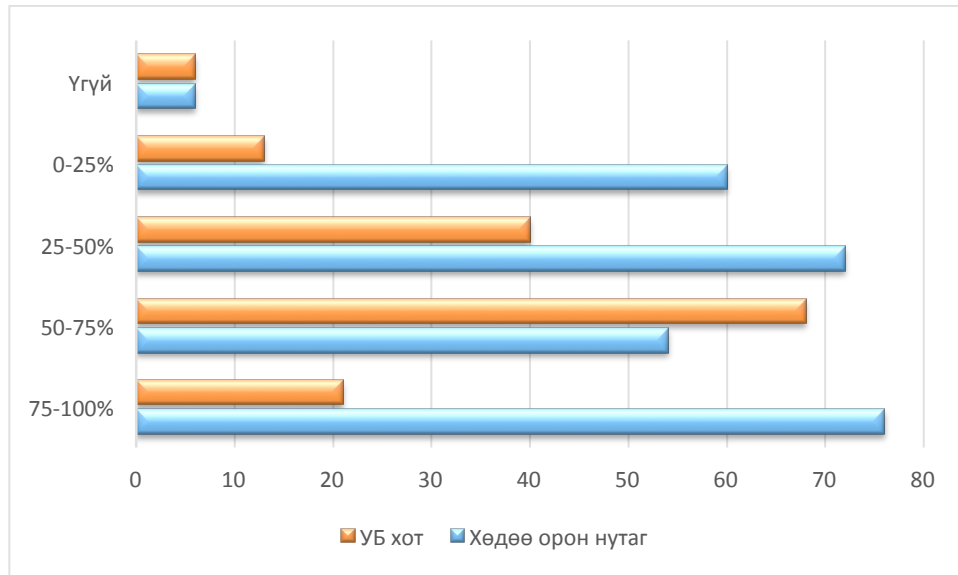
График 31



Асуулганы дүнгээс хархад хөдөө орон нутаг болон хотын хэрэглэгчид цаашид мэдээ мэдээлэлийн интертаймент контентийг 71% нь сонирхож байгаа бөгөөд тус үр дүнд энэ онд гарсан олон нийтийг хамарсан телевизийн өргөн нэвтрүүлэгүүд (“Авъяаслаг монголчууд”, “Яг түүн шиг”) үүнд чухал нөлөө үзүүлсэн болох магадлалтай юм.

Таны сонирхсон төрлийн контент хэрэгцээг тань бүрэн хангаж чадахуйц байдаг уу?

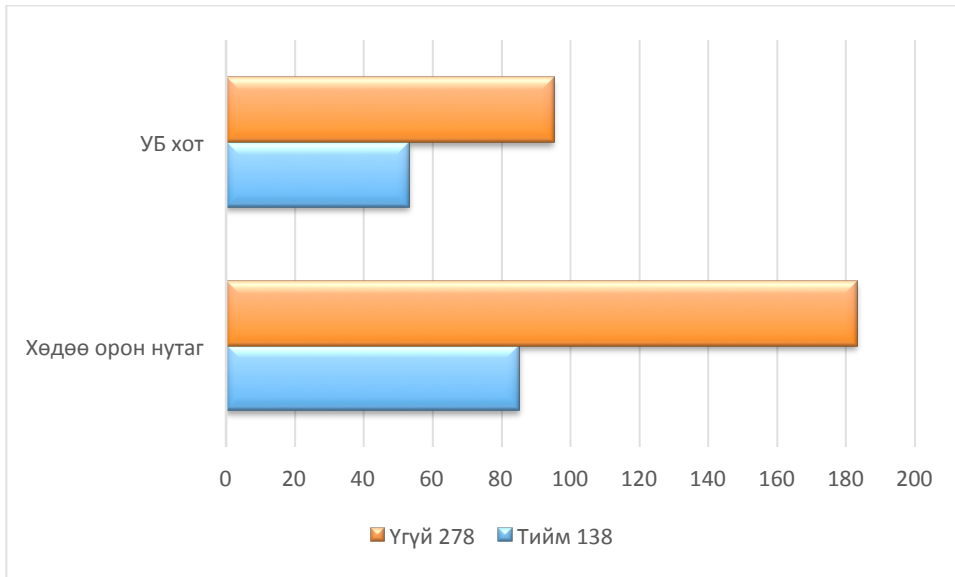
График 32



Уг асуулгаар Улаанбаатар хотын иргэдийн хувьд сонирхсон төрлийн контент нь эрэлт хэрэгцээг нь хангах үзүүлэлт нь дундажаас доогуур байгаа гэж үзэж болхоор байгаа бөгөөд 25-50%-ийн сэтгэл ханамжтай хариулт 30% нь байгаа бол 50-75% сэтгэл ханамжтай хариулт 54 %-г эзлэж байна. Хөдөө орон нутгийн хувьд хангалттай байна гэсэн хариулт өндөр байгаа юм.

Хэрвээ танд нэн чухал шаардлагатай контент байвал та худалдан авхад бэлэн үү?

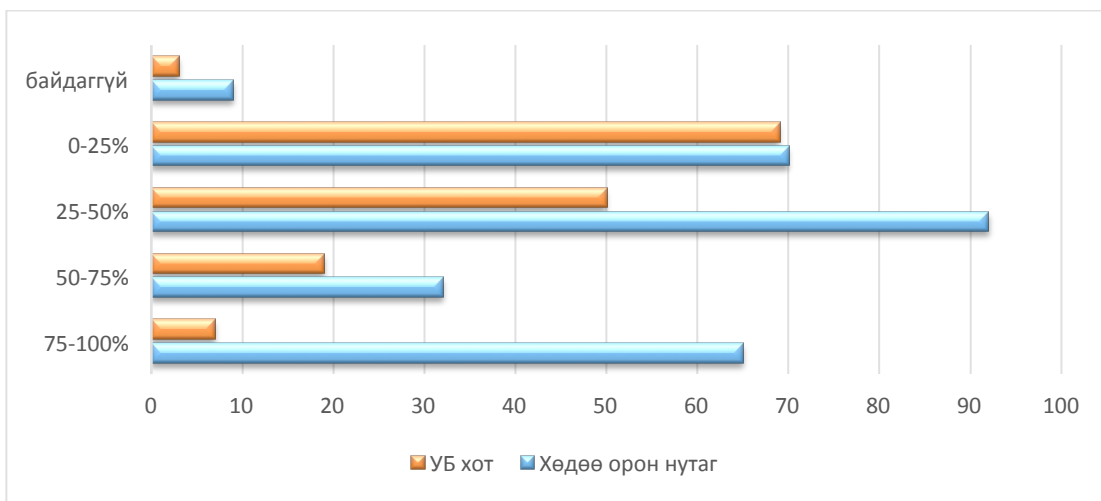
График 33



Уг асуулгаар иргэдийн дунд контент худалдан авах болон зохиогчийн эрхийг дэмжих хандлага ,ёс суртахуун масс иргэдийн дунд хангалтгүй байгаа нь хот, хөдөөгийн хэрэглэгчдийн 66% нь үгүй гэсэн сонголтыг хийсэнээр харагдаж байгаа бөгөөд уг талын мэдлэг мэдээлэл иргэдийн дунд дэлгэрүүлэх хэрэгтэйг харуулж байна.

Таны сонирхож буй контентуудын хэдэн хувь нь үндэсний контент байдаг вэ?

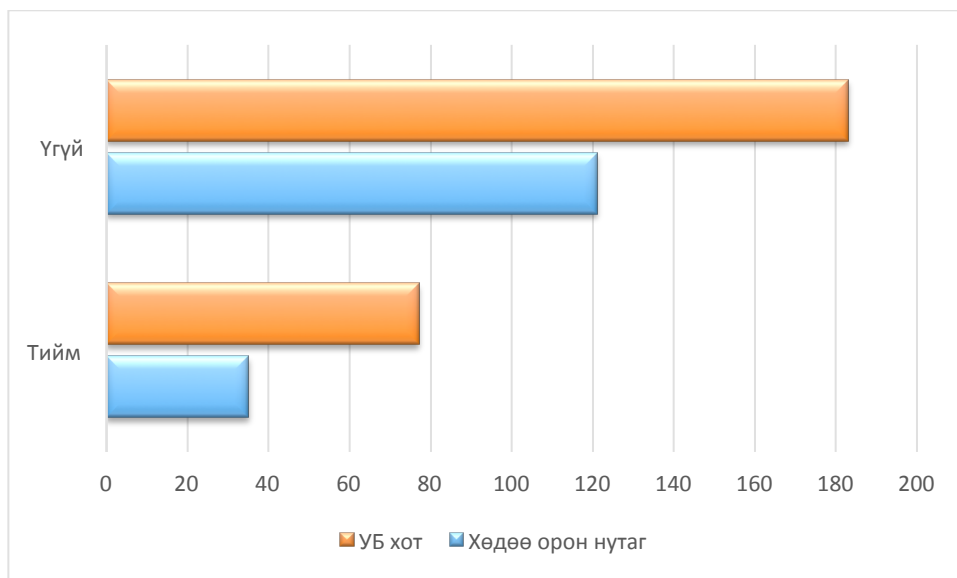
График 34



Иргэдийн дунд үндэсний контент нь өөрийн үзэж буй контентийн дунд хэдэн хувийг эзэлж байгаа талаар асуулга явуулхад хөдөө орон нутаг Улаанбаатар хотын иргэдийн дунд 67% -нь 0-25%, 25-50%-ийн дүнг сонгосон байгаа нь хангалтгүй үр дүнг харуулж байгаа бөгөөд үндэсний контентийн эрэлт хэрэгцээ, зах зээл цаашид өндөр байгааг харуулж байна.

Та ямар нэгэн контент худалдаж авж байсан удаа бий юу?

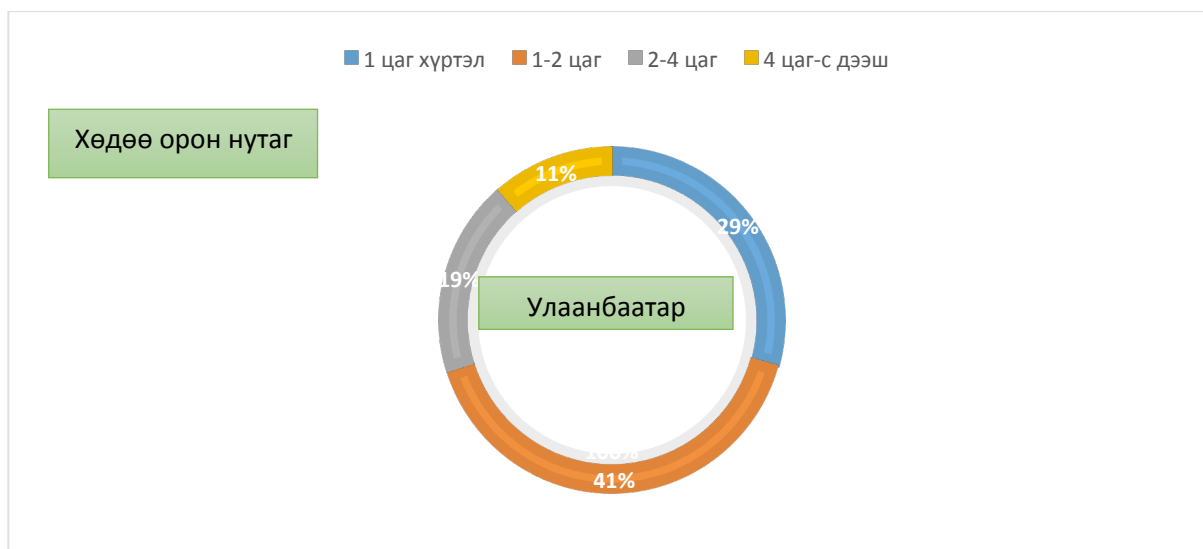
График 35



Тус асуулгын дүнгээс хархад хот хөдөөгийн иргэдийн дунд контент худалдан авах хандлага нь 73% нь үгүй гэсэн хариулт сонгосноор хангалтгүй үзүүлэлтийг харуулж байгаа бөгөөд манай улсын хувьд зохиогчийн эрх зөрчсөн ямар нэг контент нийтлэг тархсан түүнийг зохицуулах хууль эрх зүйн орчины хяналт сул байдаг байдал өндөр нөлөө үзүүлж байна.

Та өөрийн сонирхсон контентод өдөрт хэр их хугацаа зарцуулдаг вэ?

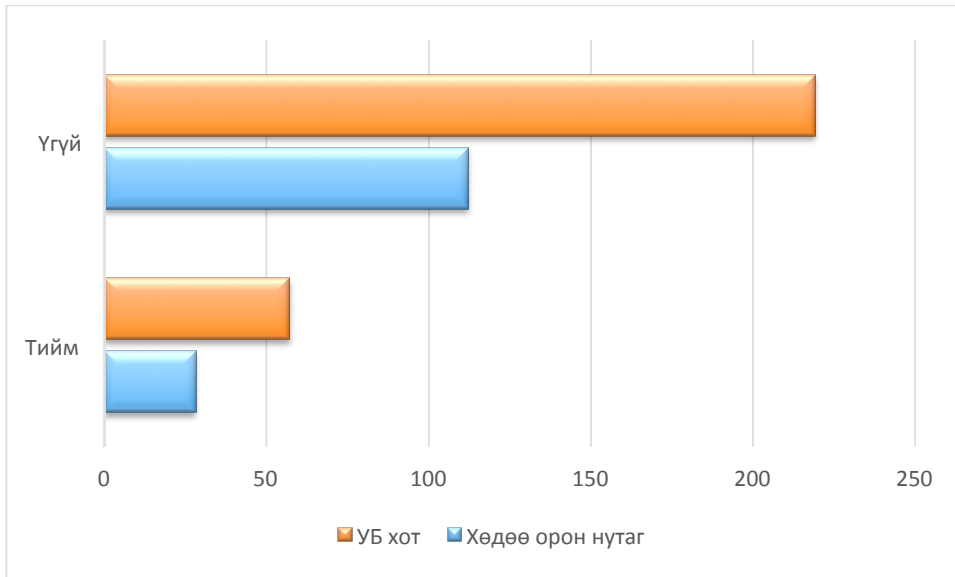
График 36



Масс иргэдийн дунд контентийн төрөлд өдөрт зарцуулах хугацаа нь хот хөдөөгийн байршиллын хувьд үл харгалзан дундажаар 37% нь 1-2 цагийн зарцуулж байгаа нь асуулганы графикаас харагдаж байна. Энэ нь ихэвчлэн медиа контент болон аудио контент түлхүү хэрэглэж байгаа бөгөөд телевизийн өргөн нэвтрүүлэгүүд түлхүү үздэгтэй холбоотой байна.

Танд интернетийн зохистой хэрэглээний тухай мэдээлэл бий юу?

График 37



Уг асуулгаар хэрэглэгчдийн дунд интернетийн зүй зохистой хэрэглээний ойлголт хот, хөдөөгийн хэрэглэгчдийн дунд 79% нь “үгүй” сонголтийг сонгосноор харагдах ба маш доогуур үзүүлэлттэй байгаа нь иргэдийн дунд энэ талын мэдээлэл сургалт доогуур байгаа нь харагдаж байгаа юм.

Та тус мэдээлэлийг ямар сувагаар олж авж байсан бэ?

График 38



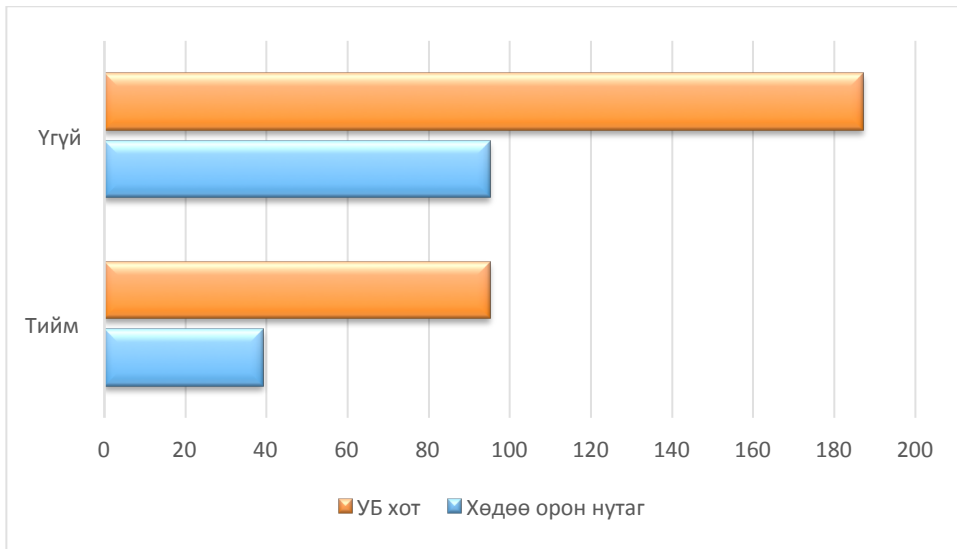
Тус асуулгад

“Танд интернетийн зохистой хэрэглээний тухай мэдээлэл бий юу?”

асуулгад “Тийм” хариулт өгсөн хэрэглэгчдээс тус мэдээлэлээ ямар сувагаар олж авсан тухай асуулга явуулхад хот хөдөөгийн хэрэглэгчдийн дунд цахим орчиноос болон мэдээллийн хэрэгсэлүүдээс Улаанбаатар нь авдаг болох нь харагдаж байгаа бөгөөд зүй зохистой хэрэглээний талаар мэдээлэлийн сургалт, мэдээлэл түлхүү явуулах хэрэгтэй байгаа нь харагдаж байна.

Та цахимаар ямар нэг төлбөр тооцоо хийж байсан уу?

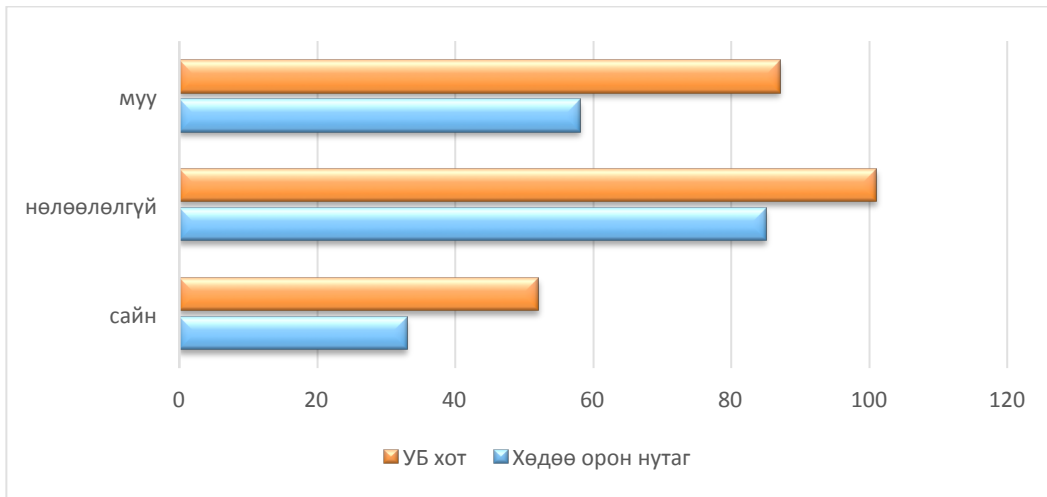
График 39



Цахимаар төлбөр тооцоо хийж байсан тухай иргэдийн асуулгад хот, хөдөөгийн дунд хийж байгаагүй иргэдийн тоо хийж байсан иргэдээс ойролцоогоор 2 дахин их байна.

Таны ойр орчимын хүмүүсд цахим орчины мэдээлэл яаж нөлөөлж байна вэ?

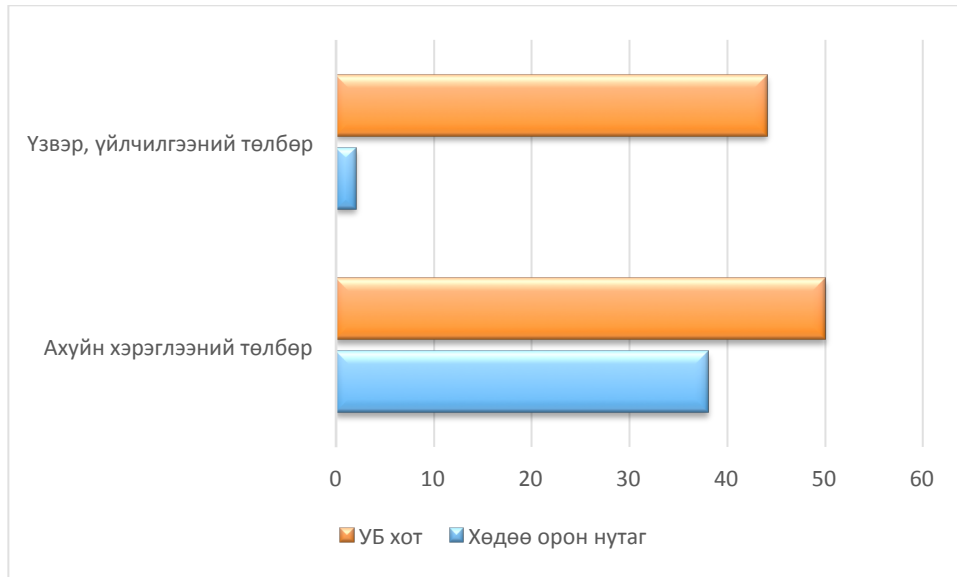
График 40



Цахим орчиноос мэдээлэл ихэвчлэн авж байгаа иргэдийн дунд муугаар нөлөөлж байгаа үзүүлэлт өндөр байгаа нь сөрөг талын мэдээлэл буюу зүй зохисгүй мэдээлэл цахимаар хараа хяналтгүй ихээр нийтлэгдэж байгаатай холбоотой бөгөөд энэ талын хараа хяналтыг өндөрсгөх хэрэгтэйг харуулж байна.

Та цахим төлбөр тооцоогоор ихэвчлэн ямар төрлийн төлбөр тооцоо хийдэг вэ?

График 41

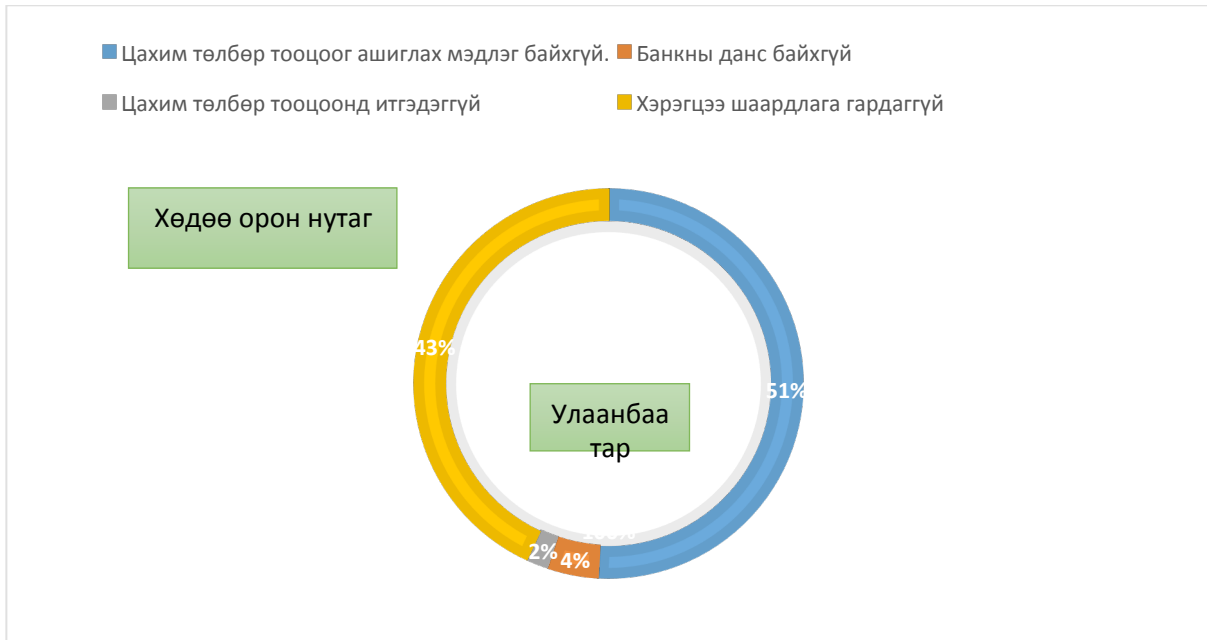


Цахимаар төлбөр тооцоо хийж байсан иргэдийн дундаас ямар төрлийн төлбөр тооцоог ихэвчлэн хийсэн тухай асуулга явуулхад иргэдийн дунд үзвэр үйлчилгээний төлбөрийг цахимаар хийж байсан хэрэглэгч Улаанбаатар хотод харьцангуй өндөр байгаа бөгөөд хөдөө орон нутагт үзвэр үйлчилгээний төрөл ховор байдагтай холбоотой байна. Ахуй хэрэглээний төлбөрийн хувьд хот, хөдөөгийн хувьд ойролцоо түвшинд байгаа нь харагдаж байна.

Цахимаар төлбөр тооцоо хийхэд таньд ямар хүндрэл бэрхшээл учирдаг вэ?

Цахимаар төлбөр тооцоо хийж байгаагүй иргэдийн дунд ямар саад бэрхшээл байгаа талаар асуулгад хот, хөдөөгийн иргэдийн дийлэнх хэсэг буюу судалгаанд оролцогчдын 51-57% нь тус талын мэдлэг байхгүй гэсэн хариулт өгсөнөөс хархад иргэдийн дунд цахим технологийг ашиглах суурь мэдлэг тааруу үзүүлэлттэй байгаа нь харагдаж байна.

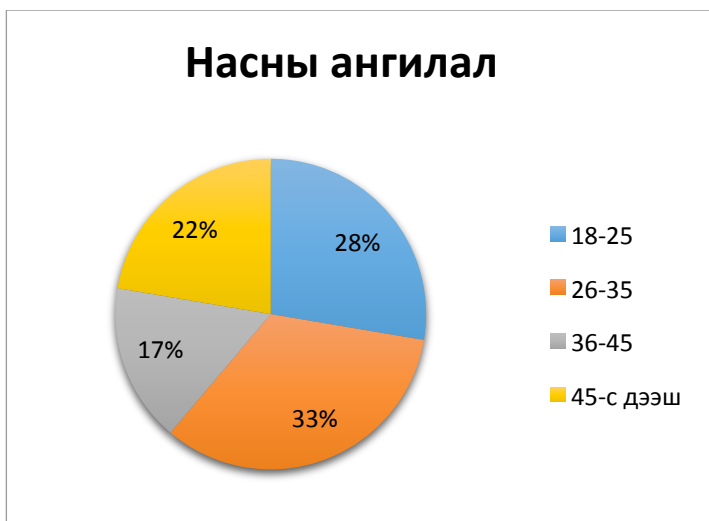
График 42



5.5 Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний талаарх судалгаа

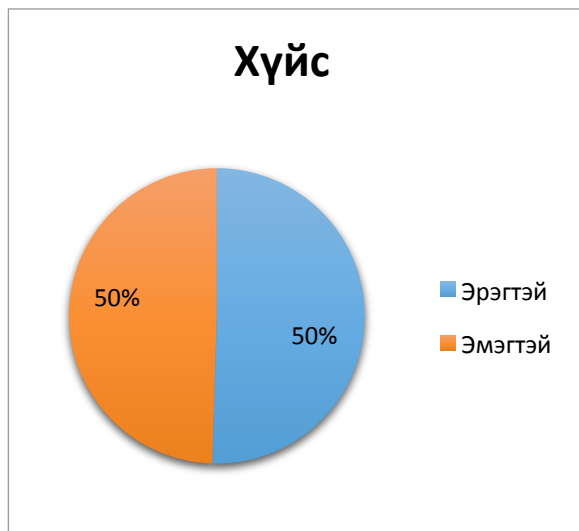
Уг судалгаанд хөдөө орон нутгийн 312 Улаанбаатар хотын 100 иргэд нийт 412 хэрэглэгчдийг хамаруулсан бөгөөд тус судалгаагаар иргэдийн дунд ихэвчлэн нийгмийн мэдээллийн сүлжээгээр ямар төрлийн мэдээ мэдээлэл хайдаг, тус мэдээлэлүүд нийгэм сэтгэл зүйд хэрхэн нөлөөлдөг, нийгмийн мэдээллийн сайтуудыг бүрэн ашиглах тухай мэдлэг мэдээлэл байгаа эсэх мөн ямар төрлийн нийгмийн мэдээллийн сүлжээний сайтуудыг ихэвчлэн хайдаг тухай мэдээлэл цуглуулж дүгнэлт өгөх зорилгоор явуулсан ба судалгаанд оролцогчдын насны ангилалыг графикаар харуулвал:

График 43



Судалгаанд оролцогчдын хүйсийн харьцааг графикаар харуулхад:

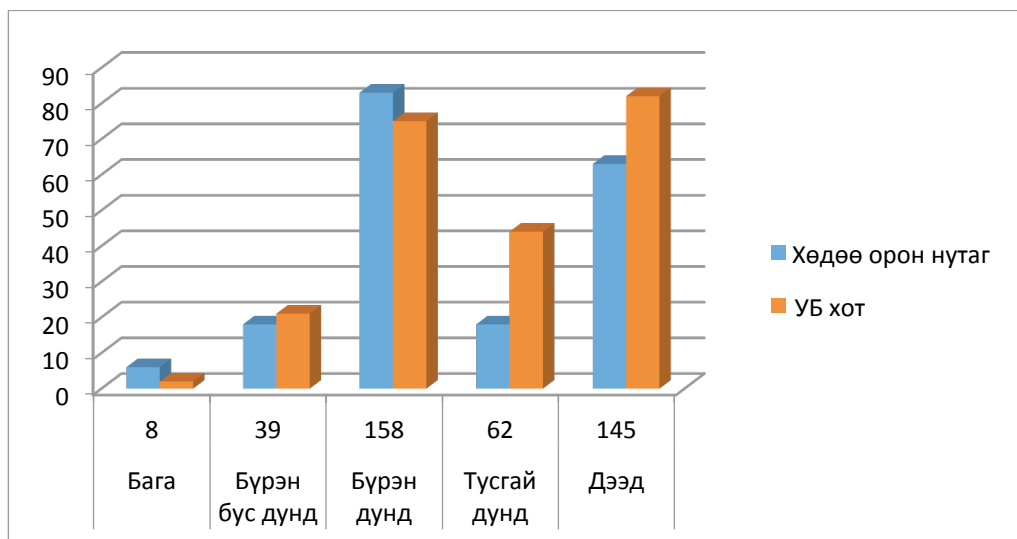
График 44



Таны боловсролын түвшин?

Судалгаанд оролцогчдын боловсролын түвшинг графикаар харуулхад хөдөө орон нутаг болон Улаанбаатар хотын хувьд боловсролын түвшин харьцангуй өндөр байгаа юм.

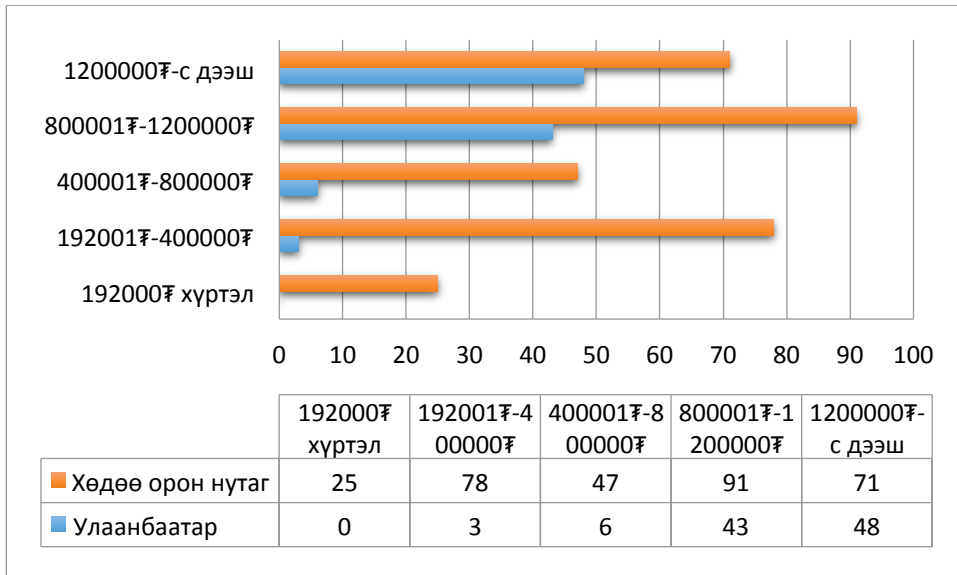
График 45



Таны өрхийн орлого?

Өрхийн орлогын хувьд судалгаанд хамрагсадын дийлэнх хувь дунд болон дундаас дээш түвшиний өрхийн орлоготой байна.

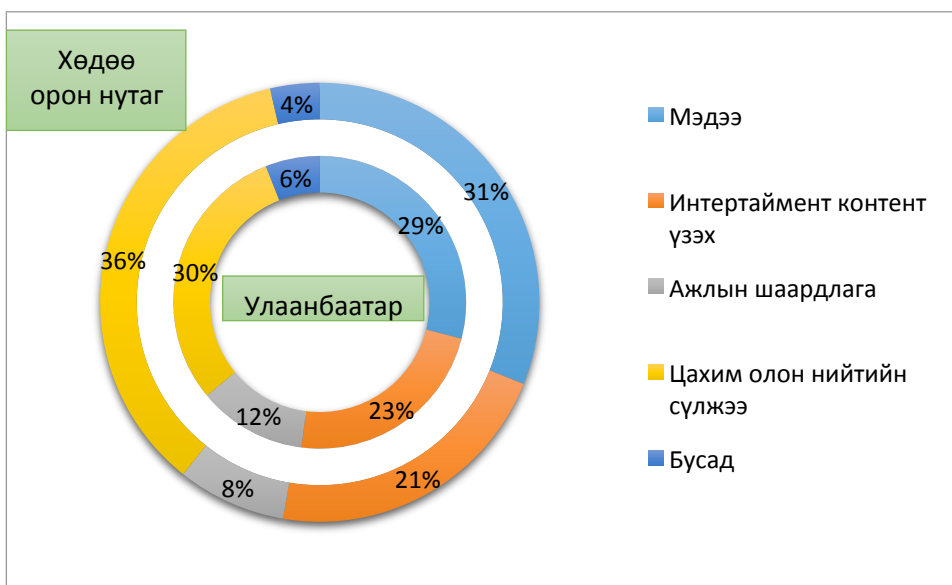
График 46



Та нийгмийн мэдээллийн сүлжээний сайтуудаар ихэвчлэн ямар төрлийн мэдээлэл хайдаг вэ?

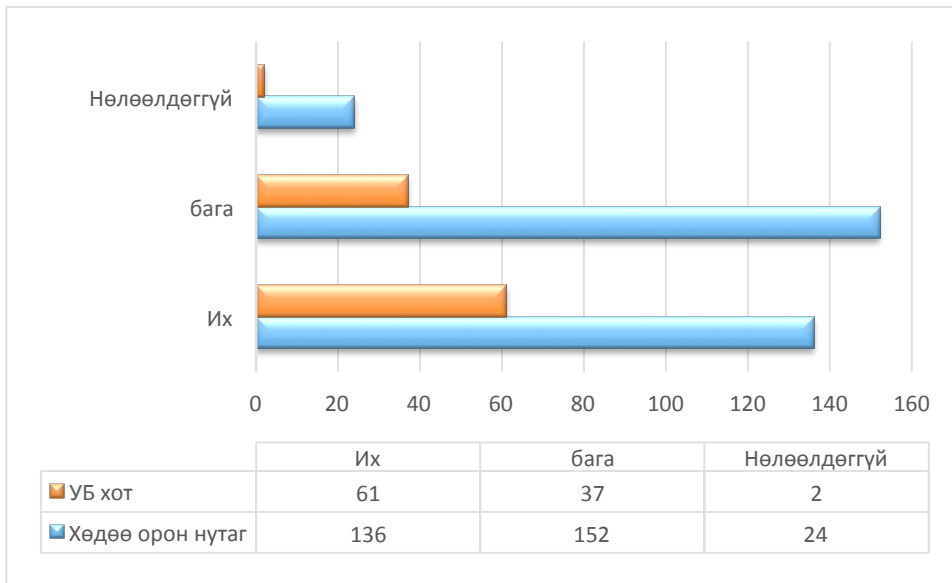
Тус асуулгаар хөдөө орон нутагийн хэрэглэгчид болон Улаанбаатар хотын хэрэглэгчидийн дийлэнх хэсэг буюу 30-36% нь цахим олон нийтийн сүлжээ болон төрөл бүрийн мэдээлэл хайхад зориулан ашигладаг байна.

График 47



Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний мэдээ мэдээлэл таны сэтгэл зүйд нөлөөлдөг үү?

График 48

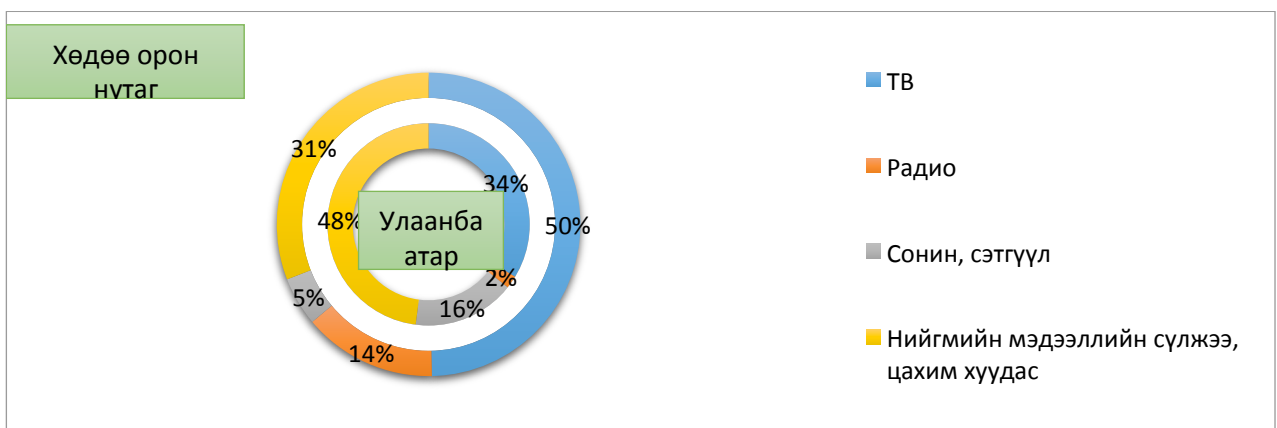


Нийгмийн мэдээллийн сүлжээгээр тархаж буй аливаа мэдээлэл нь нийт иргэдийн дунд ихэвчлэн таагүй сэтгэгдэл төрүүлдэг болох нь эндээс харагдаж байна.

Таны сэтгэл зүйд хэвлэл мэдээлэлийн хэрэгсэлийн ямар төрөл илүү их нөлөөлдөг вэ?

Иргэдийн дунд сэтгэл зүйд хүндээр нөлөөлдөг мэдээллийн хэрэгсэлүүдийн тухай судалгаанд телевиз болон нийгмийн мэдээллийн сүлжээ, цахим хуудас дээгүүр байр эзэлж байна. Цахим мэдээ мэдээлэлийн хувьд ямар нэг цензурьгүй иргэдэд мэдээлэл шууд хүрж байгаатай холбоотой бол телевизүүдийн хувьд цахим мэдээлэлийн хэрэгсэлүүдийн мэдээлэлээс мөн мэдээ мэдээлэл ихээр оруулж эхэлж байгаа нь тус асуулганы үр дүнд нөлөөлсөн байх магадлалтай юм.

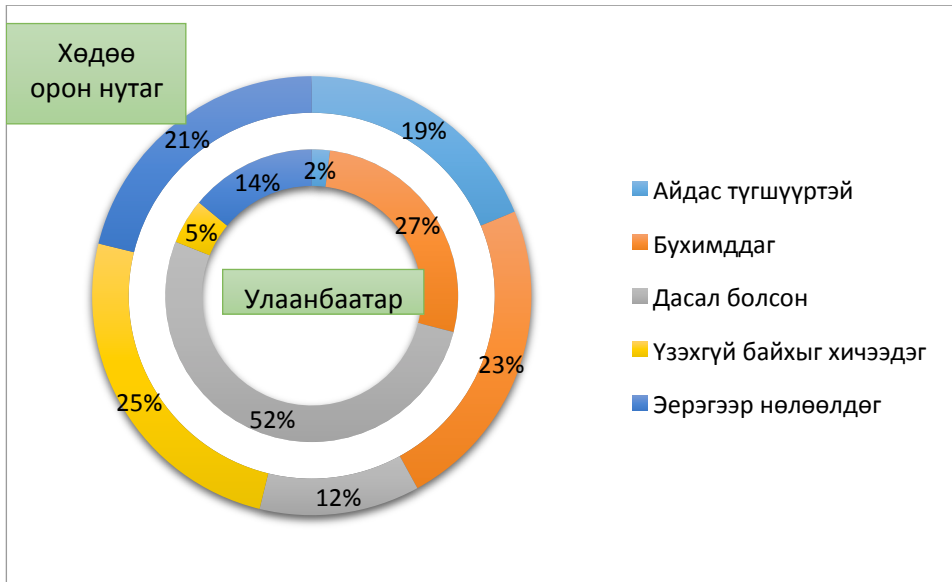
График 49



Таны сэтгэл зүйн байдалд ямар нөлөөлөл үзүүлдэг вэ?

Нийгмийн мэдээллийн сайтуудаар явж байгаа мэдээлэл нь иргэдийн дунд сэтгэл зүйд ямар нөлөөлөл ихэвчлэн үзүүлж байгаа асуулгаар хот хөдөө орон нутгийн иргэд айдас түгшүүртэй болон бухимдал төрүүлхүйц нөлөөлөл үзүүлдэг тухай сонголт өндөр хувь эзэлж байна. Мөн тус мэдээлэлүүдийг үзэхгүй байхийг хичээдэг болон дасал болсон сонголтууд өндөр хувь эзэлж байгаа нь иргэдийн сэтгэл зүйд сөрөг нөлөө үзүүлдэг болох нь харагдаж байна.

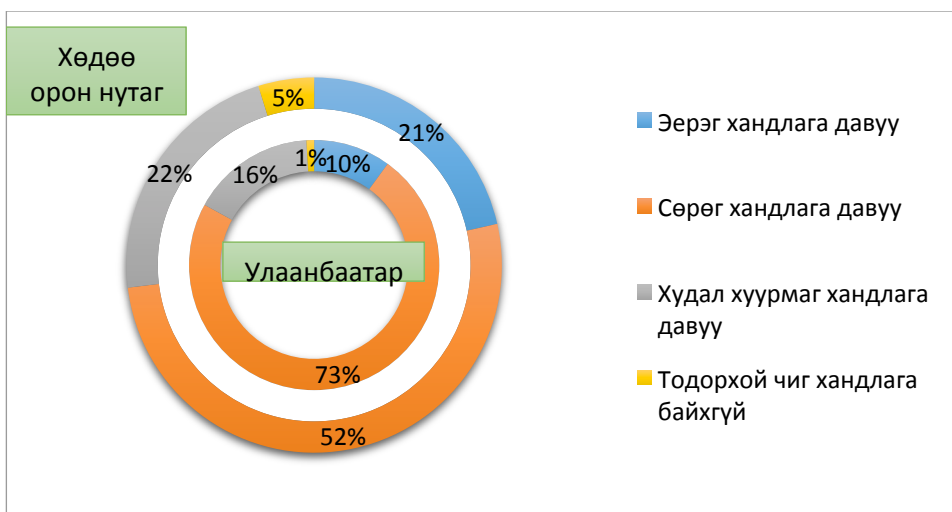
График 50



Нийгмийн мэдээллийн сүлжээгээр тархаж буй мэдээний ерөнхий чиг хандлагыг та тодорхойлвол?

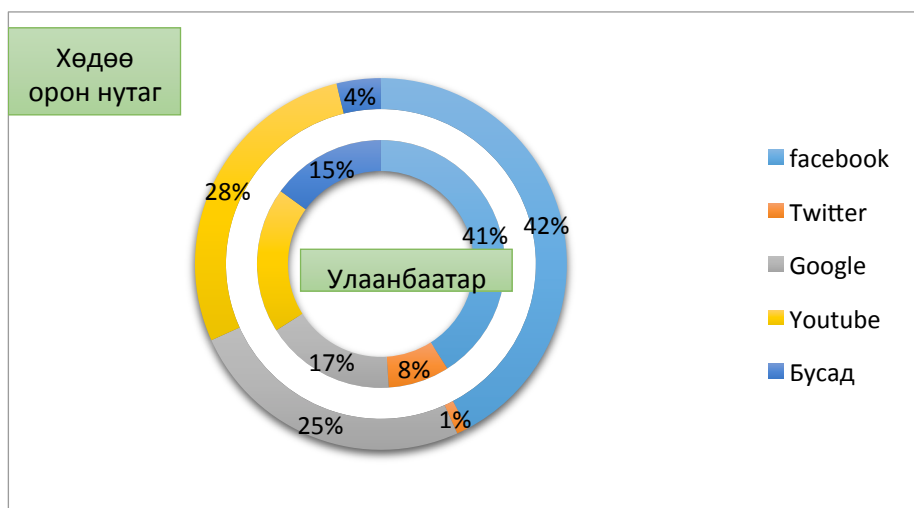
Тус асуулгаар Улаанбаатар болон хөдөө орон нутгийн иргэдийн 50-с дээш %-нь сөрөг хандлага давуу байгаа гэсэн хариулт өгсөн ба энэ нь цаг үеийн нийгмийн байдал нөлөөлж байгаа тал бий юм.

График 51



Та ямар нийгмийн мэдээллийн сүлжээ сайтыг хамгийн идвэхитэй ашигладаг вэ?

График 54



Уг асуулгад оролцсон иргэдийн дунд хамгийн түгээмэл хэрэглэдэг нийгмийн мэдээллийн сүлжээний сайтаар Улаанбаатар хот болон, хөдөө орон нутагийн хувьд дундажаар Facebook.com 41,5% , Youtube.com 23,5% , Google.com 21% тус тус идвэхитэй ашиглаж байгаа юм. Судалгаагаар уг сайтууд нь дэлхийн хэмжээнд мөн хандалт ихтэй сайтуудаар тэргүүлдэг сайтууд юм.

6. Дүгнэлт

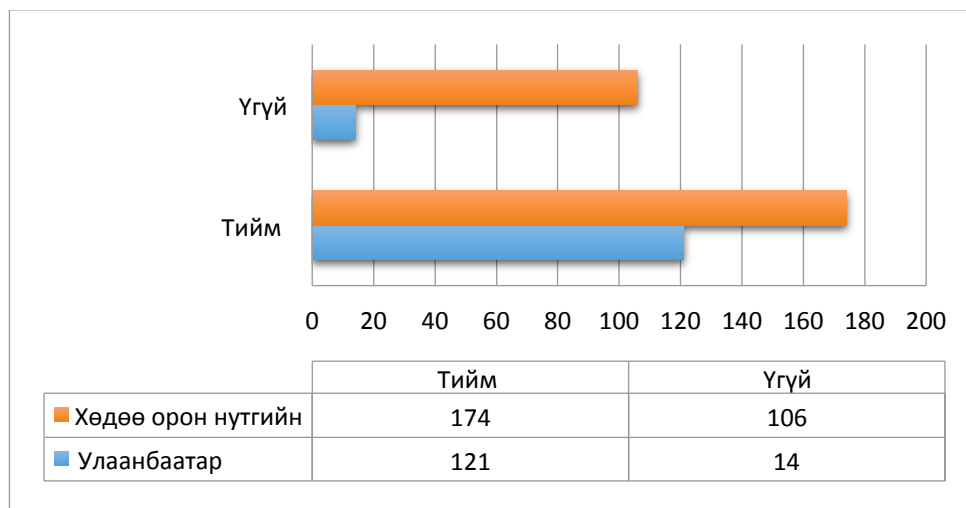
Энэхүү зөвлөх үйлчилгээний ажлын даалгаврын дагуу хийж гүйцэтгэсэн судалгааны ажлыг нэгтгэн үзэхэд дараах дүгнэлт гарч байна. Үүнд:

1. **Иргэдийн мэдээлэл, харилцаа холбооны технологийн хэрэглээний өнөөгийн байдлын судалгааны хүрээлэлд** нийт 415 иргэн оролцсон бөгөөд үүний 135 Улаанбаатар хот, 280 хөдөө орон нутгаас хамрагдсан байна.

Интернет протоколд суурилсан үйлчилгээ уламжлалт телефон холбооны үйлчилгээг орлон хөгжиж байгаа хэдий ч дан телефон утасны хэрэглээний зориулалтаас илүү интернеттэй, эсвэл интернет болон телевизтэй хослуулан хоёрлосон болон гурвалсан үйлчилгээ болгон ашиглах хандлагатай байна. Гэвч энэ төрлийн үйлчилгээ нь өнөөдрийн байдлаар Улаанбаатар хот болон хөдөө орон нутагын дунд ялгаа өндөр байгаа юм.

Судалгаанд оролцсон Улаанбаатар хотын 135 иргэдийн 14 нь интернет хэрэгдэлгүй гэж хэлсэн ба хөдөө орон нутгаас оролцсон 280 иргэдийн 106 нь буюу 37.8% нь интернет хэрэглэдэггүй гэсэн дүн гарсан байна.

График 55



Үүнээс үзвэл хөдөө орон нутгийн интернет хэрэглээний идвэхи муу байгаа нь харагдаж байна.

Хөдөө орон нутагын судалгаанд оролцогчдын дийлэнх буюу 59%- нь гэрээсээ интернет хэрэглэж байна. Улаанбаатар хотын хувьд мөн гэрээсээ интернет хэрэглэгчид нь 41%-ийг эзэлж байгаа нь иргэд ихэвчлэн амралт чөлөөт цагын хүрээнд интернет ашигладаг болох нь харагдаж байгаа юм.

Үзүүлэлтээс үзэхэд хот болон хөдөө орон нутагийн хэрэглэгчидийн 50-с дээш хувь smart утас ашиглан интернетэд холбогддог болох нь харагдаж байна.

Интернет үр ашигийн талаарх асуулганд хөдөө орон нутгийн хэрэглэгчдийн дийлэнх хэсэг нь чухал биш гэсэн хариулт өгсөн бол харин Улаанбаатар хотын хэрэглэгчдийн өгсөн судалгаагаар дийлэнх иргэд чухал нэсэн хариулт өгжээ. Үүнээс дүгнэхэд хөдөө орон нутгийн хэрэглэгчдийн олонх хувь нь интернетийн үр ашиг болон боломжийн талаар төдийлөн сайн ойлголтгүй байгаа нь харагдаж байна.

Монгол улсын хэмжээнд хамгийн өргөн хүрээнд ашиглаж байгаа хөдөлгөөнт интернетийг ашиглан smart утасаараа мэдээ мэдээлэлийг цаг алдалгүй унших боломжийн талаар мэдээлэлтэй байдаг эсэх талаар асуулга авхад иргэд тус боломжийг ашигладаггүй болох нь харагдаж байна.

2. Насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгчдийн зан төлвийн хандлагын судалгааны хүрээлэлд.

Судалгаанд ерөнхий боловсролын сургуулийн 4-12-р ангийн сурагчид болон МСҮТ-ийн сурагчидыг хамаруулсан ба уг судалгаагаар цахим орчинд өсвөр үеийн хүүхэд залуучууд хувийн мэдээлэлээ хамгаалах мэдээлэл байгаа эсэх цахим орчинд эрх нь зөрчигдвөл хаана хэнд хандах, интернетийн зүй зохистой хэрэглээний талаар ойлголт байгаа талаар мэдээлэл цуглуулсан бөгөөд хөдөө орон нутгийн 137 Улаанбаатар хотын 170 нийт 307 хүүхэдийн дунд явууллаа.

Насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгчдийн интернетэд зарцуулж байгаа хугацааны хувьд хөдөө орон нутгийн сурагчидын дийлэнх нь 1-2 цагийг интернетэд зарцуулдаг гэсэн хариулт өгсөн бөгөөд Улаанбаатар хотын хувьд 2-3 цаг ихэвчлэн өнгөрүүлдэг болох нь харагдаж байна.

Улаанбаатар хотын насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгч нь олж авж байгаа мэдээлэлдээ итгэл үнэмшил бага бөгөөд эсэргээрээ орон нутгийн хэрэглэгчдээс хархад мэдээлэлээ бодитой хандах хандлага өндөр байна.

Насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгчдийн хувьд 73% нь интернетийн сөрөг нөлөөг сонсож байсан гэх хариулт өгсөн боловч түүнтэй холбоотой арга хэмжээ авдаггүй нь асуулгаар нотлогдсон. Хэрэглэгчдийн 69% нь цахим нийтийн сүлжээнд өөрийн хувийн мэдээлэлийг хүн бүр үзэж болохоор тохиргоо хийдэг ба ингэснээр гарж болох сөрөг үр дагаварийн талаар тодорхой ойлголтгүй байсан юм. Түүнчлэн насанд хүрээгүй хэрэглэгчид интернетийн орчинд хууль эрх зүйн хүрээнд хязгаарлалт хийх тухай бодлогийг 80% нь эсэргүүцэж байсан нь түүнийг ашиг тусыг ойлгож мэдэхгүй түүнтэй холбоотой мэдээллийн эцэг эх багш нараасаа авдаггүй нь харагдаж байсан юм.

3. **Иргэдийн контентийн хэрэглээний талаарх судалгааны хүрээлэлд.**

Нийт 416 иргэн оролцсон бөгөөд үүний 148 хот, 268 хөдөө орон нутгаас хамрагдсан.

Энэхүү судалгаанаас хархад иргэдийн дунд медиа контент буюу видео бичлэгийн төрөлийн контент болон дуу бичлэгийн төрлийн ихэвчлэн үздэг болох нь харагдаж байна. Манай хэрэглэгчид нь мэдээ мэдээлэлийн интертаймент контентийг түлхүү сонирхож байгаа бөгөөд сүүлд гарсан олон нийтийг хамарсан телевизийн өргөн нэвтрүүлэг үүнд онцгой байр эзэлж байна.

Улаанбаатар хотын иргэдийн хувьд сонирхсон төрлийн контент нь эрэлт хэрэгцээг нь хангах үзүүлэлт нь дундажаас доогуур. Хөдөө орон нутгийн иргэд хувьд контентийн хэрэгцээ хангалттай гэж үзэж байгаа бөгөөд үндэсний контентын хэрэглээг дэмждэг болох нь харагдсан.

Контентын хэрэгцээнд дийлэнх нь 1-2 цаг зарцуулдаг бөгөөд зохиогчийн эрх олголт бага байдаг. Түүнтэй уялдаатай контентын худалдан авалт хийдэггүй хэрэгцээт мэдээлэлийн худалдан авахыг зоридоггүй болох нь харагдсан.

Хэрэглэгчдийн дунд интернетийн зүй зохистой хэрэглээний ойлголт хот, хөдөөгийн хэрэглэгчдийн дунд маш доогуур үзүүлэлттэй байгаа бөгөөд **“Танд интернетийн зохистой хэрэглээний тухай мэдээлэл бий юу?”** асуулгад “Тийм” хариулт өгсөн нь түүний хор уршигийн талаарх бүрэн дүүрэн ойлгомжтой мэдээлэл очдоггүй байна.

Цахимаар төлбөр тооцоо хийж байсан тухай иргэдийн асуулгад хот, хөдөөгийн дунд хийж байгаагүй иргэдийн тоо хийж байсан иргэдээс ойролцоогоор 2 дахин их байна. Цахимаар төлбөр тооцоо хийж байсан иргэдийн дундаас ямар төрлийн төлбөр тооцоог ихэвчлэн хийсэн тухай асуулга явуулхад иргэдийн дунд үзвэр үйлчилгээний төлбөрийг цахимаар хийж байсан хэрэглэгч Улаанбаатар хотод харьцангуй өндөр байгаа бөгөөд хөдөө орон нутагт үзвэр үйлчилгээний төрөл ховор байдагтай холбоотой байна. Ахуй хэрэглээний төлбөрийн хувьд хот, хөдөөгийн хувьд ойролцоо түвшинд байгаа нь харагдаж байна.

4. **Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний талаарх судалгааны хүрээлэлд.**

Уг судалгаанд хөдөө орон нутгийн 312 Улаанбаатар хотын 100 иргэд нийт 412 хэрэглэгчдийг хамаруулсан бөгөөд тус судалгаагаар иргэдийн дунд ихэвчлэн нийгмийн мэдээллийн сүлжээгээр ямар төрлийн мэдээ мэдээлэл хайдаг, тус мэдээлэлүүд нийгэм сэтгэл зүйд хэрхэн нөлөөлдөг, нийгмийн мэдээллийн сайтуудыг бүрэн ашиглах тухай мэдлэг мэдээлэл байгаа эсэх мөн ямар төрлийн нийгмийн мэдээллийн сүлжээний сайтуудыг ихэвчлэн хайдаг тухай мэдээлэл цуглуулж дүгнэлт өгөх зорилгоор явуулсан.

Нийгмийн мэдээллийн сүлжээгээр тархаж буй аливаа мэдээ, мэдээлэл нь нийгмийн мэдээллийн сүлжээ, цахим хуудас дээгүүр байр эзэлж байгаа бөгөөд тэр мэдээлэл нь иргэдийн дунд ихэвчлэн таагүй сэтгэгдэл төрүүлдэг болох нь судалгаагаар харагдаж байна.

Иргэдийн дунд сэтгэл зүйд хүндээр нөлөөлдөг мэдээллийн хэрэгсэлүүдийн тухай судалгаанд телевиз болон байна. Цахим мэдээ мэдээлэлийн хувьд ямар нэг цензурьгүй иргэдэд мэдээлэл шууд хүрж байгаатай холбоотой бол телевизүүдийн хувьд цахим мэдээлэлийн хэрэгсэлүүдийн мэдээлэлээс мөн мэдээ мэдээлэл ихээр оруулж эхэлж байгаа нь тус асуулганы үр дүнд нөлөөлсөн байх магадлалтай юм. Монголын нийгмийн мэдээллийн сүлжээ сайтууд тодорхой зохицуулалт, хууль эрх зүйн орчин талаарх асуултанд хот, хөдөө орон нутгийн иргэдийн дийлэнх хэсэг зөвхөн цахим зүй зохистой хэрэглээнд хууль эрх зүйн орчинг бүрдүүлэх нь зүйтэй гэж үзсэн бөгөөд тус орчинд хэрэглэгчдийн эрх ашиг хамгийн ихээр хөндөгдөж байдагтаа холбоотой юм.

7. Зөвлөмж

Судалгааны дүгнэлтэд үндэслэн дараах зөвлөмжийг гаргаж байна.

1. Хөдөө орон нутгийн хэмжээнд интернет хэрэглээ харьцангуй хүртээмж багатай гэж үзэж бүх нийтийн үйлчилгээнд интернетийн хэрэгцээг өргөсгөх зорилготой.
 - Хөдөө орон нутагт гэр хороололд чиглэсэн интернетийн үйл ажилгаа явуулж буй байгуулагуудыг дэмжин хөтөлбөр зохиох бизнесийн таатай орчин бий болгосоноор интернет хэрэглэгчдийн тоо нэмэгдэх хандлагатай байгаа нь судалгаанаас харагдаж байгаа тул шилэн кабелийг татах
 - Хүн амын тоо харьцангуй их суурин газруудад интернетийн хүртээмжийг нэмэгдүүлэх ажлыг төлөвлөлттэйгээр хийх
 - Бүс, аймаг бүрийн нийгэм, эдийн засгийн нөхцөл байдал харилцан адилгүй байгаа тул үүнтэй уялдсан бүх нийтийн үйлчилгээ/хүртээмжийг нэмэгдүүлэх бодлогыг тухайн бүс нутаг бүрт чиглүүлэн, ялгаатай байдлаар тодорхойлох;
 - Мэдээлэл, харилцаа, холбооны дэд бүтэц хөгжсөн зарим аймгуудад, тухайлбал,
2. Интернетийн зүй зохистой хэрэглээний талаархи ойлголт иргэдэд маш бага байгаатай холбогдуулан түүнд хууль эрх зүйн хүрээнд хяналт тавих.
 - Насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгчдэд зориулсан интернетийн зүй зохистой хэрэглээ, цахим орчины аюулгүй байдал, түүний хор хөнөөлийн талаархи сургалт, уран сайхны нэвтрүүлэг, контент бэлтгэн хүргэх.

- Насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгчдийн багш, эцэг эхийн мэдлэгийг дээшлүүлэх
 - Интернетийн зүй зохистой хэрэглээ аюулгүй байдлын талаархи хууль тогтоомжид нэмэлт боловсруулалт хийх, түүний хэрэгжилтэнд өндөр хяналт тавих
 - Одоо ашиглагдаж байгаа цахим аюулгүй байдалтай холбоотой хууль тогтоомжид хяналтийг чангалах
3. Контентийн хэрэглээний талаархи иргэдийн ойлголт, түүний ашиг тус, сөрөг үр дагаварын тухай мэдээлэлийг хүртээмжтэй болгох.
- Иргэдэд нэн шаардлагатай контентийг хүргэх зорилгоор төлбөртэй контентийн үйл ажиллагаа явуулж буй иргэд аж ахуй нэгжийг дэмжих.
 - Төлбөртэй контентийн ашиг тусийн талаарх ойлголтийг интернет хэрэглэгчдэд ойлгуулах сурталчлан таниулах.
 - Үндэсний контентийн дийлэнх хэсгийг нэвтрүүлж буй бүх телевизүүдийн нэвтрүүлэгийн программд боловсруулалт шинчлэлт хийж хууль дүрэмийн дагуу ажиллах шаардлага тавьж түүний хэрэгжилтэд хяналт тавих
4. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээнд хэрэглэгчдийн сэтгэл зүйд сөрөгөөр нөлөөлж болзошгүй мэдээлэлийг хянах
- Мэдээ мэдээллийн сайтуудад тавигдаж байгаа аливаа мэдээлэлд нийгмийн сэтгэл зүйд сөрөгөөр нөлөөлөх магадлалтай мэдээлэлд тавих шалгуурыг өндөрсгөх
 - Нийгмийн мэдээллийн цахим сүлжээгээр тарж буй мэдээ мэдээллийн үнэн бодит байдалд хяналт тавих түүнд ноогдуулах хариуцлагын хэлбэрийг өөрчлөх
 - Нийгмийн мэдээллийн цахим сүлжээнд хууль эрх зүйн орчинг яаралтай нэвтрүүлж хэрэглэгчдийн эрх ашигийг хамгаалах яаралтай хэрэгцээ шаардлага гарж байгаа тул хуулийн төсөл боловсруулж батлуулан хэрэгжилтэд хяналт тавин ажиллах.

11. Та мэдээ мэдээлэлийн контент агуулсан утасны апплейшн ашигладаг уу?

А. Тийм Б. Үгүй

Насанд хүрээгүй интернет хэрэглэгчдийн зан төлвийн хандлагын судалгаа

1. Таны нас?

А. 10-13 нас Б. 14-17 нас

2. Таны хүйс?

А. Эрэгтэй Б. Эмэгтэй

3. Таны суурин байршлын хаяг?

Хот, аймаг ,,..... Дүүрэг, сум

Хороо, баг

4. Таны ойр орчимын хүмүүст интернетийн хэрэглээ зан төлөвт нь ямар байдлаар нөлөөлж байна вэ?

А. Маш сайн Б. Сайн В. Нөлөөлөлгүй

Г. Муу Д. Маш муу

5. Та өдөрт хэдэн цагийг интернет зарцуулдаг вэ?

А. 1 хүртэл цаг Б. 1-2 цаг В. 2-3 цаг

Г. 3-4 цаг Д. 4-с дээш цаг

6. Та интернетийг хаанаас ихэвчлэн ашигладаг вэ?

А. Сургууль Б. Гэр В. Интернет кафе

Г. Бусад

7. Та цахим сүлжээнээс ямар төрлийн мэдээлэл ихэвчлэн авдаг бас оруулдаг вэ?

А. Дуу хөгжим Б. Нийгмийн сүлжээ

В. Тоглоом Г. Боловсрол Д. Бусад

8. Та ямар нэг сайтад бүртгүүлэхдээ өөрийн мэдээлэлийг хэр бодиттой бичдэг вэ? /Хувиар илэрхийлэх/

А. 100%-76% Б. 75%-51% В. 50%-26%

Г. 25%-0%

9. Таны мэдээллийг бусад хүмүүс олж үзэх боломжтой юу?

- В. Ажлын шаардлага Г. Цахим олон нийтийн сүлжээ Д. Бусад
- 7. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээний мэдээ мэдээлэл таны сэтгэл зүйд нөлөөлдөг үү?**
- А. Их Б. Бага В. Нөлөөлдөггүй
- 8. Таны сэтгэл зүйд хэвлэл мэдээлэлийн хэрэгсэлийн ямар төрөл илүү их нөлөөлдөг вэ?**
- А. ТВ Б. Радио В. Сонин, сэтгүүл
- Г. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээ, цахим хуудас
- 9. Таны сэтгэл зүйн байдалд ямар нөлөөлөл үзүүлдэг вэ?**
- А. Айдас түгшүүр Б. Бухимддаг В. Дасал болсон
- Г. Үзэхгүй байхыг хичээдэг Д. Эерэгээр нөлөөлдөг
- 10. Нийгмийн мэдээллийн сүлжээгээр тархаж буй мэдээний ерөнхий чиг хандлагыг та тодорхойлвол?**
- А. Эерэг хандлага давуу Б. Сөрөг хандлага давуу
- В. Худал хуурмаг хандлага давуу Г. Тодорхой чиг хандлага байхгүй
- 11. Та нийгмийн мэдээллийн сүлжээний сайтуудад өдөрт хэдэн цагийг зарцуулдаг вэ?**
- А. 1 хүртэл цаг Б. 1-2 цаг В. 2-3 цаг
- Г. 3-4 цаг Д. 4-с дээш цаг
- 12. Монголын нийгмийн мэдээллийн сүлжээ сайтууд тодорхой зохицуулалт, хууль эрх зүйн орчин хэрэгтэй юу?**
- А. Хэрэгтэй Б. Зөвхөн цахим зүй зохистой хэрэглээ дээр
- В. Шаардлагагүй Г. Мэдэхгүй
- 13. Та ямар нийгмийн мэдээллийн сүлжээ сайтыг хамгийн идвэхитэй ашигладаг вэ?**
- А. Facebook Б. Twitter В. Google
- Г. Youtube Д. Бусад