



ХАРИЛЦАА ХОЛБООНЫ
ЗОХИЦУУЛАХ
ХОРОО



ШУУДАНГИЙН ЗАХ ЗЭЭЛИЙН НӨХЦӨЛ БАЙДЛЫН СУДАЛГАА

СУДАЛГААНЫ ТАЙЛАН

ЗАХИАЛАГЧ: Харилцаа холбооны зохицуулах хороо

ГҮЙЦЭТГЭГЧ: "Эс Ай Си Эй" ХХК

Улаанбаатар хот

2023 он



СУДАЛГААТАЙ ҮНДЭСТЭН

Энэхүү тайланг Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны захиалгаар гүйцэтгэж буй “Шуудангийн үйлчилгээний зах зээлийн өнөөгийн нөхцөл байдлын судалгаа” зөвлөх үйлчилгээний ажлын хүрээнд хийж гүйцэтгэв.

Судалгааны мэдээллийг ашиглахтай холбоотой бүх эрхийг Харилцаа холбооны зохицуулах хороо эзэмшинэ.

Судалгааны багийн ахлагч:

Э.Должин “Эс Ай Си Эй” ХХК-ийн НЭЗСХ-ийн захирал,
Докторант

Судалгааны багийн гишүүд:

Г.Эрдэнэ “Эс Ай Си Эй” ХХК-ийн Дэд захирал,
Докторант
Б.Алтантуяа “Эс Ай Си Эй” ХХК - ийн Зөвлөх, Докторант
Б.Төрцэцэг “Эс Ай Си Эй” ХХК - ийн МЦБХ-ийн захирал
Ө.Халиун “Эс Ай Си Эй” ХХК - ийн МЦБХ-ийн менежер
Х.Очирбат “Эс Ай Си Эй” ХХК - ийн НЭЗСХ-ийн менежер

Судалгааны талбарт ажилласан судлаачид:

М.Баттулга “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
Б.Болор “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
М.Гүнждулам “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
Ч.Даариймаа “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
М.Жуудай “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
Б.Номин “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
Ц.Цэцэгээ “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
Ц.Оюунмаа “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
Ц.Нямжавдолгор “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
Б.Төгсцэцэг “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
Л.Гэрэлцэцэг “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
Н.Тунгалаг “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
Э.Идэр “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
С.Наранцэцэг “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
Ж.Наранцэцэг “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
Э.Жавзмаа “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
С.Даваа “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
Н.Мягмар “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
Б.Лхамхүү “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач
М.Урнаа “Эс Ай Си Эй” ХХК – ийн Гэрээт судлаач

ТАЛАРХАЛ

Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны захиалгаар гүйцэтгэсэн “Шуудангийн зах зээлийн нөхцөл байдлыг тодорхойлох” судалгааны тайланг хүргүүлж байна.

Уг үнэлгээний ажлыг гүйцэтгэх боломж олгосон Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны хамт олонд талархал илэрхийлье.

Судалгааны ажлын явцад арга зүйн дэмжлэг үзүүлсэн, зөвлөсөн, хамтран ажилласан багийн гишүүд болон зөвлөхүүддээ талархал илэрхийлье.

Судалгаанд идэвхтэй хамрагдаж, үнэт мэдээллээ хуваалцсан бүх байгууллага, хувь хүмүүст талархал илэрхийлье.

Судалгааны ажлын хамгийн чухал бөгөөд хариуцлагатай ажил бол мэдээлэл цуглуулах юм. Уг ажлыг чанарын өндөр түвшинд гүйцэтгэсэн мэдээлэл цуглуулагч нарт тусгайлан талархал илэрхийлье. Та бүхний хичээл зүтгэлээр энэхүү судалгааны үндсэн мэдээлэл цугларч, тайлан бичих боломж бүрдсэн билээ.

Судалгааны үр дүнтэй танилцаж, өөрсдийн санал зөвлөмжийг нээлттэй ирүүлэхийг хүсье.

Хамтран ажиллаж байгаад талархал илэрхийлье

АГУУЛГА

ТАЛАРХАЛ	iv
АГУУЛГА	v
ХҮСНЭГТ, ГРАФИК, ЗУРАГ, ШИГТГЭЭНИЙ ЖАГСААЛТ	vi
ТОВЧИЛСОН ҮГИЙН ЖАГСААЛТ	ix
НЭГ. ГҮЙЦЭТГЭЛИЙН ХУРААНГУЙ.....	1
ХОЁР. СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ	3
2.1. СУДАЛГААНЫ ЗОРИЛГО	3
2.2. СУДАЛГААНЫ АЖЛЫН АРГА ЗҮЙ.....	3
2.3. ТҮҮВЭРЛЭЛТ, ТҮҮВРИЙН ГҮЙЦЭТГЭЛ.....	5
2.4. МЭДЭЭЛЭЛ ЦУГЛУУЛАЛТЫН ЗОХИОН БАЙГУУЛАЛТ	6
ГУРАВ. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭ ҮЗҮҮЛЭГЧДИЙН ОРОЛЦОГЧ ТАЛУУДЫН ӨНӨӨГИЙН НӨХЦӨЛ БАЙДАЛ.....	9
3.1. МУ-ЫН ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ЗОХИЦУУЛАЛТ, ХУУЛЬ ЭРХ ЗҮЙН НӨХЦӨЛ БАЙДАЛ	9
3.2. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ТУСГАЙ ЗӨВШӨӨРӨЛ ЭЗЭМШИГЧДИЙН ОРОЛЦОГЧ ТАЛУУДЫН ҮЙЛ АЖИЛЛАГААНЫ НӨХЦӨЛ БАЙДАЛ	11
3.3. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧЛҮҮЛЭГЧДИЙН ХЭРЭГЛЭЭНИЙ ТӨЛӨВ БАЙДАЛ.....	13
ДӨРӨВ. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭ ҮЗҮҮЛЭГЧ АЖ АХУЙН НЭГЖҮҮДИЙН ҮЙЛ АЖИЛЛАГАА, ТӨЛӨВ БАЙДАЛ.....	17
4.1. СУДАЛГААНД ОРОЛЦОГЧИЙН ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ.....	17
4.2. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭ ҮЗҮҮЛЭГЧДИЙН ТӨЛӨВ БАЙДАЛ	20
4.3. БАЙГУУЛЛАГЫН ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН ХУДАЛДАН АВАХ ТӨЛӨВ БАЙДАЛ	31
4.4. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭ АВДАГ ХУВЬ ХҮН/ГАДААДЫН ИРГЭДИЙН ТӨЛӨВ БАЙДАЛ.....	35
ТАВ. ЦАХИМ ХУДАЛДАА, ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН ТӨЛӨВ БАЙДАЛ	39
5.1. ЦАХИМ ХУДАЛДАА, ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ	39
5.2. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭГ АВДАГ ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН ХЭРЭГЛЭЭНИЙ ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ	40
5.3. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭ АВДАГГҮЙ ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН ШИНЖ ЧАНАР.....	51
5.4. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭГ ОРЛУУЛАН (ХУВЬ ХҮН, ОРОН НУТГИЙН ХУВИЙН БОЛОН НИЙТИЙН УНААНД ӨГДӨГ) ХЭРЭГЛЭГЧ	53
5.5. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ТАЛААРХ МЭДЛЭГ, МЭДЭЭЛЛИЙН ДҮР ТӨРХ	55
ЗУРГАА. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН ОУ-ЫН ТУРШЛАГА, БИЗНЕС ЗАГВАР.....	59
6.1. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ОУ-ЫН ТУРШЛАГА 1 – БНСУ	59
6.2. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ОУ-ЫН ТУРШЛАГА 2 – БНХАУ	61
6.3. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ОУ-ЫН ТУРШЛАГА 3 – АНУ	65
ДОЛОО. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ БИЗНЕС ЗАГВАРЫН ХУВИЛБАР.....	69
7.1. ШУУДАНГИЙН ЗАХ ЗЭЭЛД ОРОЛЦОГЧ ТАЛУУДЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ	69
7.2. ШУУДАНГИЙН ЗАХ ЗЭЭЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР	78
ДҮГНЭЛТ	81
САНАЛ, ЗӨВЛӨМЖ.....	84

ХҮСНЭГТ, ГРАФИК, ЗУРАГ, ШИГТГЭЭНИЙ ЖАГСААЛТ

Зураг 1. Мэдээлэл цуглуулалт, боловсруулалтын үе шат дараалал 7

График 1. Шуудангийн үйл ажиллагаа явуулж байгаа байгууллагуудын үйл ажиллагааны төлөв байдал.....	20
График 2. Үйл ажиллагаагаа явуулж байгаа аж ахуйн нэгжүүдийн ажилсан жил, үйл ажиллагааны төлөв байдал.....	20
График 3. Үйл ажиллагаа идэвхгүй байгаа компаниудын асуудлууд	22
График 4. Үйл ажиллагаагаа эхлүүлээгүй байгаа аж ахуйн нэгжүүдийн асуудал.....	23
График 5. Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөлтэй аж ахуйн нэгжүүд, үйл ажиллагааны төлөв байдал (олон сонголттой)	23
График 6. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудын хамтран ажиллах хэлбэр (олон сонголттой), хувиар.....	24
График 7. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудын үйлчилгээний захиалга авах хэлбэр (олон сонголттой).....	24
График 9. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудын одоо үзүүлж буй үйлчилгээ	25
График 10. Шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хүргэхэд тулгардаг хүндрэл, бэрхшээл	25
График 11. Үйлчилгээ үзүүлэх явцад үүсэх асуудлыг хэрхэн шийдвэрлэдэг болох (олон сонголттой).....	26
График 12. Үйл ажиллагааны хэтийн төлөвлөгөө бий эсэх.....	27
График 13. Үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэх боломжтой чиглэл.....	28
График 14. Үйл ажиллагаагаа тогтвортой явуулахад тулгарч буй асуудал	28
График 15. Үйл ажиллагаагаа явуулахад тулгарч буй хүндрэл бэрхшээлийг даван туулахад төрийн ямар бодлого, зохицуулалт хэрэгтэй байгааг тодорхойлох.....	29
График 16. Аж ахуйн нэгжийн үйл ажиллагаанд зардлуудын эзлэх хувь.....	29
График 17. Шуудангийн үйлчилгээний зах зээлийг хөгжүүлэхэд анхаарах асуудал, хувиар.....	30
График 18. Аж ахуйн нэгжүүдийн хамтран ажилладаг байгууллагууд (байнгын болон хамтран ажилладаг байгууллагууд)	31
График 19. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагуудын ихэвчлэн сонгон үйлчлүүлдэг үйлчилгээ (олон сонголттой)	32
График 20. Шуудангийн үйлчилгээ хамгийн их авдаг байгууллагууд	32
График 21. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагатай хамтран ажилладаг байгууллагуудын захиалга хийдэг хэлбэр (олон сонголттой).....	33
График 23. Байгууллагын үйлчлүүлэгчид шуудангийн үйлчилгээг ихэвчлэн ямар хэлбэрээр авч байгааг тодруулах (олон сонголттой)	34
График 24. Үйлчилгээний талаарх мэдээллийг авдаг хэлбэр.....	34
График 25. Байгууллагын хэрэглэгчид үйлчилгээний төлбөр, тооцоог хэрхэн хийдэг болох (олон сонголттой)	35
График 26. Байгууллагын хэрэглэгчдэд шуудангийн үйлчилгээг хүргэхэд тулгарч буй хүндрэл, асуудал.....	35
График 27. Үйлчлүүлэгчдийн ихэвчлэн авдаг үйлчилгээний нэр, төрөл (олон сонголттой)	36
График 28. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчид үйлчлүүлэгчид шуудангийн үйлчилгээг авах ямар боломжуудыг олгодог болох (олон сонголттой).....	36

График 30. Хэрэглэгчдийн шуудангийн үйлчилгээг хүлээн авах хэлбэр (олон сонголтод)	37
График 31. Шуудангийн үйлчилгээ, илгээмжийн талаарх мэдээллийг үйлчлүүлэгчид ямар хэлбэрээр авдаг (олон сонголтод)	37
График 32. Шуудангийн үйлчилгээ авсан төлбөр тооцоо хийх хэлбэр (тухайн байгууллагаар үйлчлүүлэхдээ төлбөр тооцооны ямар хэлбэрийг түлхүү ашигладаг)	37
График 33. Хэрэглэгчдэд шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэхэд тулгарч буй асуудал, хувиар	38
График 35. Хэрэглэгчдийн сонгосон үйлчилгээ	41
График 36. Үйлчилгээг авсан хугацаа	41
График 38. Шуудангийн үйлчилгээг сонгохдоо хэрэглэгчдийн анхаардаг зүйлс (олон сонголттой)	42
График 39. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчийг сонгосон байдал (олон сонголттой)	43
График 40. Шуудангийн үйлчилгээ авсан газар	44
График 41. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчийг сонгодог шалтгаан (олон сонголт), хувиар	44
График 42. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагын талаарх мэдээллийг авах хэлбэр (олон сонголттой), хувиар	45
График 43. Шуудангийн үйлчилгээний захиалга баталгаажуулсан хэлбэр	45
График 44. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч шуудангийн үйлчилгээний талаарх мэдээллийг авах боломжийг хэрхэн бүрдүүлсэн болох (олон сонголттой)	46
График 45. Шуудангийн үйлчилгээг авсан төлбөр тооцоог хийсэн хэлбэр (олон сонголттой)	46
График 46. Шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хүргэх хэлбэр	47
График 47. Шуудангийн үйлчилгээ авахад хүндрэлтэй байсан асуудал (олон сонголттой)	47
График 48. Шуудангийн үйлчилгээг сайжруулах санал, хувиар	48
График 49. Онлайн/цахим хэлбэрээр захиалсан бараагаа авч буй хэлбэр (олон сонголттой)	49
График 50. Онлайн/цахим худалдаагаар захиалсан барааг хүлээн авахад учирдаг хүндрэл (олон сонголттой), хувиар	50
График 51. Онлайн/цахим худалдааны төлбөр тооцооны хэлбэр (олон сонголттой)	50
График 52. Онлайн/цахим худалдааны үйлчилгээний чанарыг сайжруулах санал, хувиар	51
График 53. Ил захидал, баримт бичиг, илгээмж илгээх хэрэгцээ байдаг эсэх	51
График 54. Шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ	52
График 55. Шуудангийн үйлчилгээг сонгохгүй байгаа шалтгаан	52
График 56. Шуудангийн үйлчилгээг авах боломж (олон сонголттой)	53
График 57. Хувийн болон албан ажлын шугамаар албан бичиг, захидал, илгээмжийг илгээсэн/хүлээн авсан эсэх	53
График 58. Энэ үйлчилгээг сонгох шалтгаан (олон сонголттой)	54
График 59. Шуудангийн үйлчилгээ сонгохгүй байгаа шалтгаан (олон сонголттой)	54
График 60. Шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хүртээмжтэй болгох, сайжруулах санал, хувиар	55
График 61. Хэрэглэгчдийн шуудангийн үйлчилгээний талаарх ойлголт	55
График 62. “Шуудан” гэдэг үгийг сонсоод санаанд юу бууж байгаагаа илэрхийлэх, хувиар	56
График 63. Дүүрэг бүрд шуудангийн салбар, цэг байдгийг мэддэг эсэх	56
График 64. Шуудангийн үйлчилгээ авахад үүсдэг хүндрэл (олон сонголттой)	57
График 65. Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн нэгдсэн мэдээллийг хаанаас авахыг мэддэг эсэх	57
График 66. Шуудангийн үйлчилгээтэй холбоотой санал, гомдол гарсан үед хаана хандахыг мэддэг эсэх	57

График 67. Шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хүртээмжтэй болгох санал, хувиар . 58

Хүснэгт 1. Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн бизнесийн загварыг зураглах	3
Хүснэгт 2. Тоон судалгааны гүйцэтгэл /иргэн/	5
Хүснэгт 3. Тоон судалгааны гүйцэтгэл /ААНБ/.....	6
Хүснэгт 4. Чанарын судалгааны түүврийн хэмжээ, хуваарилалт	6
Хүснэгт 5. Судалгаанд оролцогчдын ерөнхий мэдээлэл.....	17
Хүснэгт 6. Тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн үйл ажиллагааны төлөв байдал	21
Хүснэгт 7. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудын үйлчлүүлэгчдийн дүнд эзлэх хувь	25
Хүснэгт 8. Байгууллагын хэрэглэгчдийн үйлчилгээний бүтэц (сүүлийн хагас жилээр)..	33
Хүснэгт 9. Үйлчлүүлэгчдийн түлхүү авдаг үйлчилгээ	36
Хүснэгт 10. Судалгаанд оролцогчдын ерөнхий мэдээлэл (нэгтгэсэн хүснэгт)	39
Хүснэгт 11. Шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ, үйлчилгээний төрлөөр (олон сонголттой).....	41
Хүснэгт 12. Үйлчилгээ авсан зорилго/шалтгаан	43
Хүснэгт 13. Хэрэглэгчдийн онлайн/цахим худалдаагаар үйлчлүүлсэн байдал.....	48
Хүснэгт 14. Илгээмжийг ямар хэлбэрээр илгээсэн/хүлээн авсан	53
Хүснэгт 15. Улс хоорондын харьцуулалт	59
Хүснэгт 16. Үйл ажиллагаагаа явуулахад тулгамдаж буй асуудал.....	69
Хүснэгт 17. Шуудангийн тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн үйл ажиллагаа	71
Хүснэгт 18. Шуудангийн үйлчлүүлэгчдийн бүлэг	73
Хүснэгт 19. Үйлчлүүлэгчдийн онлайн, цахим худалдааны үйлчилгээнд оролцсон байдал	74
Хүснэгт 20. “Дайвар ачаа” илгээсэн/хүлээн авсан хэрэглэгчид	76
Хүснэгт 21. Шуудангийн үйлчилгээний талаарх ойлголт, мэдлэг	76

Шигтгээ 1. Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны мэргэжилтэнтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс.....	9
Шигтгээ 2. Шуудангийн үйл ажиллагаа эрхлэгч байгууллагатай хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс.....	11
Шигтгээ 3. Шуудангийн үйл ажиллагаа эрхлэгч байгууллагатай хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс.....	11
Шигтгээ 4. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс.....	12
Шигтгээ 5. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс.....	12
Шигтгээ 6. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс.....	13
Шигтгээ 7. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс.....	14
Шигтгээ 8. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс.....	14
Шигтгээ 9. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс.....	14
Шигтгээ 10. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс.....	15
Шигтгээ 11. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс.....	16

ТОВЧИЛСОН ҮГИЙН ЖАГСААЛТ

АНУ
БГД
БЗД
БНСУ
БНХАУ
МУ
НДШ
НӨАТ
ОУ
СХД
ХУД
ХХЗХ
ЧД

Америкийн нэгдсэн улс
Баянгол дүүрэг
Баянзүрх дүүрэг
Бүгд найрамдах Солонгос улс
Бүгд найрамдах Хятад улс
Монгол улс
Нийгмийн даатгалын шимтгэл
Нэмэгдсэн өртгийн албан татвар
Олон улсын
Сонгинохайрхан дүүрэг
Хан-Уул дүүрэг
Харилцаа холбооны зохицуулах хороо
Чингэлтэй дүүрэг

№	Ажлын даалгавар	Тайланд тусгагдсан эсэх
1	Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгч байгууллагын зах зээлд эзлэх хувь, шуудангийн үйлчилгээг тэлэх, шинэ үйлчилгээний зах зээлийн боломжууд, бизнес загваруудыг үйлчилгээний төрөл бүрээр үйл ажиллагаа, санхүүгийн чадавхид үндэслэн тодорхойлох. Зах зээлийн мэдээллийг шуудангийн үйлчилгээний төрөл (буухиа шуудан, захиалгат хүргэлт, илгээмж гэх мэт), газар зүйн байршил (Монгол улс, Улаанбаатар, аймаг гэх мэт) зэргээр ангилан үзэх боломжтой байх;	4 дүгээр бүлэг
2	Судалгааны асуулгыг хоёр төрлөөр (үйлчлүүлэгч, үйлчилгээ эрхлэгч) бэлтгэн, захиалагч байгууллагаар баталгаажуулж судалгааг авна	Асуулгын хуудсыг 2 төрлөөр захиалагчаас 2 санал авсны үндсэн дээр сайжруулж баталсан.
3	Шуудангийн үйлчилгээний орлого, зардалд нөлөөлж буй хүчин зүйлсийг (технологи, хүргэлтийн хамрах хүрээ, салбар цэг, үр дүнг тооцох боломж гэх мэт) тодорхойлох	4 дүгээр бүлэг 4.2 Дүгнэлт хэсэг
4	Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгчид нь өөрсдийн үйлчилгээг хэрхэн хэрэглэгчдэд танилцуулж байгаа эсэх. Шуудангийн үйлчилгээг өргөжүүлэх хурдан шуурхай, найдвартай болгоход цаашид авч хэрэгжүүлэх зөвлөмжийн санал боловсруулах	5 дугаар бүлэг 5.5 болон санал, зөвлөмж
5	Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн хувьд шуудангийн зах зээлийн таатай орчны талаарх төсөөлөл, санал сэтгэгдэл, эрэлт хэрэгцээ, салбар хоорондын уялдаа холбоог тодруулан судлах	4 дүгээр бүлэг Дүгнэлт, санал, зөвлөмж
6	Шуудангийн тусгай зөвшөөрлийн хэрэгцээ шаардлага, үнэ цэн (Тусгай зөвшөөрлийн төрөл бүрээр)-ийг судалж тодорхойлох, идэвхигүй тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч үйл ажиллагаагаа зогсоож байгаа шалтгаан, хүчин зүйлүүдийг тодруулах, зохицуулалтын зөвлөмжийн санал боловсруулах	4 дүгээр бүлэг 4.1, 4.2
7	Цахим худалдаа эрхлэгч болон шуудангийн хүргэлтийн үйлчилгээ эрхлэгчийн бизнесийн гол зорилго нь юу болохыг тодорхойлох (худалдаа, хүргэлт);	5 дугаар бүлэг 5.1 5.2.2, 5.2.3 болон дүгнэлт санал, зөвлөмж хэсэг
8	Монгол улсад цахим худалдааны хүргэлтийн үйлчилгээний нөхцөл байдлыг судлах, тулгамдаж байгаа асуудлыг тодорхойлох хүрээнд шуудангийн хүргэлтийн үйлчилгээний талаар томоохон 20 хүртэл цахим худалдаа эрхлэгчдээс судалгаа авах;	4 дугаар бүлэг 4.3 хэсэг хүснэгт 12,13 5 дугаар бүлэг 5.2.2 хүснэгт 14
9	Олон улсын шуудангийн зах зээлийн хөгжлийн чиг хандлага, хөгжлийн гол хүчин зүйлс, шинэ техник, технологи, байгальд ээлтэй байх зэрэгт үндэслэн ижил төстэй 3-5 улсын туршлагыг судлах, Монгол улсад нэвтрүүлэх боломжийг харьцуулан шинжлэх	6 дугаар бүлэг болон дүгнэлт хэсэгт орсон.

НЭГ. ГҮЙЦЭТГЭЛИЙН ХУРААНГУЙ

Энэ хэсэгт “Шуудангийн зах зээлийн өнөөгийн нөхцөл байдлын судалгаа”-ны ажлыг гүйцэтгэх гэрээ хийгдсэнээс хойш дараах ажлуудыг гүйцэтгэн тайлангийн төслийг хүргүүлж байна.

Судалгааны бэлтгэл ажлыг хангахтай холбоотой хийгдсэн ажлууд:

- Судалгааны ажлын талаар нэгдсэн ойлголтод хүрэх, хийгдсэн баримт бичгийн шинжилгээний үр дүнгийн талаар захиалагч талтай хамтарсан уулзалт хийсэн.
- Судалгааны дотоод багаараа судалгааны арга зүй, үйл ажиллагааны нарийвчилсан төлөвлөгөө, судалгааны хэрэглэгдэхүүн буюу түүвэр судалгааны асуулгын хуудас, бүлгийн болон ганцаарчилсан ярилцлагын удирдамж, чиглүүлэх асуултууд боловсруулсан.
- Асуулгын хуудсыг захиалагчаар хянуулж, санал авсан бөгөөд саналд үндэслэн асуулгын хуудаст шаардлагатай засварууд хийсэн.
- Судлаачдад зориулсан гарын авлага, сургалтын хөтөлбөр боловсруулсан бөгөөд мэдээлэл цуглуулах 15 судлаачдад нийт 2 удаагийн сургалт зохион байгуулсан. Сургалт нь судалгааны зорилго, зорилт, анхаарах асуудлууд болон асуулгын хуудастай ажиллах зааварчилгааны талаар танилцуулсан болно.
- Зөвлөх үйлчилгээний эхлэлийн тайланг захиалагчид хүргүүлсэн.

Түүвэр судалгааны мэдээлэл цуглуулалттай холбоотой хийгдсэн ажлууд:

- Түүвэр судалгааны зохион байгууллалтыг тусгай зөвшөөрөлтэй шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллага болон иргэд гэсэн 2 ангиллаар зохион байгуулсан бөгөөд түүвэр судалгааны мэдээлэл цуглуулалтын иргэдээс авах хэсэгт Улаанбаатар хот
- болон Ховд, Өмнөговь, Дархан, Дорноговь гэсэн аймгуудын 542 иргэд судалгаанд хамрагдсан.
- Харин мэдээлэл цуглуулалтын шуудангийн үйлчилгээ үзүүлдэг байгууллагаас авах хэсэгт шуудангийн тусгай зөвшөөрөлтэй 93 байгууллага судалгаанд хамрагдав.

Чанарын судалгааны мэдээлэл цуглуулалттай холбоотой хийгдсэн ажлууд:

- Чанарын судалгааны хүрээнд шуудангийн үйлчилгээ үзүүлдэг аж ахуйн нэгж, шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын үйлчлүүлэгч, харилцаа холбооны зохицуулах хорооны төлөөлөл гэх 3 төрлийн 18 оролцогчтой ганцаарчилсан ярилцлага хийв.

Хоёрдогч мэдээлэлд дүн шинжилгээ хийх, баримт бичгийн судалгаа боловсруулахтай холбоотой хийгдсэн ажлууд:

- Уг ажлын хүрээнд БНХАУ, БНСУ, АНУ гэх 3 улсын шуудангийн зах зээлийн өнөөгийн нөхцөл байдал бизнес загвар гэх мэт мэдээллийг бүрдүүлэв.

Тайлан боловсруулахтай холбоотой хийгдсэн ажлууд:

- Түүвэр судалгааны датаг цэвэрлэх, кодлох буюу мэдээлэл боловсруулалтад датаг бэлтгэсэн;

- Тоон болон чанарын мэдээлэлд боловсруулалт, анализ хийсэн;
- Олон улсын шуудангийн зах зээлийн баримт бичгийн судалгаан дээр үндэслэн шуудангийн үйлчилгээний оновчтой бизнес загварыг боловсруулсан;

ХОЁР. СУДАЛГААНЫ АРГА ЗҮЙ

2.1. СУДАЛГААНЫ ЗОРИЛГО

Энэхүү судалгааны зорилго нь Цахим худалдааг дэмжих замаар шуудангийн үйлчилгээг хөгжүүлэх, тэлэх боломж, бизнес загварыг судлах, тодорхойлоход оршино.

Дээрх зорилгыг хэрэгжүүлэхийн тулд дараах зорилтуудын хүрээнд судалгааны ажлыг хийж гүйцэтгэнэ.

- Шуудангийн сүлжээ, үйлчилгээний өнөөгийн нөхцөл байдал, тулгамдаж байгаа асуудлуудыг тодорхойлох;
- Монгол улсын цахим худалдааны хүргэлтийн үйлчилгээний нөхцөл байдлыг судлах, тулгамдаж байгаа асуудлыг тодорхойлох;
- Цахим худалдаа, шуудангийн үйлчилгээний сүүлийн үеийн чиг хандлагын талаар олон улсын сайн туршлагыг судалж, шуудангийн үйлчилгээг тэлэх болон шинэ үйлчилгээний зах зээлийн боломжууд, бизнес загваруудыг тодорхойлох;
- Шуудангийн төлбөр тооцоо, бүртгэл хяналтын дижитал системийг судлах, оновчтой шийдлийн талаар санал боловсруулах;
- Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгчдэд болон зохицуулалтын талаар санал зөвлөмж боловсруулах.

2.2. СУДАЛГААНЫ АЖЛЫН АРГА ЗҮЙ

Шуудангийн үйлчилгээний зах зээл, оролцогч талуудын үйл ажиллагаа, нөхцөл байдлыг тодруулах судалгааг гүйцэтгэхдээ маркетинг болон статистикийн судалгааны тоон болон чанарын судалгааны аргуудыг ашигласан.

2.2.1. Мэдээлэл цуглуулах эх үүсвэр

Шуудангийн үйлчилгээний зах зээл, оролцогч талуудын үйл ажиллагаа, нөхцөл байдлыг тодорхойлохын тулд анхдагч болон хоёрдогч эх үүсвэрүүдээс мэдээллийг цуглуулсан.

- Анхдагч мэдээллийг цуглуулах (Асуулгын буюу анкетын аргаар, ярилцлага)
- Хоёрдогч мэдээллийг цуглуулах эх үүсвэр (ОУ-ын шуудангийн үйлчилгээний туршлага, чиг хандлага; МУ-ын шуудангийн үйлчилгээний одоогийн нөхцөл байдал; Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны шуудангийн үйлчилгээний тайлан, төлөвлөгөөтэй танилцах гм)

2.2.2. Судалгааны мэдээллийг боловсруулах арга, аргачлал

Тоон болон чанарын аргаар цуглуулсан мэдээллийг боловсруулахдаа маркетинг, статистикийн аргуудыг ашиглах бөгөөд тэдгээрийг батлах эшлэл, хүснэгт, схем, матриц зэргийг тайлбарлах мөн математик статистикийн SPSS22 программыг ашиглан үр дүнг боловсруулсан. Мөн зорилго үр дүнг үнэлэх Result Based Monitoring Matrix аргаар шуудангийн үйлчилгээний зах зээл оролцогч талуудыг тодорхойлсноор **“Бизнес моделийн хавтгайг” зураглаж судалгааны тайланд тусгасан.**

Хүснэгт 1. Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн бизнесийн загварыг зураглах

Д/д	Бизнесийн үйл ажиллагааг тодруулах	Тодруулах асуудлууд	Мэдээлэл цуглуулах арга, аргачлал
1	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч компанийн гол нөөцүүдийг тодруулах	Компанийн шуудангийн үйлчилгээ эрхэлсэн хугацаа Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэх ямар төрлийн тусгай зөвшөөрөл эзэмшдэг зэрэг	Хоёрдогч мэдээлэл (МУ-д үйл ажиллагаа явуулж байгаа шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн тоон мэдээлэл, судалгаатай танилцах) Анхдагч мэдээлэл (Шуудангийн үйлчилгээ эрхэлдэг байгууллагаас авах чанарын судалгаа)
2	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч компаниудын гол харилцагч байгууллагуудыг тодруулах	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч бусад байгууллагуудтай хамтран ажилдаг эсэх Санхүүгийн байгууллагуудтай хамтран ажиллаж байгаа эсэх Компанийн веб сайт болон дижитал шилжилтийн үйл ажиллагаатай холбоотой технологийн компаниудтай хамтран ажилладаг эсэх	Хоёрдогч мэдээлэл (ОУ-ын туршлага) Анхдагч мэдээлэл Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагын судалгаа Шуудангийн үйлчилгээ авдаг үйлчлүүлэгчдийн судалгаа
3	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч компаниудын гол үйл ажиллагаа	Шуудангийн үйлчилгээний компаниудын зах зээлд санал болгож буй бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний нөхцөл байдал	Хоёрдогч мэдээлэл (МУ-д үйл ажиллагаа явуулж байгаа шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн тоон мэдээлэл, судалгаатай танилцах) Анхдагч мэдээлэл Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагын судалгаа Шуудангийн үйлчилгээ авдаг үйлчлүүлэгчдийн судалгаа
4	Шуудангийн үйлчилгээний үйлчлүүлэгч гол	Хэрэглэгчдийн сегментийг тодруулах (шуудангийн ямар төрлийн үйлчилгээг түлхүү авдаг, үйлчилгээг худалдан авах төлөв байдал) Байгууллагын хэрэглэгч (B2B) Хэрэглэгч (B2C)	Анхдагч мэдээлэл Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагын судалгаа Шуудангийн үйлчилгээ авдаг үйлчлүүлэгчдийн судалгаа
5	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч нь хэрэглэгчдээ ямар үнэ цэнэ санал болгож байгааг тодруулах	Үйлчлүүлэгчдийн тав тух, үйлчилгээний найдвартай байдал, үйлчилгээний нөхцөл зэргийг тодруулах	Анхдагч мэдээлэл Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагын судалгаа Шуудангийн үйлчилгээ авдаг үйлчлүүлэгчдийн судалгаа
6	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч нь үйлчлүүлэгчидтэй ямар сувгаар холбогдож байгааг тодруулах	Байгууллагын хэрэглэгчидтэй холбогдох сувгууд Эцсийн хэрэглэгчидтэй холбогдох сувгууд	Хоёрдогч мэдээлэл (ОУ-ын туршлага) Анхдагч мэдээлэл Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагын судалгаа Шуудангийн үйлчилгээ авдаг үйлчлүүлэгчдийн судалгаа

Д/д	Бизнесийн үйл ажиллагааг тодруулах	Тодруулах асуудлууд	Мэдээлэл цуглуулах арга, аргачлал
7	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч нь үйлчлүүлэгчтэй харилцах харилцааны төлөв байдал	Компани хэрэглэгчтэй холбогдох боломжууд Шуудангийн үйлчилгээний талаарх мэдээллийг B2B, B2C хүргэх арга хэлбэр	Анхдагч мэдээлэл Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагын судалгаа Шуудангийн үйлчилгээ авдаг үйлчлүүлэгчдийн судалгаа
8	Орлого, зардал	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчийн орлогын болон зардлын бүтцийг тодруулах	Анхдагч мэдээлэл Хоёрдогч мэдээлэл

2.3. ТҮҮВЭРЛЭЛТ, ТҮҮВРИЙН ГҮЙЦЭТГЭЛ

2.3.1. Тоон болон чанарын судалгаа

Шуудангийн үйлчилгээний зах зээл, оролцогч талуудын үйл ажиллагаа, нөхцөл байдлыг тодруулах судалгааны ажлыг үр дүнтэй байлгах үүднээс магадлалт түүвэр (энгийн санамсаргүй түүвэр, мужилсан түүвэр) -ийн аргуудыг ашиглан судалгааг авсан. Муж бүрээс түүвэрлэлт хийхдээ энгийн санамсаргүй түүврийн аргыг ашигласан.

- Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудын үйл ажиллагааны цар хүрээ, гол оролцогч талууд, санал болгож буй үйлчилгээний нэр төрөл, үнэ, идэвхжүүлэлт, хуваарилалт
 - ✓ Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгч (шуудангийн үйлчилгээ эрхлэхэд оролцогч талуудын үүрэг, оролцоо, зах зээлд санал болгож буй үйлчилгээ, зах зээлийн нөхцөл байдлыг тодруулах)
 - ✓ Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчид (ОУ-ын болон дотоодын шуудангийн үйлчилгээний цар хүрээ, оролцогч талууд, үйлчилгээний хүртээмжийг тодруулах)
- Шуудангийн үйлчилгээг хүлээн авагчдын төлөв байдал, үйлчилгээг хүлээн авахад тулгарч буй нөхцөл байдал
 - ✓ Байгууллагын хэрэглэгчид (байгууллагын хэрэглэгчдийн шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ, хэрэгцээг шийдвэрлэж буй арга хэлбэр, үйлчилгээ авахад тулгарч буй асуудал)
 - ✓ Эцсийн хэрэглэгчид (хэрэглэгчдийн шуудангийн үйлчилгээ авч буй хэлбэр, төлөв байдал, тулгарч буй асуудал гм)

А. Тоон судалгааны түүврийн гүйцэтгэл

Иргэд, олон нийтийн тоон судалгаанд 500 оролцогч хамруулах байсан бөгөөд судалгаанд нийт **542** оролцогч хамрагдсан.

Хүснэгт 2. Тоон судалгааны гүйцэтгэл /иргэн/

Ангилал	Аймаг дүүргийн нэр	Шуудангийн үйлчилгээ авдаг			Шуудангийн үйлчилгээ авдаггүй		
		Авах тоо	Авсан тоо	Нийт	Авах тоо	Авсан тоо	Нийт
Орон нутаг	Ховд	23	23	106	8	11	53
	Орхон	23	23		8	11	
	Өмнөговь	22	27		7	15	
	Дорноговь	22	33		7	16	

Ангилал	Аймаг дүүргийн нэр	Шуудангийн үйлчилгээ авдаг			Шуудангийн үйлчилгээ авдаггүй		
		Авах тоо	Авсан тоо	Нийт	Авах тоо	Авсан тоо	Нийт
Улаанбаатар	Хан-Уул	32	32	275	11	12	108
	Сонгинохайрхан	32	34		11	12	
	Баянгол	32	33		11	13	
	Баянзүрх	32	33		11	13	
	Багануур	31	32		11	10	
	Налайх	31	30		10	15	
	Чингэлтэй	31	25		10	12	
	Сүхбаатар	32	32		10	12	
	Багахангай	32	24		10	9	
Нийт		375	381	381	125	161	161

Мөн тоон судалгаанд шуудангийн тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч 113 байгууллага оролцох байснаас **93** байгууллагаас судалгаа авсан.

Хүснэгт 3. Тоон судалгааны гүйцэтгэл /ААНБ/

Д/д	Оролцогч талуудаас авах судалгаа	Судалгаанд хамруулах түүвэр	Судалгаанд хамрагдсан байгууллагын тоо
1	Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгч аж ахуйн нэгж	113	93
Нийт		113	93

В. Чанарын судалгааны түүврийн гүйцэтгэл

Чанарын судалгааг ганцаарчилсан ярилцлагын аргаар зохион байгуулахаар төлөвлөсөн байсан. Чанарын судалгаанд нийт 18 оролцогч оролцох байсан бөгөөд 100 хувийн гүйцэтгэлтэй амжилттай явагдаж өндөрлөсөн.

Хүснэгт 4. Чанарын судалгааны түүврийн хэмжээ, хуваарилалт

Д/д	Оролцогч талуудаас авах судалгаа	Судалгаанд хамруулах байршил	Судалгаанд хамруулах түүвэр	Оролцогчдын тоо
1	ХХЗХ-ны төлөөлөл	Улаанбаатар хот	2	2
2	Шуудангийн үйлчилгээний тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч байгууллагын төлөөлөл (Үйл ажиллагааны чиглэлийг харгалзан сонгох)	Улаанбаатар хот Орон нутаг	4	4
3	Шуудангийн үйлчилгээгээр үйлчлүүлэгчид Байгууллагын үйлчлүүлэгч	Орон нутаг	2	2
		Улаанбаатар хот	10	10
Нийт			18	18

2.4. МЭДЭЭЛЭЛ ЦУГЛУУЛАЛТЫН ЗОХИОН БАЙГУУЛАЛТ

Зөвлөх багийн боловсруулсан судалгааны хэрэглэгдэхүүн болох асуулга, ганцаарчилсан ярилцлагын чиг асуултуудын дагуу талбарт мэдээлэл цуглуулах, цуглуулсан мэдээллийг компьютерт оруулах ажлыг “Эс Ай Си Эй” ХХК-ийн Мэдээлэл цуглуулалт, боловсруулалтын хэлтэс зохион байгуулж ажиллалаа.

Мэдээлэл цуглуулалтын багт Нийгэм, эдийн засгийн судалгааны хэлтсийн захирал Э.Должин, МЦБХ-ийн захирал Х.Долгормаа, менежер Ө.Халиун, менежер,

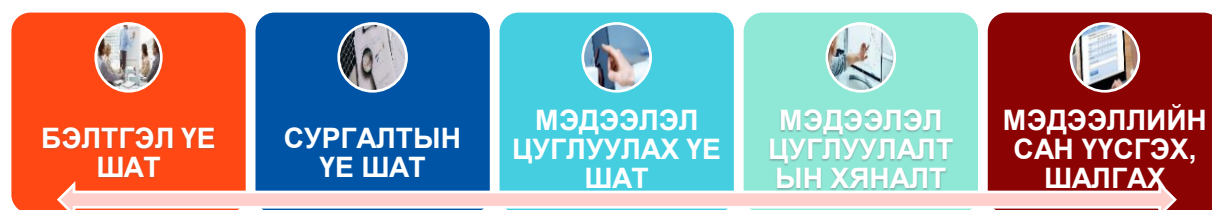
Д.Даваадулам, Н.Энэрэл, Х.Очирбат, 20 мэдээлэл цуглуулагч, 3 шивэлтийн оператор ажилласан.

Тоон судалгааг CAPI (Computer Assisted Personal Interview) буюу Таблетаар мэдээлэл цуглуулах нь цаасан асуулгаар мэдээлэл цуглуулах **PAPI** (Paper Assisted Personal Interview) аргыг хослуулан ашиглан зохион байгууллаа.

2.4.1. Мэдээлэл цуглуулсан үе шат дараалал

Мэдээлэл цуглуулах багийн ажилчдыг судалгааны талбарт амжилттай мэдээлэл цуглуулалт хийхийн тулд бид үндсэн 5 үе шаттайгаар мэдээлэл цуглуулах үе шатыг зохион байгууллаа.

Зураг 1. Мэдээлэл цуглуулалт, боловсруулалтын үе шат дараалал



1. Бэлтгэл үе шат

Бэлтгэл ажлын хүрээнд үйл ажиллагааны төлөвлөгөө, асуулгын дагуу мэдээлэл цуглуулах программ боловсруулах, программ турших, техник хэрэгслийн бэлэн байдлыг хангах, судлаачийн иж бүрдлийг **бэлтгэх ажлыг гүйцэтгэсэн.**

2. Сургалтын үе шат

Мэдээлэл цуглуулалтын багийн ахлагч, хянагч судлаачдын сургалтыг зохион байгуулав. Мэдээлэл цуглуулалтын сургалтын агуулгыг судалгааны асуумжийн дагуу боловсруулж, нэг өдрийн сургалтад дараах агуулгыг багтаалаа. Үүнд:

- Төслийн зорилго, зорилт, хүлээгдэж буй үр дүн
- Асуулгын хуудасны бүтэц, судалгаа бөглөх ерөнхий арга зүй
- Асуулгын хуудасны дэлгэрэнгүй зааварчилгаа
- Асуулт хариулт
- Талбарт ажиллах аюулгүй ажиллагааны зааварчилгаа
- Мэдээллийн чанар хянах процесс
- Багийн бүтэц зохион байгуулалт
- Мэдээлэл цуглуулахад анхаарах асуудал, зөвлөмж
- Асуулт хариулт
- Түүврийн хуваарилалт, цалин хөлс, бусад мэдээлэл

3. Мэдээлэл цуглуулах үе шат

Мэдээлэл цуглуулах үйл ажиллагаа нь төлөвлөгөөний дагуу мэдээлэл цуглуулах багийн хуваарилалт, зураглалаар эхэлж, өдөр тутамд арга зүйн дагуу хяналт тавьж зохион байгуулсан.

4. Мэдээлэл цуглуулалтын хяналт

Мэдээлэл цуглуулалтын явц дунд утсаар, рекорд сонсох болон талбар дээрх хяналт хийсэн. **Нийт түүврийн 5 хувьд анкетыг давхар шивэх хяналт хийсэн.**

5. Мэдээллийн сан үүсгэх, шалгах

Арга зүйн болон логик хяналтыг хийж, нээлттэй асуултыг кодлох бүлэглэх процесс явагдсан.

2.4.2. Чанарын судалгааны зохион байгуулалт

Оролцогч талуудтай ганцаарчилсан ярилцлагын аргаар мэдээлэл цуглуулан үр дүнг нэгтгэсэн.

2.4.3. Судлаачдын аюулгүй байдал

Судалгааны мэдээлэл цуглуулах шатанд судлаачдын аюулгүй байдалд нэн тэргүүнд анхаарч судлаач нэг бүрт дараах хэрэгслийг бэлтгэж өгч ажиллаа. Үүнд:

1. Мэдээлэл цуглуулагчийн ажиллах цагийн хуваарийг нарийвчлан гаргаж гэрээнд тусган баталгаажуулж мөрдүүлсэн.
2. Судлаач бүрт албан ёсны үнэмлэх заавал олгосон.
3. Ажлын үнэмлэхний ард “Аюулгүй ажиллагааны зааварчилгаа”-г оруулсан.
4. Судлаачийн үнэмлэхийн ард судалгааны ахлах, хянагч, оффисын утас болон яаралтай тусламжийн утсыг заавал байршуулсан.
5. Анхан шатны тусламж үйлчилгээ үзүүлэх боломжтой эмийн сан (толгой, гэдэс, өвчин намдаах эм) витамин, бент зэргийг талбарт ажиллаж буй баг тус бүрд бэлтгэн өгсөн.

ГУРАВ. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭ ҮЗҮҮЛЭГЧДИЙН ОРОЛЦОГЧ ТАЛУУДЫН ӨНӨӨГИЙН НӨХЦӨЛ БАЙДАЛ

3.1. МУ-ЫН ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ЗОХИЦУУЛАЛТ, ХУУЛЬ ЭРХ ЗҮЙН НӨХЦӨЛ БАЙДАЛ

Монгол Улсад шуудангийн үйлчилгээтэй холбоотой бүх үйл ажиллагаа нь Шуудангийн тухай хууль, Харилцаа холбооны тухай хууль, Зөвшөөрлийн тухай хуулиар зохицуулагддаг байна.

Шигтгээ 1. Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны мэргэжилтэнтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс

Монгол Улс дах бүх шуудангийн үйл ажиллагаа шуудангийн тухай хууль, Харилцаа холбооны тухай хууль, Зөвшөөрлийн тухай хуулиар зохицуулагддаг. Шуудангийн үйл ажиллагаа зөвшөөрлийн дагуу явагддаг тул Зөвшөөрлийн тухай хуулиар зохицуулагдаад явдаг. Шуудангийн тухай багц хууль нь 2019, 2021 онд шинэчлэн найруулсан учраас хууль эрх зүйн орчны зохицуулалт хангалттай гэж үзэж байна.

Шуудангийн үйлчилгээтэй холбоотой шуудангийн тухай хууль хэрэгжиж байгаа. Ерөнхийдөө Харилцаа холбооны тухай хууль гэсэн малгай хууль дотроо өргөн нэвтрүүлэг, радио долгионы тухай гэх мэтээр салбарлаад явдаг. Эрх зүйн зохицуулалтын хувьд дутмаг зүйлс байгаа, бүх зүйлийг хуулиар зохицуулах боломжгүй. Эрх зүйн хувьд зохицуулагдаагүй зүйлсийг Захиргааны ерөнхий хуулийн дагуу захиргааны арга хэмжээг аван ажиллаж байна. Зохицуулалт хийгдэж, хуульд өөрчлөлт ороод явж байгаа. Манай улсын хувьд хуульд өөрчлөлт оруулах явц удаан үргэлжилдэг тул хүндрэлтэй байдаг. Хуулийн зохицуулалт ямар түвшинд байна вэ гэвэл бидний зүгээс монопол компаниудад зах зээлийн талаасаа зохицуулалт хийдэг. Манайх бол илүүтэй техник талын зохицуулалт хийдэг. Ямартай ч хууль байна, хэрэгжиж байна. Зарим сул талыг нь нөхөх гээд ажиллаж байна.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

3.1.1. Шуудангийн тухай хууль

Энэ хуулийн зорилт нь шуудангийн сүлжээ, түүний ашиглалт, үйлчилгээтэй холбогдсон харилцааг зохицуулахад оршино.

Уг хууль нь анх 2003 оны 5-р сарын 15-ны өдөр батлагдсан бөгөөд түүнээс хойш 7 удаа нэмэлт өөрчлөлт орж хамгийн сүүлд 2023 оны 1-р сарын 6-нд батлагдсан байна. Тухайн хууль нь 8 бүлэг 27 зүйлээс бүрдэх бөгөөд бүлгүүд нь дараах агуулгатай байдаг байна. Үүнд:

1. Нийтлэг үндэслэл
2. Шуудангийн талаарх ерөнхий зохицуулалт
3. Нийтийн шуудангийн үйлчилгээ
4. Үйлчлэгч, үйлчлүүлэгчийн эрх, үүрэг
5. Шуудангийн үйлчилгээний тариф
6. Шуудангийн илгээмжийн төрөл, зэрэглэл
7. Шуудангийн онцлог үйл ажиллагаа
8. Хяналт хариуцлага

3.1.2. Харилцаа холбооны тухай хууль

Энэ хуулийн зорилт нь Монгол Улсад харилцаа холбооны сүлжээ байгуулах, түүнийг ашиглах, хамгаалах, зах зээлийн үр өгөөжтэй, шударга өрсөлдөөнийг дэмжих, иргэн, хуулийн этгээдийг харилцаа холбоо, мэдээллийн технологийн чанартай бүтээгдэхүүн, үйлчилгээгээр хүртээмжтэй хангахтай холбогдсон харилцааг зохицуулахад оршино.

Уг хууль нь анх 2001 оны 10-р сарын 18-ны өдөр батлагдсан бөгөөд түүнээс хойш нийт 20 удаа нэмэлт өөрчлөлт орсон байна. Энэхүү хууль нь 8 бүлэг 33 зүйлээс тогтох бөгөөд бүлгүүд нь дараах агуулгаас бүрддэг байна. Үүнд:

1. Нийтлэг үндэслэл
2. Харилцаа холбооны талаарх төрийн байгууллагын бүрэн эрх
3. Бүх нийтийн үйлчилгээний үүргийн сан
4. Тусгай зөвшөөрөл
5. Харилцаа холбооны сүлжээ
6. Үйлчлэгч, хэрэглэгчийн эрх үүрэг
7. Харилцаа холбооны сүлжээг хамгаалах
8. Хяналт, хариуцлага

3.1.3. Зөвшөөрлийн тухай хууль

Энэ хуулийн зорилт нь үндэсний аюулгүй байдал, санхүүгийн тогтвортой байдал, нийтийн ашиг сонирхол, хүн амын эрүүл мэнд, хүрээлэн байгаа орчинд хохирол учруулж болзошгүй болон орчиндоо аюултай зарим төрлийн үйл ажиллагааг эрхлэх, байгалийн баялаг, төрийн нийтийн өмчийг хязгаартайгаар ашиглахад эрх бүхий этгээдээс зөвшөөрөл олгох, сунгах, түдгэлзүүлэх, сэргээх, хүчингүй болгох, тэдгээрийн бүртгэл, хяналт, түүнчлэн зөвшөөрлийн ангилал, жагсаалтыг тогтоохтой холбогдох нийтлэг харилцааг зохицуулахад оршино.

Уг хууль нь 2022 оны 06-р сарын 17-ны өдөр батлагдсан бөгөөд үүнээс хойш нийтдээ 7 удаа нэмэлт өөрчлөлт орсон байна. Энэхүү хууль нь 9 бүлгээс бүрдэх бөгөөд бүлэг тус бүр нь дараах агуулгаас бүрдэнэ.

1. Нийтлэг үндэслэл
2. Зөвшөөрөл
3. Эрх бүхий этгээд, эрх шилжүүлэх журам
4. Зөвшөөрөл хүсэгч, эзэмшигчид тавигдах нийтлэг шаардлага, зөвшөөрөл эзэмшигчийн эрх, үүрэг
5. Зөвшөөрөл олгох, сунгах журам
6. Зөвшөөрлийг түдгэлзүүлэх, сэргээх хүчингүй болгох
7. Зөвшөөрлийн бүртгэл мэдээлэл
8. Зөвшөөрлөөр эрхлэх үйл ажиллагаа
9. Зөвшөөрлийн хууль тогтоомжийн хэрэгжилтэд хяналт тавих

3.2. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ТУСГАЙ ЗӨВШӨӨРӨЛ ЭЗЭМШИГЧДИЙН ОРОЛЦОГЧ ТАЛУУДЫН ҮЙЛ АЖИЛЛАГААНЫ НӨХЦӨЛ БАЙДАЛ

Шуудангийн зах зээл нь өмнө нь бичиг, цаас, захиа, сонин гэх мэт нийт шуудангийн 90 орчим хувь нь цаасан суурьтай илгээмж байсан. Сүүлийн үед цахим шилжилттэй холбоотойгоор байгууллагууд хоорондоо албан бичиг гэх мэт цаасан зүйлс явуулах шаардлагагүй болж байна. Захиа бичих шаардлагагүй утсаар ярьж, чат бичдэг болсон болохоор уламжлалт шуудангийн хэрэгцээ огцом буурч байна. Оронд нь онлайн захиалга хийх, байгууллагууд хэрэглэгчдийн захиалсан бараа бүтээгдэхүүнээ шуудангаар илгээдэг болж байна. Өөрөөр хэлбэл цаасан суурьтай илгээмжээс илүү бараа бүтээгдэхүүн илгээмжээр авдаг болсон. Цаасан хүргэлт нь зай, жин, овор бага байдаг бол бараа, таваарын хүргэлт нь овор жин ихтэй байдаг бөгөөд шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгчдэд хадгалах байр, машин техник зэрэг дэд бүтцийн өөрчлөлтүүдийг шат дараатайгаар хийх шаардлага гарч байгаа талаар судалгаанд оролцогчид дурдаж байлаа.

Шигтгээ 2. Шуудангийн үйл ажиллагаа эрхлэгч байгууллагатай хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс

Үйлчилгээ авдаг томоохон байгууллагуудаас дурдвал төрийн болон хувийн хэвшлийн байгууллагууд байгаа. Хэрэглэгч хувь хүн эсвэл байгууллага, яам тамгын газруудад ямар нэгэн санал хүсэлт, албан бичиг зэрэг эз шуудангаар илгээдэг. Хэрэглэгчдийн захиалсан сонин зэргийг хаягаар нь хүргэж өгдөг. Замын хөдөлгөөний торгуулийн төвөөс авто машины торгуулийг хаягаар нь явуулдаг, шүүх тамгын газрууд мэдээдэх хуудас зэрэг эз явуулдаг. Сүүлийн үед нэмэгдэж байгаа нэг том жишээ гэвэл и-монголиа. Иргэд жолооны үнэмлэх, иргэний үнэмлэх зэрэг эз цахимаар захиалан шуудангаар авдаг. Дараагийн бүлэг хэрэглэгчид нь бол онлайнаар үйлчилгээ эрхэлдэг хүмүүс. Цахимаар захиалга аван тэдгээр бараа, бүтээгдэхүүнээ шуудангийн үйлчилгээгээр хүргүүлдэг. Мөн хувь хүмүүс ч үйлчилгээ авдаг. Давтамжийн хувьд томоохон тогтмол үйлчилгээ авдаг газрууддаа хүргэлтийг нь очиж аваад хот дотор өдөртөө юм уу, маргааш нь хүргэдэг. Аймгийн төвүүдийн шууданг 2-3 хоногт хүргэдэг бол сумдууд руу 5-14 хоногийн дотор хүргэдэг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Хэрэглэгчдийн шуудангийн илгээмжийн төрөл зүйл өөрчлөгдөхийн хэрээр шуудангийн зах зээл мөн адил хувьсаж өөрчлөгдөж байгаа бөгөөд шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч аж ахуйн нэгжүүд үйл ажиллагаагаа өргөжүүлж зах зээлээ тэлэх шаардлага тулгарч байна.

Шигтгээ 3. Шуудангийн үйл ажиллагаа эрхлэгч байгууллагатай хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс

Зах зээлийн онцлог өөрчлөгдөж байгаа учраас хуучин байсан дэд бүтцийн хүчин чадлаараа шинэ зүйл хийх боломжгүй тул дэд бүтцээ өөрчлөх хэрэгтэй. Байр талбай, агуулахтай болох одоогоор байр агуулах түрээсэлдэг. Сүүлийн үед хийгдсэн хамгийн том алхам нь 2016 онд манай компани хөрөнгийн бирж дээр IPO хийсэн. 34 хувийг ард иргэдэд IPO хийж хөрөнгө босгож өөрийн үйл ажиллагааг сайжруулах, дэд бүтцийг өөрчлөх эх үүсвэр бий болгосон. Тодруулбал шууданг гадаадын болон дотоодын шуудан илгээмж гэж ангилдаг. Эдгээрт зориулсан агуулахыг бариад дуусах шатандаа орж байна. Ойролцоогоор 5 орчим тэрбум төгрөгийн төсвөөр босож байгаа. Нисэх онгоцны буудал өөрчлөгдсөнтэй холбоотойгоор гадаадын шуудан илгээмж агаараар явдаг. Дараагийн 10 эсвэл 20 жилийн шуудан илгээмж энэ агуулахаараа дамжин явах боломж үүсэж байгаа. Дотоодын шуудан илгээмжийн талбай нь гадаадын шуудан агуулахаас том. Агуулахын хувьд түрээснээс түрээсийн хувьд дамжаад яваад байх нь найдвартай, аюулгүй байдал, тогтвортой байдалд сөрөг нөлөөтэй. Үүнд тулгарч байгаа нэгэн том хүндрэл нь үүнийг хийх газар байхгүй байгаа төрөөс үүнийг

шийдвэрлэж өгөх шаардлагатай. Дараагийн асуудал нь санхүүгийн эх үүсвэр. Хувьцаа худалдаалах, эсвэл бонд гаргах замаар эдгээрийг шийдвэрлэх боломжтой.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Монголын шуудангийн зах зээлд шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгчид улс хоорондын, хөдөө орон нутгийн, хот доторх гэсэн 3 чиглэлд шуудангийн үйл ажиллагаа эрхэлдэг. Гэвч хөдөө орон нутгийн шуудангийн үйлчилгээ нь орлогоосоо давсан зарлагатай байдаг учир тус чиглэлд 1-2 байгууллага л үйл ажиллагаа явуулдаг байна. Иймд тухайн компани урт хугацаанд алдагдалд орсноор шуудангийн үйлчилгээг зогсоох эрсдэлд хүрч болзошгүй байгаа бөгөөд энэ тал дээр төрийн бодлого зохицуулалт шаардлагатай байгаа юм.

Шигтгээ 4. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс

Зохицуулалтын бөгөөд зах зээлийн талаас нь яривал. Сүүлийн судалгаагаар шуудангийн зах зээлд 25-30 орчим тэрбум төгрөг гэж үзвэл. Үүний 70-80 хувь нь Улаанбаатар хотод байгаа. Үлдсэн 20-30 хувь нь орон нутагт байгаа. Энэ зах зээл дээр оролцож байгаа оролцогчдыг авч үзвэл. Монгол Улсад шуудангийн тусгай зөвшөөрөлтэй 50 гаран компани байгаа. Эдгээр шуудангийн дийлэнх нь Улаанбаатар болон улс хоорондын шуудан дээр байгаа. Орон нутгийн зах зээл дээр шуудангийн үйлчилгээ үзүүлдэг 1-2 компани байгаа. Энэ нь гол зах зээл дээрээ олон компани үйл ажиллагаа явуулж байгаа. Орон нутгийн шуудангийн зардал нь өндөр байдаг. Жишээлбэл: Монгол улсад 4-5 үүрэн телефон оператор байна. Дуртай болгон нь үүрэн телефон оператор нээгээд зах зээл дээр орж ирж чадахгүй, хязгаарлагдмал байдаг. Аюулгүй, баталгаатай байдал талаасаа энэ нь хязгаарлагдмал байдаг. Шуудангийн хувьд Орон нутагт цөөхөн хэдэн компани нь шуудангийн үйл ажиллагаа эрхэлж, өндөр өртөгтэй тул алдагдал хүлээсээр үйл ажиллагаа тогтвортой явуулах эсэхэд эргэлзээ бий болно. Энэ нь цаашлаад хөдөө орон нутагт оршин суудаг манай улсын хүн амын 40-50 хувь нь шуудангийн үйлчилгээ авч чадахгүйд хүрнэ. МУҮХ заасан Монгол Улсын иргэн оршин суугаа газраасаа үл хамааран төрийн үйлчилгээ авах эрх буюу тодруулбал шуудан авах эрх нь зөрчигдөнө. Энэ асуудлын хүрээнд төрийн зохицуулалт шаардлагатай. Нэг зах зээл дээр олон жижиг компани үйл ажиллагаа явуулаад байвал нэгж компани олох ашиг буурна. Компани хувьд ашиг гэдэг нь дараа жилийн үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэх капитал нь байдаг. Ашиг багасаж алдагдал ихсээд байвал тухайн компани үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэх боломжгүй. Тэгэхээр дэд бүтэц болон, хөрөнгөө шинэчлэн хөгжүүлж чадахгүй улам хоцрогдож байна гэсэн үг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Манай улсын хаягжилт нь муу учраас хүргэлт хийхэд хүндрэлтэй байдаг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Шуудангийн зах зээл нь Монгол Улсад хөгжөөгүй байгаа зах зээлийн нэг бөгөөд хөгжих боломж байгаа. Одоогийн байдлаар Монгол Улсын 1 хүн дунджаар жилд 1 шуудан хүлээж авдаг бөгөөд шуудангийн зах зээл хөгжсөн орон буюу АНУ-д бол 1 хүн жилд дунджаар 30-40 шуудан хүлээж авдаг. Тийм болохоор үүнтэй ижил шуудангийн зах зээлийг хөгжүүлэх боломж бололцоо байгаа.

Шигтгээ 5. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс

Шуудангийн зах зээл нь хөгжөөгүй байгаа болохоор хөгжих том шаардлага байна. Хөгжихийн тулд хөрөнгө оруулалт хийх хэрэгтэй. Хөрөнгө оруулалт хийхийн тулд мөнгө санхүү шаардлагатай, бүх зүйлс хоорондоо уялдаа холбоотой. Тэгэхээр шуудангийн зах зээл дээр үйл ажиллагаа явуулж байгаа компаниуд хөрөнгө оруулалтаа сайн хийж үйл ажиллагаагаа өргөжүүлж чадвал хөгжих боломж их байна. Манай компани хувьд хувьцаагаа олон нийтэд гаргаж арилжаалж, олон нийтийн хараа хяналт сайжирснаар маш олон эерэг нөлөө үзүүлсэн. Шинэ хувьцаа эзэмшигчид буюу олон нийтээс татан төвлөрүүлсэн хөрөнгөөр анх удаа олон улсын шуудан ялгаж боловсруулдаг агуулахтай болж байна. 100 гаран жилийн түүхтэй

компанийн анхны агуулах гэж хэлж болно. Машин, салбаруудын байр гэх мэт олон зүйлд мөнгө зарцуулж байгаа. Энэ хөрөнгө оруулалт дуусаж байгаа, дараагийн хөрөнгө оруулалтын хэрэгцээ үүсэж байгаа дотоодын шуудан илгээмжийг хүлээн авч ялгадаг агуулах савны хэрэгцээ байгаа. Дахин иргэдэд нээлттэйгээр хувьцаа арилжаалах боломж байгаа, үүнийг хийхийн тулд ТУЗ-ын гишүүд, хувьцаа эзэмшигчид шийдвэр гаргах шаардлагатай. Манай компанийн 66 хувийг төр эзэмшдэг. Тэгэхээр төр тодорхой шийдвэр гаргаж дараагийн түвшинд хөгжих хэрэгтэй. Тэр боломж нь байгаа. Мэдээж хөгжүүлэхийн тулд үндэсний гэсэн ойлголтоороо бүс нутгуудад агуулах талбайтай байх хэрэгтэй. Түрээсэлж байна гэдэг нь найдваргүй, тогтворгүй байна гэсэн үг. Иймэрхүү шийдвэрийг гаргаж бодлого боловсруулагчдын зүгээс дэмжих шаардлагатай. Хөрөнгө оруулагчдын зүгээс дараагийн боломж байгаа учраас ийшээ хөрөнгө оруулалтыг хийх шийдвэрийг гаргах шаардлагатай гэж харж байна. Зохицуулагч нарын хувьд энд чиглэсэн зохицуулалтуудыг хийх шаардлагатай байх гэж харж байна.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Манай улсад аливаа үйл ажиллагаа явуулахад татвар маш их байдаг. Нөхцөл байдлыг нь харгалзан үзэж татварт уян хатан хандаасай гэж үзэж байна.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Мөн манай улсад шуудангийн үйл ажиллагаа эрхлэхэд тухайн байгууллагаас шалтгаалахгүйгээр маш олон асуудал тулгардаг бөгөөд үүнийг дурдвал:

Шигтгээ 6. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс

Шуудангийн үйлчилгээг явуулахад тулгарч буй хэд хэдэн асуудал байгаа. Шууданг тодорхой нэг цэгээс нөгөөд хүргэхэд замын түгжрэл хүндрэлтэй байдаг. Шуудангийн машиныг замын хөдөлгөөний 1-р эгнээгээр явуулах шаардлагатай байгаа. Тодорхой байгууллагуудын авто зогсоолд үнэ төлбөргүй нэвтрүүлбэл шуудангийн үйлчилгээ илүү хурдан шуурхай болж иргэд шууданг сонгож цаашлаад түгжрэл тодорхой хэмжээнд урт хугацаандаа буурна. Шуудангийн үйлчилгээ нь хүний хөдөлмөр дээр буюу хүн дээр суурилсан үйлчилгээ байдаг. 2022 оноос хойш тулгамдаж буй асуудал нь хүмүүс гадагшаа их явж, ажлаасаа их гарч байна. 10 хүн тутмын 2 нь ажлын байраа сольсон байна. Энэ цаашлаад компани ашигтай ажиллагаатай холбоотой. Компани сайн ашигтай ажиллаж байвал ажилчдын цалин өндөр байвал хүмүүс илүү тогтвор сайтай ажиллана. Маш олон компани нэг жижиг зах зээлд үйл ажиллагаа явуулснаас болоод урт хугацааны хөрөнгө оруулалт хийх чадамжтай компани байхгүй болж байгаа. Тэгэхээр энэ салбарыг тодорхой урт хугацаанд тогтвортой байх зах зээлийг бий болгох зохицуулалтыг хийх шаардлагатай.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

3.3. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧЛҮҮЛЭГЧДИЙН ХЭРЭГЛЭЭНИЙ ТӨЛӨВ БАЙДАЛ

Монгол Улсад шуудангийн тусгай зөвшөөрөлтэй 113 аж ахуйн нэгж байдаг бөгөөд үүнээс зөвхөн 2-3 байгууллага нь л хөдөө орон нутагт шуудангийн үйлчилгээ эрхэлдэг байна. Тэгвэл байгууллагын үйлчлүүлэгчид нь шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудын талаарх мэдлэг мэдээлэл хомс байдаг бөгөөд өөрсдийн мэддэг 1 юм уу 2 байгууллагаар байнгын үйлчлүүлэх хандлагатай байдаг байна. Байгууллагын хэрэглэгчдийн дунд хийсэн чанарын судалгааны үр дүнгээс үзвэл дараах байдалтай байна.

Шуудангийн үйлчилгээ авч байгаа байгууллагын хэрэглэгчдийн дийлэнх нь төрийн байгууллага болон даатгалын, сэлбэг засварын компаниуд байдаг байна. Төрийн байгууллагууд нь өдөр тутам албан бичиг илгээх шаардлага тулгардаг бөгөөд шуудангийн үйлчилгээ авах зайлшгүй хэрэгцээтэй байлаг байна. Харин хувийн

байгууллагын хувьд үйл ажиллагааны төрлөөс хамааран шуудангийн үйлчилгээний хэрэгцээ янз бүр байдаг байна.

Шигтгээ 7. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс

Шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ шаардлага маш их байдаг. Ойролцоогоор өдөрт 2 удаа монгол шуудангийн үйлчилгээг авдаг. Манай байгууллага нь улс хооронд хөдөө орон нутаг руу гэрээ, бараа сэлбэг зэргээ явуулахдаа монгол шуудантай хамтран ажилладаг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Манай байгууллагын хувьд шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ шаардлага их гардаг. ТВ, сайтын хувьд албан бичиг маш ихээр явуулж дараа нь хүсэлтүүдээ явуулан хамтран төрийн байгууллагуудтай хамтран ажилладаг. Өглөөний сонин дээр тендерийн зар ордог. Тендерийн материалыг заавал хавсаргах ёстой болохоор 21 аймаг, нийслэл, сумууд руу байнга шуудан явуулдаг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ заримдаа л гардаг. 7 хоногтоо 1-с 2 удаа гардаг бөгөөд ихэвчлэн хот дотор илгээмж явуулдаг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагууд нь тухайн үеийн нөхцөл байдалтай уялдуулан тухайн цаг үед нь шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчийг сонгодоггүй бөгөөд үйл ажиллагааны чиглэлтэйгээ уялдуулан шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчтэй байнгын хамтран ажиллах гэрээтэй байдаг байна. Тухайлбал:

Шигтгээ 8. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс

Манай байгууллага нь Монгол шуудантай байнга хамтран ажилладаг. Манайд өглөөний сонин өдөр бүр авч ирж өгдөг. Тэгэхэд нь албан бичгүүдээ явуулдаг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Шуудангийн үйлчилгээг 2 чиглэлээр авч байгаа. Өглөөний сонин нь монгол шуудан, түгээмэл шуудан гээд 2 газартай харьцдаг. Сонины гэрээ нь жилд нэг удаа сунгагдаж явдаг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Жилд ойролцоогоор 20 гаруй удаа ачаа авдаг. Одоогоор нийт тээврийн 50 хувийг өөрийн гэрээт тээврийн компаниар, 50 хувийг нь толгой компаниас санал болгосон тээврийн компаниар хийлгэж байна. Манай компани удаан хугацааны гэрээтэй тээвэр зууч компаниар.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Монгол шуудангийн гараас гарт гэсэн үйлчилгээг авдаг энэ үйлчилгээ нь хангалттай байгаа. Энэхүү үйлчилгээ нь үнэ хөлсний хувьд ч үйлчилгээний нөхцөлийн хувьд тохиромжтой бөгөөд хамтран ажиллах гэрээтэй ажиллаж байгаа.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Мөн байгууллагын хэрэглэгчид нь шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагаа сонгохдоо үйлчилгээ авахад хялбар байдал, төлбөрийн нөхцөл болон цаг хугацаа хэмнэж байгаа эсэхийг харгалзан үздэг бөгөөд тухайн компанийн нэр хүнд болон баталгаат байдлыг чухалчилж үздэг байна.

Шигтгээ 9. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс

1-т нэр хүндийг нь бодсон 2-т тогтвортой үйл ажиллагаа явуулж чадах байх 3-т хүний нөөц болон техникийн боломжууд нь байгаа гэж үзэж сонгосон. Яг одоогоор бол нэмэлт үйлчилгээ авах хэрэгцээ гараагүй байгаа. Монгол шуудангийн mail delivery гээд системээр дамжуулан захиалгаа өгдөг. Энэхүү систем нь манай системтэй холбогдсон байгаа үүгээр дамжуулаад шуудангийн үйлчилгээг зохицуулдаг. Төлбөрийн хувьд шуудангийн нэгжээрээ тооцдог хотын төвөөс хол ойроос шалтгаалаад янз бүр байдаг. Тухайн сарын хүргэлтийг нэхэмжлэх явуулаад төлдөг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Монгол шуудан нь манайтай ойрхон 1 давхарт салбар нь байдаг. Энгийн шуудан хот дотор 3300 байдаг бол манайх 2800-р явуулдаг. Хөдөө орон нутаг руу 3900 байдаг бол НӨАТ орсон үнэ нь ороод 3300-аар хүргэдэг өөрөөр хэлбэл төлбөрийн хөнгөлөлт эдэлдэг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ гарсан үед хариуцсан салбарын ажилтантай утсаар холбогддог. Шуудангийн нэмэлт үйлчилгээ авдаггүй. Төлбөрийн хувьд сар тус бүр 500000 төгрөгийн дэнчин байршуулдаг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Хамтран ажиллах гэрээний дагуу утсаар дуудлага өгөөд, хүрээд ирдэг. Мөн манайд ирсэн шууданг авчирч өгөхдөө ирээд авдаг. Өдөр болгон 10-11 цагийн үед ирдэг. Төлбөрийн хувьд дараа нь нэхэмжлэх байдлаар төлдөг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Шуудангийн үйлчилгээ авах боломжгүй үед байгууллагууд ихэнх тохиолдолд унаанд байж явуулах болон өөрсдөө хүргэж өгдөг бөгөөд энэ нь маш олон хүндрэлтэй асуудалтай байдаг байна. Тухайлбал:

Шигтгээ 10. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс

Шуудангийн үйлчилгээ аваагүй үед жолоочдоо 4 бүсээр хуваан хүргэлтэд гаргадаг. Хөдөө орон нутаг руу юм явуулах үед томилолтоор явж байгаа ажилчдаараа явуулах аль эсвэл тээврийн товчоо, Нарантуул зэргээс унаанд таавьдаг. Хүндрэл бэрхшээлийн тухайд яаралтай гэмтэл гарсан үед Монгол шуудан нь хугацааны хувьд хүндрэлтэй байдаг. Жишээлбэл 3-4 цагийн дотор хэрэгтэй байгаа зүйлсийг явуулах гэхээр 7 хоногт тогтсон нэг өдөр явуулдаг гэх зэрэг хүндрэлүүд байдаг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Шуудангийн үйлчилгээ аваагүй үед Ubcab юм уу өөрсдөө хүргэж өгдөг. Хүндрэлтэй тал нь илүү өндөр төлбөртэй байдаг. Үдээс хойш явуулсан илгээмж маргааш өглөө очдог нь бага зэрэг хүндрэлтэй санагддаг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Драгон, төмөр замын авто вокзал дээрээс хувь хүнд дайгаад явуулдаг. Баримт бүрдүүлэлтэд хүндрэлтэй, заавал аваачиж өгч байж явуулдаг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Монгол шуудангаар үйлчлүүлэх боломжгүй үед сканнердаад мэйлээр явуулдаг. Төрийн албан байгууллага албан бичгээ заавал эх хувиар нь авдаг учир мэйлээр явуулахад хүндрэл учирдаг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагууд өөрсдийн хүссэн үйлчилгээг шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагаас авч чаддаг гэж үзсэн бөгөөд 10 оноогоор дүгнэхэд байгууллагууд дунджаар 9.5 гэж дүгнэсэн байна. Харин тухайн байгууллагын

үйл ажиллагааны чиглэл болон илгээмжийн хаяг байршил тодорхой бусаас болж зарим нэг хүндрэл учирдаг байна. Тухайлбал:

Шигтгээ 11. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчидтэй хийсэн ганцаарчилсан ярилцлагын хэсгээс

Байгууллага дээрээс хүргэлтийг ирж авах үед код өгдөггүй тул хүргэлт хийлгэж буй бараа бүтээгдэхүүнээ хаана яваа зэргийг нь лавлаж, мэдээлэл авахад хүндрэлтэй байдаг. Хот доторх хүргэлт 3 хоногийн дотор хүргэдэг. Гэхдээ зарим нэгэн салбар нь хэрэглэгчид рүү холбогдол танай руу хүргэлт хийх боломжгүй тул ирж авахыг шаардсан хэд хэдэн удаагийн тохиолдол гарч байсан.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Гардан, асуудал ихэвчлэн гааль дээр гардаг. Гэнэтийн шалгалт ороод бүх бүтээгдэхүүнийг зүсчихдэг. Энэ нь бүтээгдэхүүнийг ямар ч ашиглах боломжгүй болгодог. Зарим тээврийн компани ачааны хадгалалтын стандартын горимыг алдагдуулдаг. Хүнсний бүтээгдэхүүнийг өөр ямар нэгэн хүнд тоног төхөөрөмж, сэлбэгтэй хамт аччихдаг. Үүнээс болоод ачаа гэмтэл авах магадлалтай. Эсвэл ижил төрлийн бүтээгдэхүүнтэй ачсан ч гэсэн хэт их чихээд гэмтээчихдэг. Энэ үед авардаг зүйл нь ачааны даатгал байдаг. Тээвэр зууч компаниуд тодорхой хэмжээний ачааны даатгалтай байдаг, үүгээр нь дамжуулж нөхөн төлөлт авч болдог. Одоогийн байдлаар энэ мэт асуудлыг шийдэх аар арга байхгүй. Өөр асуудал нь давагдашгүй хүчин зүйлстэй холбоотой байдаг. Жишээ нь машин эвдрэх г.м

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Заримдаа 24 цагийн дотор хүргэлт хийх шаардлага тулгардаг. Иймэрхүү тохиолдолд бага зэрэг хугацаа хэтэрдэг. 24 цагтаа амжихгүй байх тохиолдол маш цөөхөн гардаг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Асуудал бага зэрэг гардаг. Харилцагчаас гомдол заримдаа ирдэг хүргэлтийн хүн харилцааны асуудал гаргасан гэсэн. Хаяг буруу бичсэний улмаас иргэдэд бухимдах асуудал гаргадаг.

Чанарын судалгаанд оролцогчдын сэтгэгдлээс

Мөн шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчид нь шуудангийн үйлчилгээг хүртээмжтэй байлгахын тулд шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудыг бүрэн цахим руу шилжих шаардлагатай гэж үзсэн бөгөөд тухайн илгээмжийн байршил болон очсон эсэхийг онлайнаар хянах боломжийг бүрдүүлэх хэрэгтэй гэж үзсэн. Мөн албан байгууллага хувь хүн иргэдийн хаяг байршил тодорхойгүйн улмаас зарим илгээмж буцаагдан ирдэг бөгөөд иймэрхүү асуудал маш их хүндрэл учруулдаг байна.

ДӨРӨВ. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭ ҮЗҮҮЛЭГЧ АЖ АХУЙН НЭГЖҮҮДИЙН ҮЙЛ АЖИЛЛАГАА, ТӨЛӨВ БАЙДАЛ

4.1. СУДАЛГААНД ОРОЛЦОГЧИЙН ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ

Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч аж ахуйн нэгжийг төлөөлөн энэхүү судалгаанд оролцсон оролцогчдыг тухайн аж ахуйн нэгжид гүйцэтгэж буй үүрэг, хүйс болон тухайн байгууллагад хэдэн жил ажиллаж байгааг нь тодруулан асуусан болно.

Хүснэгт 5. Судалгаанд оролцогчдын ерөнхий мэдээлэл

N = 71 (100%)		
Хүйс	Тухайн салбарт ажилласан хугацаа	Албан тушаал
Эрэгтэй - 41 (57.7%)	1 жил хүртэл - 11 (15.5%)	Захирал – 32 (34.4%)
Эмэгтэй - 30 (42.3%)	1-5 жил - 37 (52.1%)	Менежер – 25 (35.2%)
	6-10 жил - 10 (14.1%)	Санхүүгийн ажилтан – 5 (7.0%)
	11-15 жил - 7 (9.9%)	Ажилтан - 7 (9.9%)
	15 жил - 6 (8.5%)	Бусад – 2 (2.0%)

Судалгаанд оролцсон оролцогчдын 34.4 хувь нь буюу 32 оролцогч нь захирал, 35.2 хувь нь буюу 25 оролцогч нь менежер байсан байна. Ажилсан жилээр нь авч үзвэл 85.5 хувь нь 1 жилээс дээш ажилласан байна.

Мөн тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдээс авах судалгаанд дараах 20 байгууллага тодорхой шалтгааны улмаас оролцохоос татгалзсан байна.

Хүснэгт 6. Судалгаанд хамрагдаагүй ААН-ийн жагсаалт

Д/д	Зөвшөөрлийн дугаар	Тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн нэрс	Үйлчилгээний хамрах хүрээ	Холбогдох холбоо	Тайлбар
1	43300018	Мэргэн транс би ти ХХК	Монгол Улс - Австрали Улс	99198442, 99103862	Холбогдох боломжгүй, 19001950 - д бүртгэлгүй байсан. Хаягаар очсон болов ч тухайн хаяг дээр байгаагүй.
2	43300024	Керри глобалинк Монгол ХХК	Монгол Улс - Казакстан Улс	88191199, 77303333	Эс эф эм эл компанитай нэгдсэн тул 1 судалгаа өгсөн.
3	43200090	Баянтүмбэ трейд ХХК	Монгол Улс - АНУ	94113954, 96645070	Холбогдох боломжгүй, 19001950 - д бүртгэлгүй байсан. Хаягаар очсон болов ч тухайн хаяг дээр байгаагүй.
4	43200117	Найс Монголиа трейдинг ХХК	Монгол Улс - БНСУ	99099465, 89997878	Цаг товлоод очсон болов ч судалгаанд

Д/д	Зөвшөөрлийн дугаар	Тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн нэрс	Үйлчилгээний хамрах хүрээ	Холбогдох холбоо	Тайлбар
					хамрагдах боломжгүй байсан.
5	43200156	Ийзи бизнес ХХК	Монгол Улс-ХБНГУ	94185818, 99659440	Мэйл илгээсэн, мэйлээр бөглөнө гэсэн болов ч судалгаанд хамрагдаагүй.
6	43200166	Флай бая ХХК	Монгол Улс-АНУ	99090743	Гадаадад байгаа тул судалгаанд оролцох боломжгүй байна.
7	43200181	Бизнес эволюшн групп ХХК	Монгол Улс-БНСУ	89555070	Холбогдох боломжгүй, 19001950 - д бүртгэлгүй байсан. Хаягаар очсон болов ч тухайн хаяг дээр байгаагүй.
8	43200188	Нью галакси ХХК	Монгол Улс-БНТУ, ХБНГУ	99104960, 70002556	Судалгаанд оролцох боломжгүй байна.
9	43200189	Юу Кей Экспресс пост ХХК	Монгол Улс - ИБУИНВУ	97110410	Холбогдох боломжгүй, 19001950 - д бүртгэлгүй байсан. Хаяг тодорхойгүй байсан.
10	43200191	Илт смарт логистикс ХХК	Монгол Улс-ХБНГУ, БНХАУ	72008008	Холбогдох боломжгүй, 19001950 - д бүртгэлгүй байсан. Хаягаар очин холбогдох мэйлээр бөглөн илгээх байсан болов ч судалгаанд хамрагдаагүй байна.
11	43200196	Грийн ресурс пропертис ХХК	Монгол Улс-БНСУ	99194153	Үйл ажиллагаа зогссон, дахин холбогдож чадаагүй байна.
12	43200198	Эй эм си маркетинг энд мөвинг форвардэр ХХК	Монгол Улс-Австрали Улс		Холбогдох боломжгүй, 19001950 - д бүртгэлгүй байсан. Хаяг тодорхойгүй байсан.
13	43400023	Юбикаб экспресс ХХК	Дотоод	99071798, 88887012, 89011946, 88107674	Мэйл илгээсэн, мэйлээр бөглөнө
14	43400042	Ай Эм Вэй ХХК	Дотоод	99113259, 99112039	Мэйл илгээсэн, мэйлээр бөглөнө

Д/д	Зөвшөөрлийн дугаар	Тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн нэрс	Үйлчилгээний хамрах хүрээ	Холбогдох холбоо	Тайлбар
15	43400043	Пик пак ХХК	Дотоод	77778833, 80102745, 99096759	Оролцох завгүй байна. Тухайн байгууллагын 3 хүнтэй холбогдсон.
16	43400049	Дэлко солюшн ХХК	Дотоод	88042609	Холбогдох боломжгүй, 19001950 - д бүртгэлгүй байсан. Хаягаар очиж үзэхэд компанийн нэрээ өөрчилсөн одоо үйл ажиллагаа явуулж байгаа нэр, чиглэл мэдэгдэхгүй байна.
17	43400053	Санто сервис ХХК	Дотоод	89062277, 86726677	Мэйл илгээсэн, мэйлээр бөглөнө.
18	43400055	Интратул монгол ХХК	Дотоод	86116599	Гэр бүлийн бизнес бөгөөд нөхөр нь нас барснаас хойш үйл ажиллагаа доголдож хэвийн явуулахад хүндрэлтэй байна. Мөн тухайн компанийн үйл ажиллагаа, нарийн зүйлсийг мэдэхгүй байна.
19	43400060	Гранд бэст хөгжил ХХК	Дотоод	80908199	Холбогдох боломжгүй, 19001950 - д бүртгэлгүй байсан. Хаягаар очин холбогдох мэйлээр бөглөн илгээх байсан болов ч судалгаанд хамрагдаагүй байна.
20	43400061	Бодиз ложистик ХХК	Дотоод	88112545	Үйл ажиллагаа зогссон бөгөөд өөр чиглэлээр үйл ажиллагаа явуулж байна. Өмнөх ажилчид ажлаас гарсан тул судалгаанд оролцох хүн байхгүй байна.

4.2. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭ ҮЗҮҮЛЭГЧДИЙН ТӨЛӨВ БАЙДАЛ

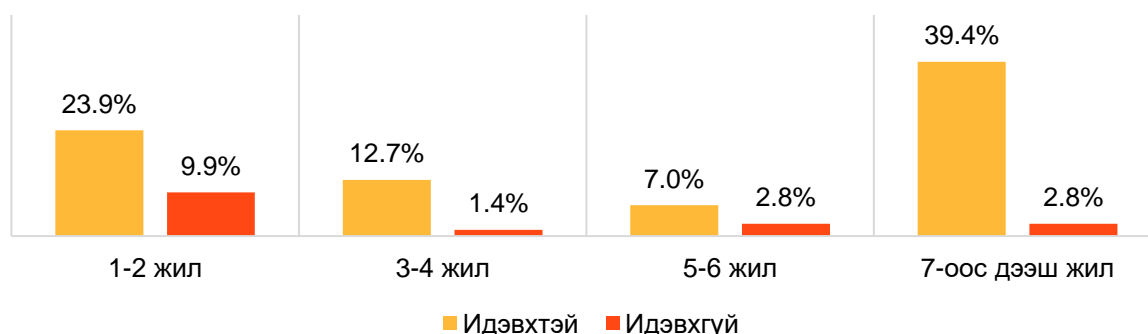
Харилцаа холбооны зохицуулах хороо нь Харилцаа холбооны тухай, Зөвшөөрлийн тухай хууль, Шуудангийн тухай хууль болон холбогдох хуулийн хүрээнд шуудангийн салбарт үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөл олгох, зохицуулалтын бичиг баримт, дүрэм журам, шуудангийн стандартуудыг боловсруулан мөрдүүлэх чиг үүрэгтэй ажилладаг байна. Энэхүү судалгааны хүрээнд шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэх зөвшөөрөл бүхий 120 компанийг судалгаанд хамруулах зорилт тавин ажилласан бөгөөд судалгааны явцад зарим тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн үйл ажиллагааны төлөв байдал, нөхцөл байдлаас шалтгаалан нийт тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн 77.5 хувийг буюу нийт 93 тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийг судалгаанд хамруулсан болно.

График 1. Шуудангийн үйл ажиллагаа явуулж байгаа байгууллагуудын үйл ажиллагааны төлөв байдал



Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудын үйл ажиллагааны төлөв байдлыг харвал нийт шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчдийн 63.4 хувь нь буюу 59 компани нь идэвхтэй үйл ажиллагаа явуулж байгаа бол 12.9 хувь нь буюу 12 компани нь өөрсдийн үйл ажиллагаагаа идэвхгүй/зогсонги байгаа гэсэн хариултыг өгсөн байна. Харин 22 компани нь буюу 23.7 хувь нь тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч боловч үйл ажиллагаагаа хараахан эхлээгүй байгаа гэсэн хариултыг өгсөн байна.

График 2. Үйл ажиллагаагаа явуулж байгаа аж ахуйн нэгжүүдийн ажилсан жил, үйл ажиллагааны төлөв байдал



Нийт үйл ажиллагаа явуулж буй 71 компаниас 59 компани нь буюу 83.1 хувь нь идэвхтэй үйл ажиллагаагаа явуулж байгаа бол 12 компани нь буюу 16.9 хувь нь идэвхгүй/зогсонги байгаа гэж хариулсан байна. Үйл ажиллагаа явуулж байгаа хугацаагаар нь харвал нийт судалгаанд оролцсон компаниудын 37 компани нь буюу 52.2 хувь нь 5-аас дээш жил буюу үйл ажиллагаа нь тогтворжсон харагдаж байгаа бол 24

компани нь буюу 33.8 хувь нь үйл ажиллагаагаа явуулаад 1-2 жил, 10 компани нь буюу 14.1 хувь нь 3-4 жил үйл ажиллагаагаа явуулж байна.

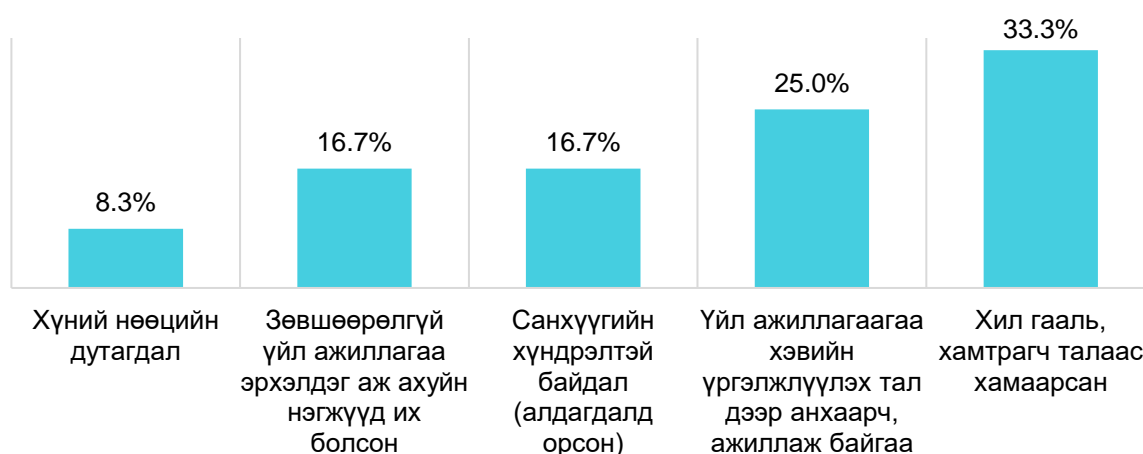
Хүснэгт 7. Тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн үйл ажиллагааны төлөв байдал

Идэвхтэй	Идэвхгүй	Үйл ажиллагаа эхлээгүй байгаа
<ul style="list-style-type: none"> • Авто тээврийн үндэсний төв (ТӨААТҮГ) • Амекс эм эн жи ХХК • Америк тээвэр ХХК • Амьтай дөрөв ХХК • Англофрейт ХХК • Ану монгол карго ХХК • Аршгүүр ХХК • Асралт хөхий ХХК • Ашид шуудан ХХК • Би Даблюу Ай Эс ХХК • Бид монгол интернэшнл ХХК • Бинчин хүү ХХК • Бокс фокс ХХК • Бритлайн ХХК • ВИПМК ХХК • Виско боловсролын төв ХХК • Генсис файв ХХК • Голд алибаба монголиа ХХК • Гэрэлт хүрэх оргил ХХК • Ди Эйч Эл ХХК • Дөл энх жин карго ХХК • Дөлгөөн дэлгэрэх ХХК • Карголинк ХХК • Коко групп ложистик ХХК • Коожигуу монголиа ХХК • Кпост ХХК • Марин нью пост ХХК • Мишээл карго ХХК • МК транс ворлд ХХК • Мон корей топ ложистик ХХК • Мон ложистикс карго ХХК • Тон тээвэр сервис ХХК • Монгол илгээмж ХХК • Монгол инфинити шуудан ХХК • Монгол таун онлайн экспресс ХХК • Монгол шуудан ХК • Орчис ХХК • Паспорт экспресс интернэйшнл ХХК • Сайн экспресс интернэйшнл ХХК • Сакура мандал ХХК • Стел ланд ХХК • Стора централ ХХК • Сүн сүн экспресс ХХК • Сэлэнгэ групп ХХК • Ти Эс Эн Жэй ХХК • Ти Юу Хүргэлт ХХК • Туушин ХХК • Түгээмэл шуурхай шуудан ХХК • Уу сод ХХК • Хамаг монгол хуралдай ХХК 	<ul style="list-style-type: none"> • Амар экспресс ХХК • Аркана хоум ХХК • Гран тэмүн ХХК • Гялс бокс ХХК • Монгол экспресс ХХК • Сабо моторс ХХК • Туушин смарт ложистик ХХК • Хай бокс ХХК • Хан цайз ХХК • Хишиг карго ХХК • Централ Экспресс ХХК • Эм Эф Юу ХХК 	<ul style="list-style-type: none"> • Азура вайд погистик ХХК • Бизхаус ХХК • Болоргоо билэг ХХК • Зэс гоёл интернэшнл ХХК • Лоозвоо Эм Жи Эл Жи Пи ХХК • Монгол хөгжил оршихуй ХХК • Мэжик жи ди и ложистик ХХК • Омни шиппинг ХХК • Соёл экспресс пост ХХК • Статуститан ХХК • Таруугийн таван улиас ХХК • Тонж логистик ХХК • Уэст глобал ХХК • Чингүүн үйлс ХХК • Шагнаа ХХК • Эйч эйч кей ложистик ХХК • Эксим ложистик ХХК • Эл Би Карго ХХК • Энх Анирлан ХХК • Эргэлдэй ХХК • Юнайтед шиппинг ХХК • Юу Ти Пи Эс онлайн ХХК

Идэвхтэй	Идэвхгүй	Үйл ажиллагаа эхлээгүй байгаа
<ul style="list-style-type: none"> • Шипт рүүт ХХК • Эйр пасифик ХХК • Эм Зэт Ти Глобал ХХК • Эм Эн Ти ХХК • Эрчист гүрэн ХХК • Эс Ти Өү Экспресс ХХК • Эс Эф Эм Эл ХХК • Юни карго терминал ХХК • Юу Би Экспресс сервис ХХК 		

Судалгаанд хамрагдсан шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч компаниудын идэвхгүй болон үйл ажиллагаагаа эхлээгүй байгаа аж ахуйн нэгжүүдийн асуудлыг нь тодруулж харвал дараах байдалтай байна.

График 3. Үйл ажиллагаа идэвхгүй байгаа компаниудын асуудлууд



Үйл ажиллагаа идэвхгүй байгаа аж ахуйн нэгжүүдийн хувьд тулгарч буй асуудлуудыг нь нарийвчлан харвал:

– **Хууль, эрх зүйн зохицуулалт**

Сүүлийн жилүүдэд онлайн худалдааны үйл ажиллагааны цар хүрээ нэмэгдсэнтэй холбоотойгоор зөвшөөрөлгүй үйл ажиллагаа эрхлэх (зөвшөөрөлгүй аж ахуйн нэгж, хувь хүмүүс нь шуудангийн зах зээлийн үйл ажиллагаанд нөлөөлөх нөлөөлөл нь шуудангийн нэмэлт үйлчилгээ буюу карго, хүргэлтийн үйлчилгээний хувьд байна) байдал нэмэгдсэн байна. Түүнчлэн шуудангийн үйл ажиллагааг явуулахад салшгүй нэг хэсэг болох Гаалийн байгууллагын үйл ажиллагаатай өөрийн байгууллагын үйл ажиллагааг уялдуулах тал дээр дутагдалтай асуудлууд үүсдэг байна.

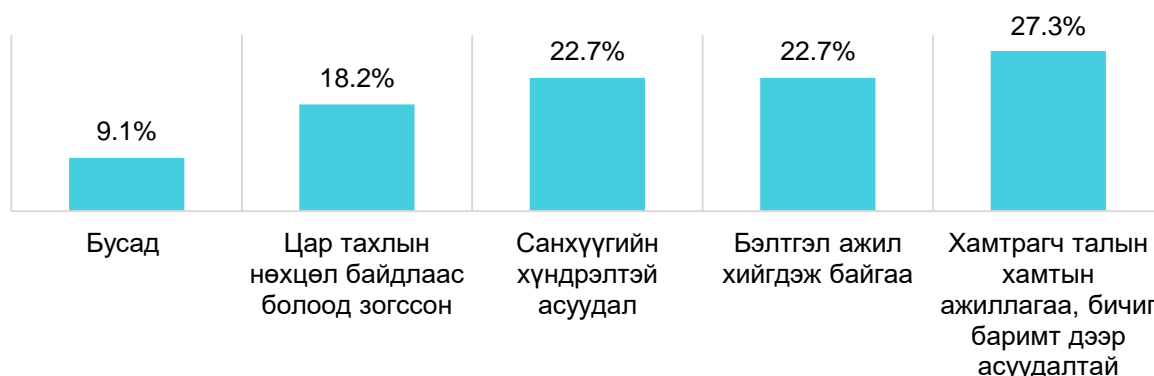
– **Хүний нөөцийн дутагдал**

Үйл ажиллагаагаа хэвийн явуулахад тулгарч буй асуудлын нэг нь тухайн салбарт ажиллах мэргэшсэн боловсон хүчний дутагдал болон шуудангийн үйлчилгээг зохицуулах, нэгдсэн систем, программ хангамжийн асуудал гэж тэд үзэж байна.

– **Санхүүгийн хүндрэл (алдагдал)**

Санхүүгийн хувьд тогтворгүй, санхүүгийн хомсдол зэрэг нь үйл ажиллагаагаа хүртээмжтэй явуулах, ажиллах орчин бүрдүүлэх зэрэгт шууд нөлөөлж байна.

График 4. Үйл ажиллагаагаа эхлүүлээгүй байгаа аж ахуйн нэгжүүдийн асуудал



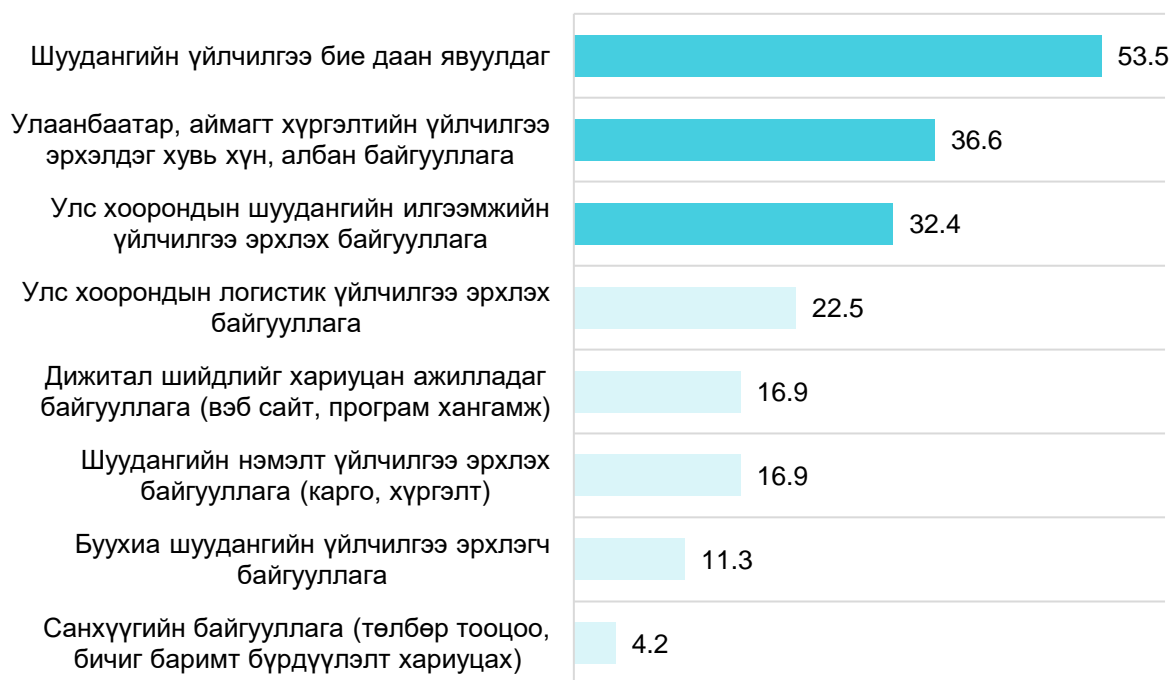
Үйл ажиллагаагаа эхлүүлээгүй аж ахуйн нэгжүүдийн хувьд хамтрагч талуудын үйл ажиллагаатай холбоотой хүлээгдэх асуудал байгаа гэсэн бол мөн санхүүгийн хүндрэлтэй байдал болон цар тахлын нөлөөнөөс болсон гэж үзэж байна.

График 5. Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрөлтэй аж ахуйн нэгжүүд, үйл ажиллагааны төлөв байдал (олон сонголттой)



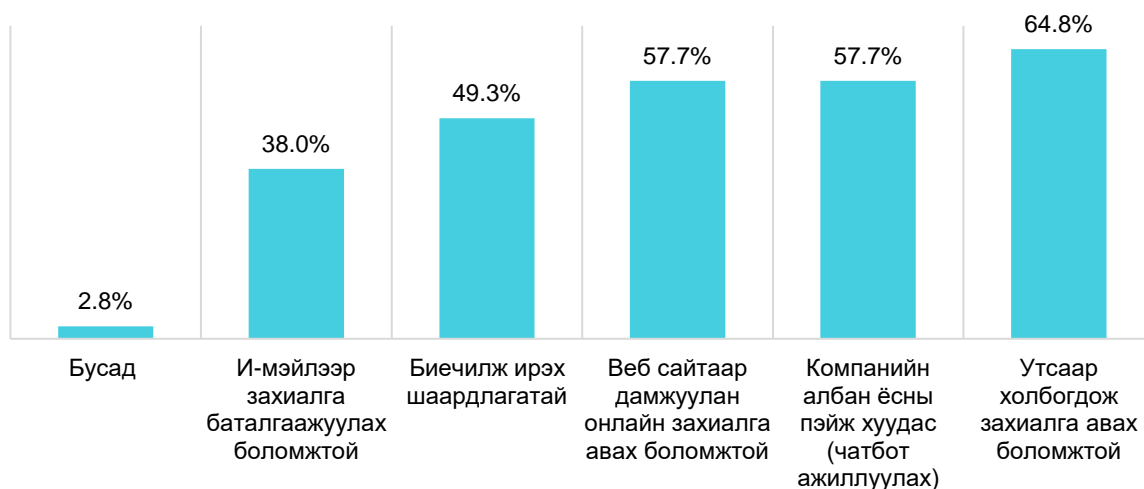
Үйл ажиллагаагаа явуулж байгаа аж ахуйн нэгжүүдийн хувьд шуудангийн үйлчилгээ эрхлэх ямар тусгай зөвшөөрөл эзэмшдэг болохыг тодруулж асуухад нийт судалгаанд хамрагдсан шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн 49.5 хувь нь улс хоорондын шуудангийн илгээмжийн үйлчилгээ эрхлэх, 38.7 хувь нь шуудангийн нэмэлт үйлчилгээ эрхлэх (карго, хүргэлтийн) үйлчилгээг үзүүлж байгаа бол үлдсэн хувийг шуудангийн үндсэн үйлчилгээ, буухиа шуудангийн үйлчилгээ, улс хоорондын логистикийн үйлчилгээ үзүүлэх эрхийг эзэмшдэг байна.

График 6. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудын хамтран ажиллах хэлбэр (олон сонголттой), хувиар



Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч нь шуудангийн үйл ажиллагаагаа хэрэглэгчдэд түргэн шуурхай, хүртээмжтэй байлгахын тулд бусад үйлчилгээ үзүүлэгчтэй хамтран ажилладаг ба дунджаар 1-2 компанитай хамтран ажилладаг байна.

График 7. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудын үйлчилгээний захиалга авах хэлбэр (олон сонголттой)



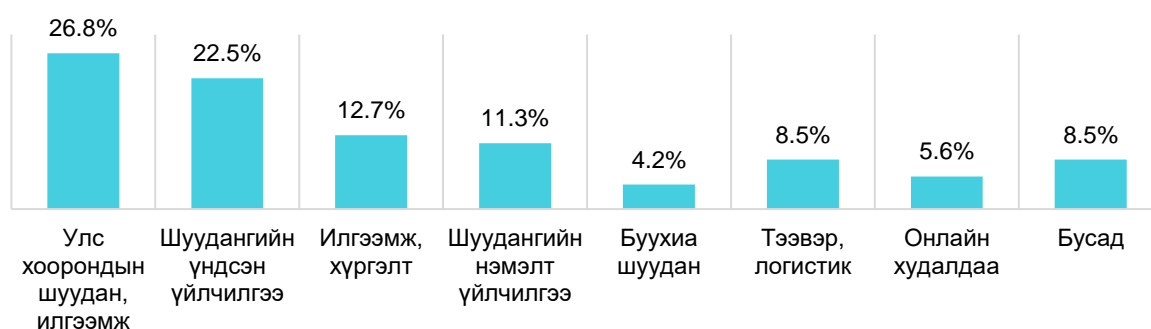
Шуудангийн үйлчилгээ авах боломжуудыг компани хэрхэн бүрдүүлж байгааг харвал аж ахуйн нэгжүүд өөрсдийн боломжит бүх сувгуудаар үйлчилгээний захиалга авах боломжтой байгааг харж болно. Компаниудын хувьд утсаар холбогдох, веб сайт болон компанийн албан ёсны пэйж хуудас зэрэг боломжит бүх эх үүсвэрийг ашиглахаас гадна шуудангийн үйлчилгээний төрөл, хэлбэр зэргээс хамааран биечлэн ирж үйлчилгээ авах боломжуудыг аль алиныг нь олгож байна.

Хүснэгт 8. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудын үйлчлүүлэгчдийн дүнд эзлэх хувь

Үйлчилгээ	10%-20%	30%-40%	50%-60%	70%-80%	90%-100%
Албан байгууллага (гэрээтэй байгууллага)	25 (35.2%)	8 (11.3%)	4 (5.6%)	5 (7.0%)	-
Албан байгууллага (хэрэгцээ гарсан үед үйлчилгээ авдаг)	57 (80.3%)	11 (15.5%)	2 (2.8%)	-	-
Гадаадын иргэн, байгууллага	39 (54.9%)	5 (7.0%)	1 (1.4%)	-	-
Иргэн/хувь хүн	10 (14.1%)	10 (14.1%)	15 (21.1%)	22 (31%)	13 (18.3%)

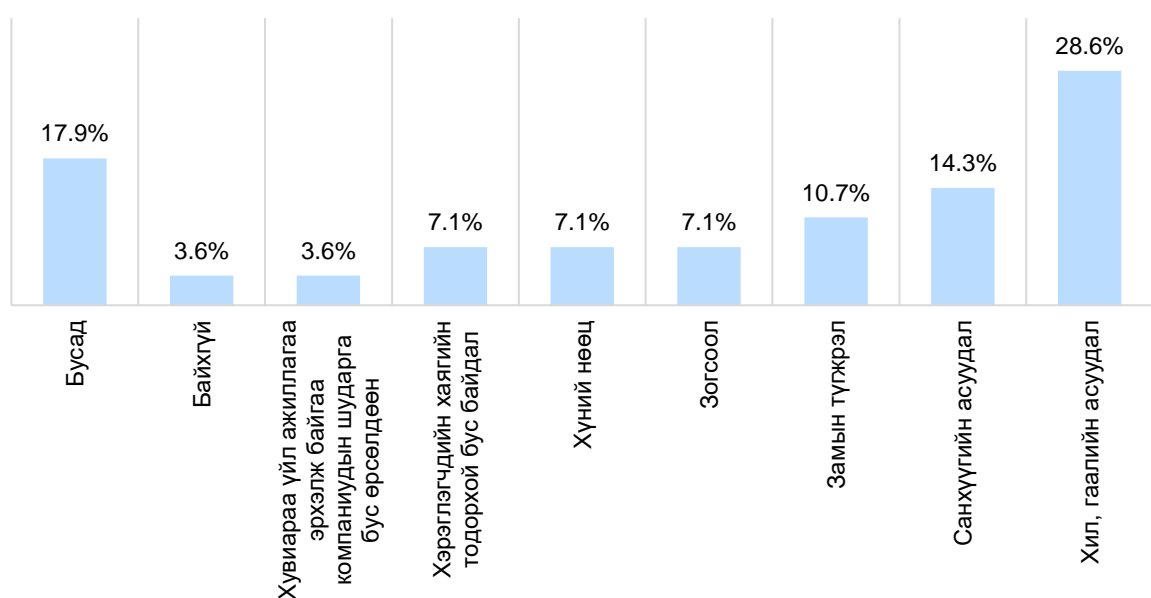
Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудын хэрэглэгчид харилцан адилгүй байдаг байна. Жишээлбэл шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчийн байнгын буюу гэрээтэй ажилдаг албан байгууллагуудын хувьд нийт 25 компанийн үйлчлүүлэгчдийн 10-20 хувийг гэрээтэй албан байгууллагын үйлчлүүлэгчид эзэлдэг бол 8 компанийн үйлчлүүлэгчдийн 30-40 хувийг албан байгууллага (гэрээтэй ажилладаг) –ууд үйлчилгээг авдаг байна.

График 8. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудын одоо үзүүлж буй үйлчилгээ



Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлдэг компаниудын үйл ажиллагааны үндсэн чиглэлүүдийг харвал шуудангийн үндсэн үйлчилгээ болон улс хоорондын шуудан, илгээмжийн үйлчилгээ голлох байр суурийг эзэлж байна.

График 9. Шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хүргэхэд тулгардаг хүндрэл, бэрхшээл



Шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хүргэхэд тулгарч буй асуудлуудыг багцалж харвал замын түгжрэл, хил, гаалийн асуудал, хаягийн тодорхой бус байдал, хүний нөөцийн асуудал, санхүүгийн хүндрэл зэрэг асуудлууд голлох хувийг эзэлж байгаа бол мөн хувиараа бизнес эрхлэгчид, онлайн худалдааны байгууллагуудын үйл ажиллагаатай холбоотой асуудлууд гардаг гэж хариулсан байна.

– **Хил, гаалийн асуудал**

Гааль болон төрийн байгууллагуудын хамтын уялдаа холбоо муу, программ хангамжийн ашиглалт хүндрэлтэй, ачаа хойшлох байдал зэргийг дурдсан байна.

– **Ажиллах хүчний асуудал**

Ажиллах хүч дутмаг, ачаа цуглуулах, хүргэлт хийх мэргэжлийн ажиллах хүчин дутагдалтай. Мөн холбогдох байгууллагуудын программ хангамж, бичиг баримтыг бүрдүүлэх дээр хугацаа их алддаг.

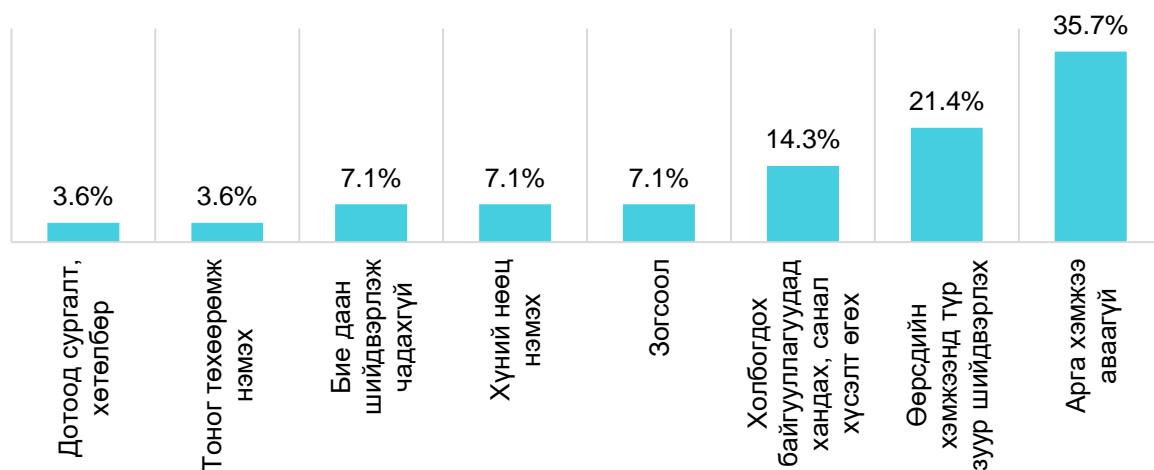
– **Зөвшөөрөлгүй байгууллагуудын үйл ажиллагаа**

Сүүлийн жилүүдэд дижитал шилжилт, технологийн өөрчлөлтийг дагаад онлайн худалдаа ихэссэн, онлайн худалдаа эрхэлж байгаа байгууллага, хувь хүмүүс хүргэлт, каргоны үйл ажиллагааг зөвшөөрөлгүй явуулж байгаа нь бидний шударга өрсөлдөөний хуулийг зөрчсөн асуудал болж байна гэж аж ахуйн нэгжүүд үзэж байна.

– **Бусад**

Асуудал харьцангуй гайгүй байдаг, бараа хугацаандаа ирэхгүй байх, бараа солигдсон байх, үйлчлүүлэгчдийн хаягийн тодорхой бус байдал зэрэг нь нөлөөлдөг.

График 10. Үйлчилгээ үзүүлэх явцад үүсэх асуудлыг хэрхэн шийдвэрлэдэг болох (олон сонголттой)



Шуудангийн үйлчилгээ явуулахад тулгарч буй асуудлыг шийдвэрлэх арга замыг хэрхэн шийдвэрлэж байгааг харвал:

– **Шуудангийн үйлчилгээний оролцогч талуудад санал, хүсэлт илгээх**

Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудтай хамтран ажиллах шаардлагатай байдаг. Судалгаанд оролцсон байгууллагуудын 4 нь буюу 14.3 хувь нь холбогдох

байгууллагад нь мэдэгдэх, хамтран ажиллах саналыг гаргасан. Үүнд: Хил, гаальтай холбоотой, нислэгийн компаниудтай (МИАТ) холбоотой асуудлууд үүсдэг байна. Мөн харилцагч байгууллагын бичиг, баримт зөвшөөрөлтэй холбоотой асуудал үүсдэг тул бие даан шийдвэрлэх боломжгүй асуудал үүсдэг ба харилцагч байгууллагуудын хариуг хүлээдэг байна. Түүнчлэн Цахим хөгжлийн яам, ХХЗХ зураг тухайн салбарын яам, агентлагт хандаж үзсэн гэсэн хариултуудыг өгсөн байна.

– **Шуудангийн үйл ажиллагаа эрхэлдэг байгууллагуудын өөрсдийн хүрээнд шийдвэрлэх боломж**

Шуудангийн үйлчилгээний байгууллагуудын хувьд тулгамдаж буй асуудлуудын нэгдүгээрт: замын түгжрэлийн асуудал (хэрэглэгчдэд хүргэх хүртээмжийг харгалзан хүргэлтийг бүсчлэн зохион байгуулах эсвэл ажлын бус цагаар хүргэлт хийх, ажлын цагаар хийх бол зундаа унадаг дугуй, скүүтер ашиглах мөн машины тоог нэмэгдүүлэх зэрэг тухайн үеийн нөхцөл байдлаас шалтгаалсан арга хэмжээ авах), хоёрдугаарт: хүний нөөцийн асуудал (ажилчдадаа сургалтад хамруулах, мөн мэргэшсэн жолооч хөтөлбөрт хамруулах, туршлагатай жолоочийг дагалдуулан дадлагажуулах гэх мэт өөрсдийн хүрээнд шийдэх боломжийг эрэлхийлдэг), гуравдугаарт: үйлчлүүлэгчдийн хаягийн тодорхой бус байдал нь шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч болон үйлчилгээ авагч 2-ын хооронд үл ойлголцлыг бий болгодог гэхдээ аль болох эв зүйгээр шийдвэрлэдэг албан байгууллагуудын үйлчлүүлэгчийн хувьд албан бичиг явуулах зэрэг арга хэмжээг авдаг байна.

График 11. Үйл ажиллагааны хэтийн төлөвлөгөө бий эсэх



Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлж байгаа компаниудын 55 нь буюу 77.5 хувь нь үйл ажиллагаагаа өргөтгөх, зах зээлээ тэлэх тал анхааран ажиллаж байгаа нь энэхүү салбарт ажиллах боломж байгааг илтгэж байна. Аж ахуйн нэгжүүдийн үйл ажиллагааны төлөв байдлыг дээрх үзүүлэлттэй холбож авч үзвэл:

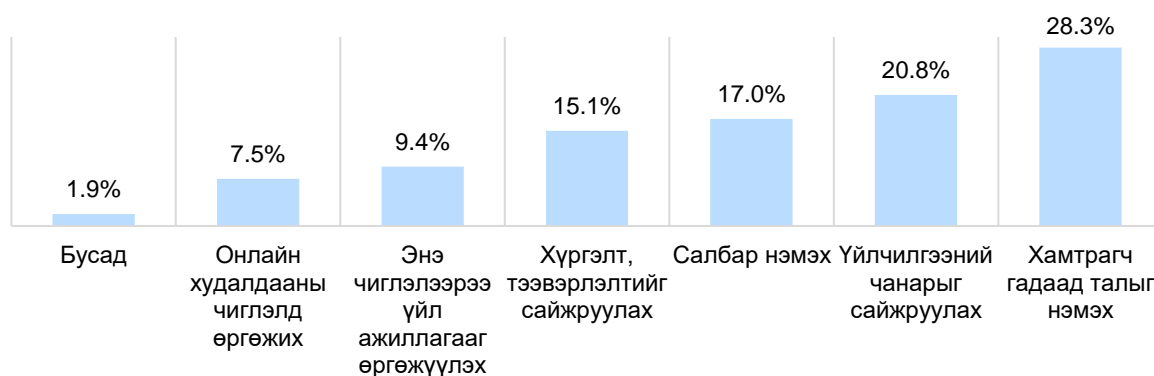
– **Үйл ажиллагаа идэвхтэй байгаа аж ахуйн нэгжүүдийн хувьд (59 компани)**

Үйл ажиллагаа идэвхтэй аж ахуйн нэгжүүдийн 83.1 (49 компани) хувь нь үйл ажиллагаагаа өргөтгөх, зах зээлээ тэлэх тал дээрээ анхааран ажилладаг гэсэн бол 5.1 (3 компани) хувь нь төлөвлөгөө байхгүй, 11.9 (7 компани) хувь нь сайн хэлж мэдэхгүй байна гэсэн хариултыг өгсөн байна.

– **Үйл ажиллагаа нь идэвхгүй байгаа аж ахуйн нэгжүүдийн хувь (12 компани)**

Үйл ажиллагаа идэвхгүй байгаа аж ахуйн нэгжүүдийн 50 (6 компани) хувь нь үйл ажиллагаагаа эхлүүлэх тал дээр анхаарч ажиллаж байгаа гэсэн бол 50 (6 компани) үйл сайн хэлж мэдэхгүй байна гэсэн хариултыг өгсөн байна.

График 12. Үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэх боломжтой чиглэл



Шуудангийн үйлчилгээгээ өргөжүүлэх, зах зээлээ тэлэх тал дээр хэрхэн анхаарч байгааг нь тодруулахад:

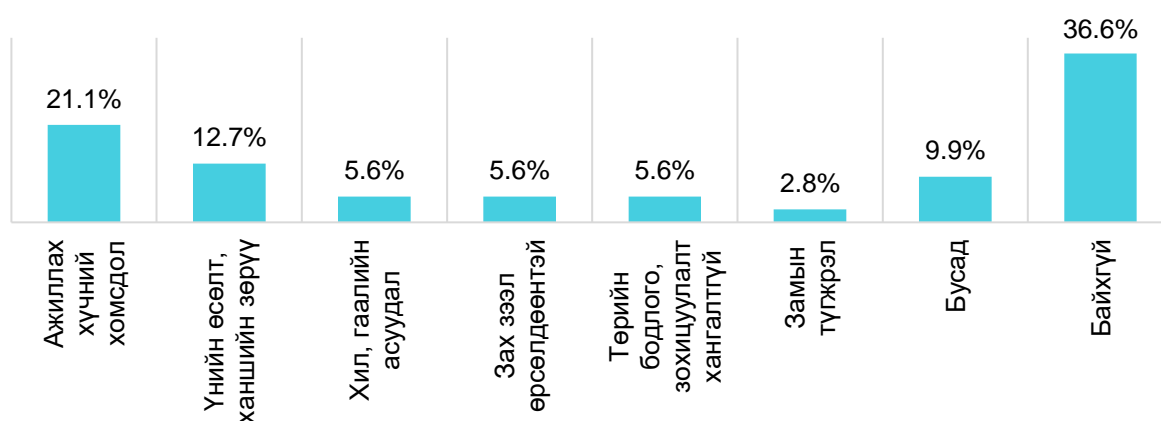
– Үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэх, зах зээлээ тэлэх

Судалгаанд оролцсон аж ахуйн нэгжүүдийн 9.4 хувь нь буюу 5 компани нь одоогийн үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэх, зах зээлээ тэлэх тал дээрх анхаарч ажиллах гэсэн бол 7.5 хувь нь буюу 4 компани нь онлайн худалдааны чиглэл дээр ажиллах гэж хариулсан байна.

– Үйлчилгээгээ сайжруулах улмаар хэрэглэгчдийн тоог нэмэгдүүлэх

Мөн аж ахуйн нэгжүүд өөрийн салбарын тоог нэмэгдүүлэх, хүртээмжийг нэмэгдүүлэх тал дээр анхаарч ажиллах шаардлагатай байгааг, түүнчлэн хүргэлтийн үйл ажиллагаа өргөжүүлэх, нэмэгдүүлэхийн тулд урт хугацаанд тогтвортой хамтран ажиллах хүргэлтийн байгууллагатай хамтран ажиллах боломжийг судлах, хэрэглэгчдэд түргэн шуурхай үйлчилгээг хүргэх, үйлчилгээний чанарыг сайжруулах тал дээр ажиллах замаар үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэх боломжтой байна гэж үзсэн байна.

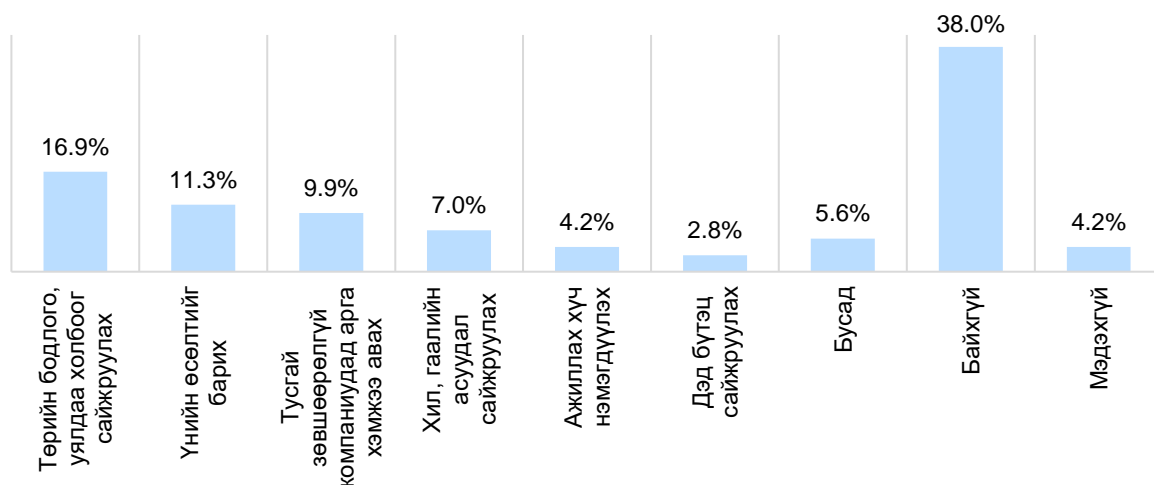
График 13. Үйл ажиллагаагаа тогтвортой явуулахад тулгарч буй асуудал



Судалгаанд оролцсон аж ахуйн нэгжүүдийн 36.6 хувь нь буюу 26 компанийн хувьд асуудал байхгүй гэж үзсэн бол 63.4 хувь нь буюу 45 аж ахуйн нэгжийн хувьд үйл ажиллагаагаа явуулахад тодорхой асуудал тулгардаг гэж үзсэн байна. Судалгаанаас харахад шуудангийн үйлчилгээний салбарт мэргэжилтэй боловсон хүчний хомсдол,

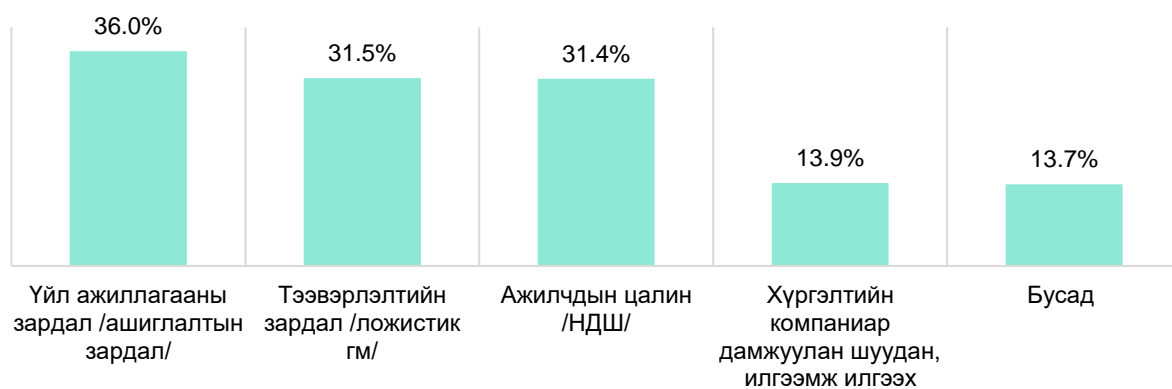
түгжрэл, хил, гаалийн асуудал зэрэг нь түгээмэл тулгарч буй асуудал гэдэг нь харагдаж байна.

График 14. Үйл ажиллагаагаа явуулахад тулгарч буй хүндрэл бэрхшээлийг даван туулахад төрийн ямар бодлого, зохицуулалт хэрэгтэй байгааг тодорхойлох



Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэхэд тулгарч байгаа дээрх асуудлуудыг шийдвэрлэхэд төрийн бодлого, шийдвэрүүдийг ямар байх шаардлагатай байна вэ гэдгийг аж ахуйн нэгжүүдээс тодруулахад: төрийн байгууллагуудын уялдаа холбоог сайжруулах, хил гаалийн асуудлыг сайжруулах, уялдуулах, тусгай зөвшөөрөлгүй үйл ажиллагаа явуулж байгаа компаниудад зохицуулалтын арга хэмжээг авах шаардлагатай гэж үзсэн байна. Мөн түүнчлэн тухайн салбарт ажиллах мэргэжилтэй боловсон хүчнийг нэмэгдүүлэх, дэд бүтцийг сайжруулах зэрэг асуудлуудыг хөндсөн байна. Түүнчлэн төрийн бодлого, уялдаа холбоог сайжруулах дээр өгсөн саналаас дурдвал: шуудангийн тусгай зөвшөөрөлтэй компаниудын эрх ашгийг хамгаалах, шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчдийн үйл ажиллагаа, шударга өрсөлдөөнийг бий болгох, тусгай зөвшөөрлийн тоог багасгах, шуудангийн хүргэлтийн машиныг 1-р эгнээгээр явах эрхийг хангах мөн зогсоолын төлбөрөөс чөлөөлөх гэх мэт зохицуулалтын арга хэмжээг авах нь зүйтэй гэж үзсэн байна.

График 15. Аж ахуйн нэгжийн үйл ажиллагаанд зардлуудын эзлэх хувь



Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч компаниудын үйл ажиллагааны цар хүрээнээс хамааран зардлуудын эзлэх хувь харилцан адилгүй байгаа бөгөөд нийт зардалд тухайн зардлын эзлэх хувийг дунджаар гаргаж харвал:

– **Үйл ажиллагааны нийт зардалд зардлуудын эзлэх хувь**

Судалгаанд оролцсон, үйл ажиллагаа нь хэвийн явагдаж байгаа компаниудын хувьд нийт зардлын 36 хувийг үйл ажиллагааны зардал эзэлж байгаа бол 67 компанийн хувьд нийт зардлын 31.4 хувийг ажилчдын цалин /НДШ/, 56 компанийн хувьд нийт зардлын 31.5 хувийг тээвэрлэлтийн зардал, 29 компанийн хувьд нийт зардлын 13.9 хувийг хүргэлтийн компаниудтай хамтран ажилласан зардалд тус тус зарцуулдаг байна.

– **Бусад зардлууд**

Аж ахуйн нэгжүүдийн хувьд нийт зардлын 13.7 хувийг бусад зардлууд эзэлдэг гэсэн бол эдгээр зардлуудад маркетингийн зардал, агуулахын зардал, гаалийн хяналтын бүсийн зардал, тоног төхөөрөмж, программ хангамжтай холбоотой зардлууд болон гэнэтийн зардлууд багтдаг байна.

График 16. Шуудангийн үйлчилгээний зах зээлийг хөгжүүлэхэд анхаарах асуудал, хувиар



Шуудангийн зах зээлийг хөгжүүлэхэд анхаарах асуудлуудыг компани бүр өөрийн үйл ажиллагаатай уялдуулан гаргаж ирсэн бөгөөд нийт судалгаанд оролцогчдын 27 хувь нь

буюу 19 компанийн зүгээс тодорхой санал байхгүй гэсэн хариултыг өгсөн бол 73 хувь нь буюу 52 компани нь өөрсдийн саналыг тусгаж өгсөн байна.

– Төрийн зүгээс анхаарах асуудлууд

Төрийн зүгээс анхаарах асуудалд хууль, эрх зүйн орчны зохицуулалт, хил гаальтай холбоотой асуудлууд (гаалийн хамтын ажиллагаа, бүртгэл системийн), тээвэр, логистик, дэд бүтэцтэй холбоотой асуудлууд болон тусгай зөвшөөрлийн асуудал дээр төрийн зохицуулалт хэрэгтэй байна гэж үзсэн байна. Үүнд: Дотооддоо хүргэлтийн нэгдсэн системтэй болох, авиа компанийн нислэгийн тоог нэмэгдүүлэх, хаягжилтын асуудлыг сайжруулах, зөвшөөрөлгүй аж ахуйн нэгж, хувь хүмүүсийн үйл ажиллагааг цэгцлэх, дүүрэг бүрд нэгдсэн нэг түгээлтийн цэгтэй болох зэрэг асуудлыг шийдвэрлэх шаардлагатай гэж үзсэн байна.

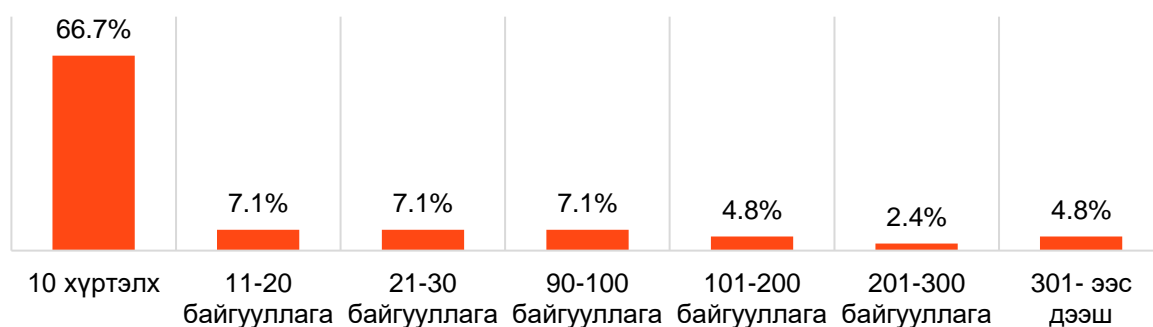
– Компанийн зүгээс анхаарах асуудлууд

Мөн төрийн бодлого шийдвэртэй холбоотой асуудлуудаас гадна компанийн үйл ажиллагаатай холбоотой асуудлууд буюу хүний нөөцийн асуудал, хэрэглэгчдэд мэдээлэл хүргэх, хамтран ажиллах асуудал, хэрэглэгчийн мэдээллийн бааз, хаягийн асуудлууд, хүргэлтийн үйлчилгээг оновчтой зохион байгуулах зэрэг асуудлууд байна гэж үзсэн байна.

4.3. БАЙГУУЛЛАГЫН ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН ХУДАЛДАН АВАХ ТӨЛӨВ БАЙДАЛ

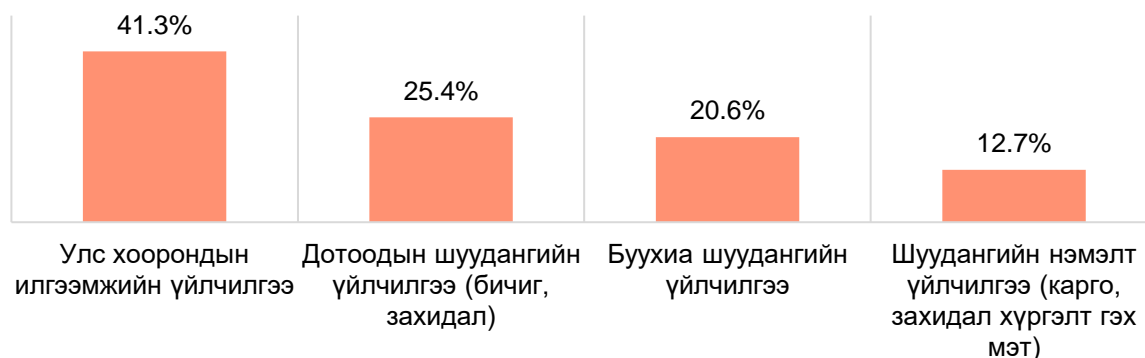
Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч нийт байгууллагуудын 59.2 хувь нь буюу 42 байгууллага нь байнгын болон гэрээтэй байгууллагуудтай хамтран ажилладаг байна. Энэхүү хэсэгт бид байнгын болон хэрэгцээ гарсан үед үйлчилгээ авдаг байгууллагын хэрэглэгчдийн үйлчилгээ авч буй зан төлөвийг гаргахыг зорин ажилласан болно.

График 17. Аж ахуйн нэгжүүдийн хамтран ажилладаг байгууллагууд (байнгын болон хамтран ажилладаг байгууллагууд)



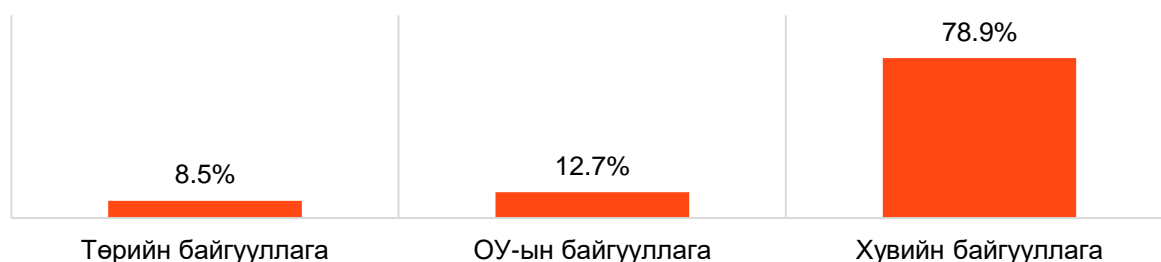
Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудтай байнгын болон хамтран ажилладаг байгууллагууд харвал: нийт шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч 34 (81хувь) байгууллага нь 10-30 хүртэлх компанитай байнгын болон хамтын ажиллагаатай байдаг бол 8 (19хувь) байгууллага нь 90 болон түүнээс дээш байгууллагатай байнгын болон хамтран ажиллах гэрээтэй ажилдаг байна.

График 18. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагуудын ихэвчлэн сонгон үйлчлүүлдэг үйлчилгээ (олон сонголттой)



Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагуудтай гэрээтэй, хамтран ажилладаг байгууллагуудын авдаг үйлчилгээг харвал нийт үйлчлүүлэгчдийн 41.3 хувь нь улс хоорондын илгээмжийн үйлчилгээг, 25.4 хувь нь дотоодын шуудангийн үйлчилгээг сонгон үйлчлүүлдэг бол 20.6 хувь нь буухиа шуудангийн үйлчилгээг авдаг байна.

График 19. Шуудангийн үйлчилгээ хамгийн их авдаг байгууллагууд



Үйлчилгээ авдаг байгууллагуудын 78.9 хувийг хувийн байгууллагууд эзэлдэг бол 12.7 хувийн ОУ-ын байгууллага мөн 8.5 хувийг төрийн байгууллагууд эзэлдэг байна.

– **Төрийн байгууллага**

Элчин сайдын яамнууд, төрийн байгууллагууд

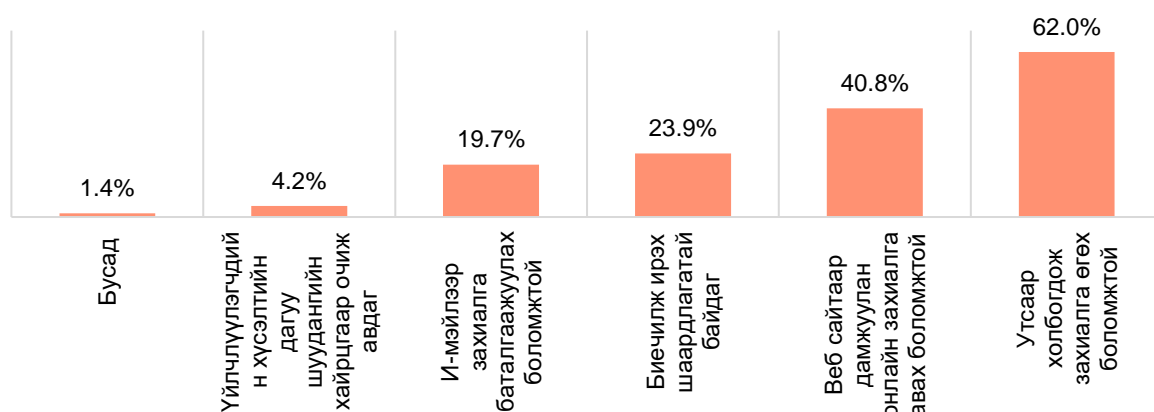
– **ОУ-ын байгууллага**

Олон улсын худалдаанд оролцдог компаниуд, онлайн худалдааны бизнес эрхлэгчид, уул уурхайн компани, эм, эмнэлгийн тоног төхөөрөмжийн импортлогчид, хүмүүнлэгийн байгууллагууд болон тээвэр логистикийн компаниуд.

– **Хувийн байгууллага**

Бүх төрлийн бэлэн хувцас, ноолууран бүтээгдэхүүний үйлдвэрлэгч, гоо сайхны бизнес эрхлэгчид, онлайн худалдаа эрхлэгчид, хүнсний импортлогчид, цахилгаан шат импортлогч компани, бүх төрлийн засвар, үйлчилгээний байгууллага, санхүүгийн байгууллага зэрэг хамрагдаж байна.

График 20. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагатай хамтран ажилладаг байгууллагуудын захиалга хийдэг хэлбэр (олон сонголттой)



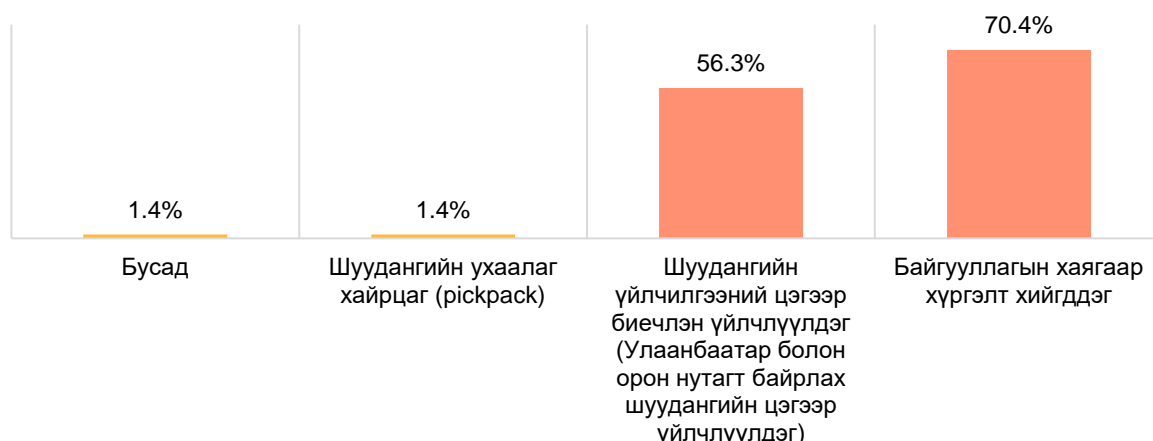
Байгууллагуудын үйл ажиллагаа, үйлчилгээг авах нөхцөл зэргээс шалтгаалан захиалга өгөх хэлбэр нь харилцан адилгүй байдаг байна. Байгууллагуудын 62 хувь нь захиалгаа утсаар өгөх боломжтой байдаг гэсэн бол 40.8 хувь нь тухайн үйлчилгээ үзүүлэгчийн веб сайтаар дамжуулан захиалгаа өгөх боломжийг бүрдүүлсэн байдаг байна. Мөн үйлчлүүлэгчдийн хүсэлтийн дагуу шуудангийн хайрцагаар очиж захиалга өгөх боломжийг бүрдүүлэн ажилладаг байна.

Хүснэгт 9. Байгууллагын хэрэглэгчдийн үйлчилгээний бүтэц (сүүлийн хагас жилээр)

Хэрэглэгчдийн төрөл	Үйлчилгээний төрөл	Орох/хүлээн авах, хувиар	Гарах/илгээх, хувиар	Нийт
Гэрээтэй, хамтран ажилладаг байгууллага	Бичиг захидал	70	30	100
	Илгээлт	73.9	26.1	100
	Боодол	64.2	35.8	100
Шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ гарсан үед үйлчлүүлдэг хэрэглэгч	Бичиг захидал	64.5	35.5	100
	Илгээлт	69.2	30.8	100
	Боодол	61.8	38.2	100

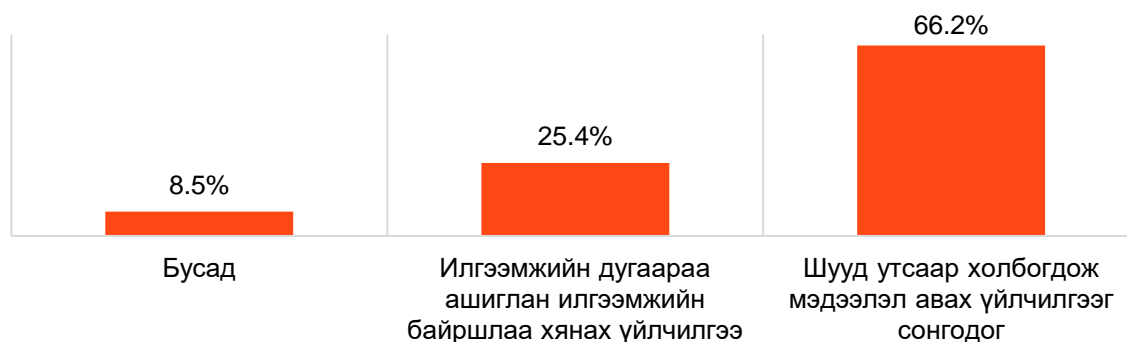
Сүүлийн хагас жилийн хугацаанд байгууллагын хэрэглэгчдийн авч буй үйлчилгээний бүтцийг гэрээтэй болон шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ гарсан үед үйлчлүүлдэг хэрэглэгчдийн төрлөөр нь авч үзвэл: *нэгдүгээрт*: гэрээтэй, хамтран ажилладаг байгууллагуудын хувьд нийт авч буй үйлчилгээний 69.3 хувийг орох/хүлээн авах үйлчилгээ, 30.7 хувийг гарах/илгээх үйлчилгээ дунджаар эзэлж байгаа бол хоёрдугаарт: шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ гарсан буюу байнгын бус хэрэглэгчдийн 65.1 хувийг орох/хүлээн авах, 34.9 хувийг гарах/илгээх үйлчилгээг тус тус авсан гэсэн статистик харагдаж байна.

График 21. Байгууллагын үйлчлүүлэгчид шуудангийн үйлчилгээг ихэвчлэн ямар хэлбэрээр авч байгааг тодруулах (олон сонголттой)



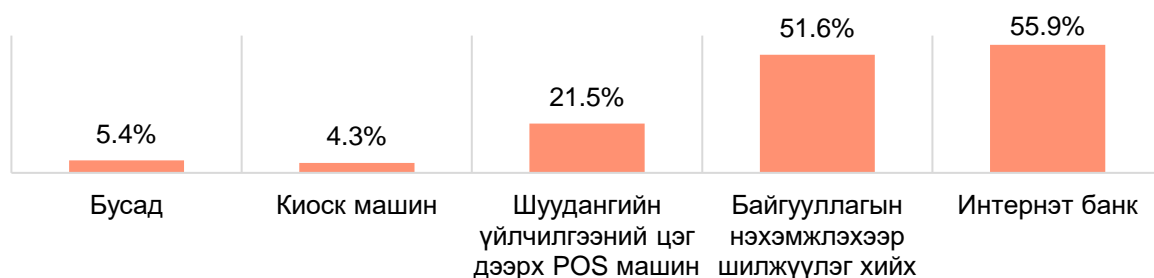
Байгууллагын хэрэглэгчдийн хувьд шуудангийн үйлчилгээг хүлээн авах хэлбэр нь нийт үйлчлүүлэгчдийн 70.4 хувийг байгууллагын хаягаар хүлээн авах хүсэлтэй байдаг бол 56.4 хувь нь шуудангийн үйлчилгээний цэгээр биечлэн ирж үйлчилгээг авдаг байна. Нийт үйлчлүүлэгчдийн 1.4 хувь нь буюу 1 үйлчлүүлэгч нь шуудангийн ухаалаг хайрцаг ашигладаг байна.

График 22. Үйлчилгээний талаарх мэдээллийг авдаг хэлбэр



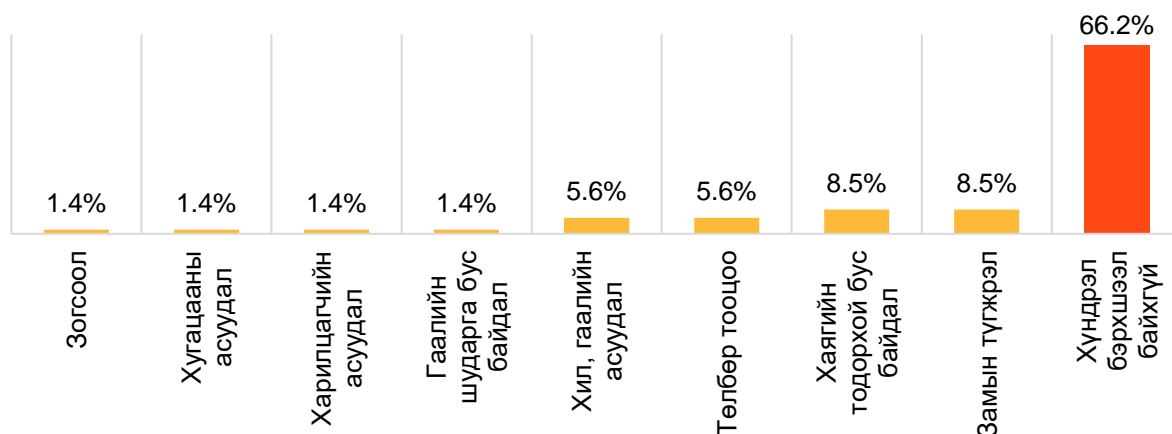
Байгууллагын хэрэглэгчдийн хувьд үйлчилгээний талаарх мэдээллийг ихэвчлэн ямар хэлбэрээр авч байгааг судалгаанаас харвал нийт хэрэглэгчдийн 66.2 хувь нь буюу 47 байгууллагын хэрэглэгчид шууд утсаар холбогдож мэдээлэл авдаг бол 25.4 хувь нь буюу 18 байгууллагын хэрэглэгчид нь илгээмжийн дугаараа ашиглан илгээмжийн байршлаа хянах үйлчилгээг сонгон үйлчлүүлдэг байна. Мөн бусад буюу үлдсэн хувь нь өөрсдөө биечлэн ирж авдаг байна.

График 23. Байгууллагын хэрэглэгчид үйлчилгээний төлбөр, тооцоог хэрхэн хийдэг болох (олон сонголттой)



Байгууллагын хэрэглэгчдийн хувьд төлбөр тооцоог хийхдээ ихэвчлэн буюу 50 илүү хувь нь байгууллагын нэхэмжлэх болон интернет банкаар төлбөр тооцоог хийдэг бол 21.5 хувь нь шуудангийн үйлчилгээний цэг дээрх POS машин ашиглан хийдэг байна. мөн цөөн тооны хэрэглэгч төлбөр, тооцооны бусад хэлбэрийг ашиглаж байгаа бөгөөд Киоск машин болон бэлнээр төлбөр төлөх хувилбаруудыг ашигладаг байна.

График 24. Байгууллагын хэрэглэгчдэд шуудангийн үйлчилгээг хүргэхэд тулгарч буй хүндрэл, асуудал

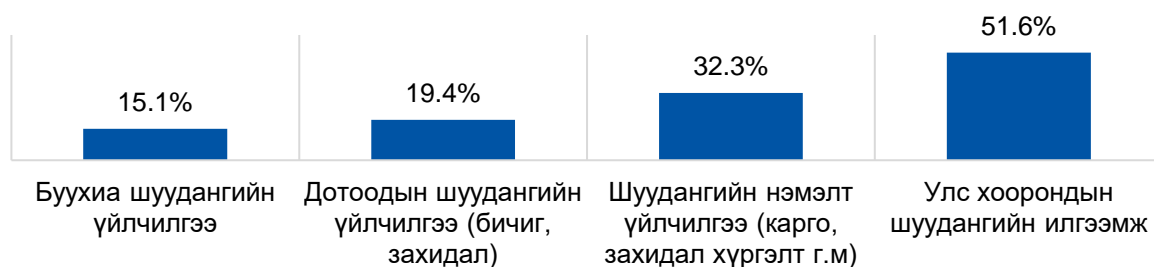


Байгууллагын хэрэглэгчдэд шуудангийн үйлчилгээг хүргэхэд хамгийн түгээмэл тулгардаг бэрхшээл юу байна вэ гэсэн асуултад нийт судалгаанд оролцсон хэрэглэгчдийн 66.2 хувь нь буюу 47 компани нь байхгүй гэсэн бол 33.8 хувьд нь буюу 24 компанийн хувьд тодорхой хүндрэл, асуудал гардаг гэж хариулсан байна. Эдгээр асуудлыг аваад үзвэл байгууллагатай холбоотой буюу хаягийн тодорхой бус байдал, харилцагчийн хүлээн авах хэлбэр тодорхой бус байх зэрэг асуудлууд багтаж байгаа бол байгууллагатай хамаарахгүй буюу хил, гаалийн асуудал, замын түгжрэл, зогсоолын асуудал болон хил, гаалийн асуудлаас үүдэлтэй хугацааны хоцрогдол зэрэг асуудлууд багтаж байна.

4.4. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭ АВДАГ ХУВЬ ХҮН/ГАДААДЫН ИРГЭДИЙН ТӨЛӨВ БАЙДАЛ

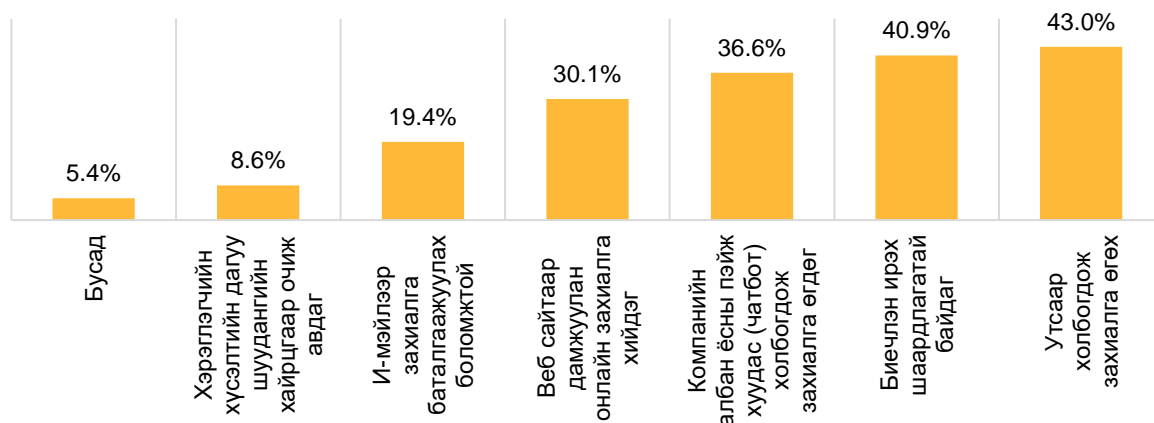
Шуудангийн үйлчилгээ авч буй хувь хүн/гадаадын иргэдийн шуудангийн үйлчилгээ авч байгаа зан төлөвийг тодруулахын тулд шуудангийн үйлчилгээ авч буй хэлбэр, үйлчилгээний талаарх нэмэлт мэдээллийг хэрхэн авдаг болон төлбөр, тооцоог ихэвчлэн ямар хэлбэрээр хийж байгаа зэргийг нь тодруулан гаргалаа.

График 25. Үйлчлүүлэгчдийн ихэвчлэн авдаг үйлчилгээний нэр, төрөл (олон сонголттой)



Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлж буй аж ахуйн нэгжүүдийн 51.6 хувиас нь буюу 48 компаниас үйлчилгээ авахдаа улс хоорондын шуудангийн илгээмжийн үйлчилгээг авдаг бол 19.4 хувиас нь буюу 18 компаниас буухиа шуудангийн үйлчилгээг үйлчлүүлэгчид авдаг байна. Мөн 19.4 хувиас нь буюу 18 компаниар үйлчлүүлж байгаа үйлчлүүлэгчид дотоодын шуудангийн үйлчилгээг сонгон үйлчлүүлсэн байна. Шуудангийн нэмэлт үйлчилгээг 32.3 хувиас нь буюу 30 компанийн үйлчилгээг сонгон үйлчлүүлсэн байна.

График 26. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчид үйлчлүүлэгчид шуудангийн үйлчилгээг авах ямар боломжуудыг олгодог болох (олон сонголттой)

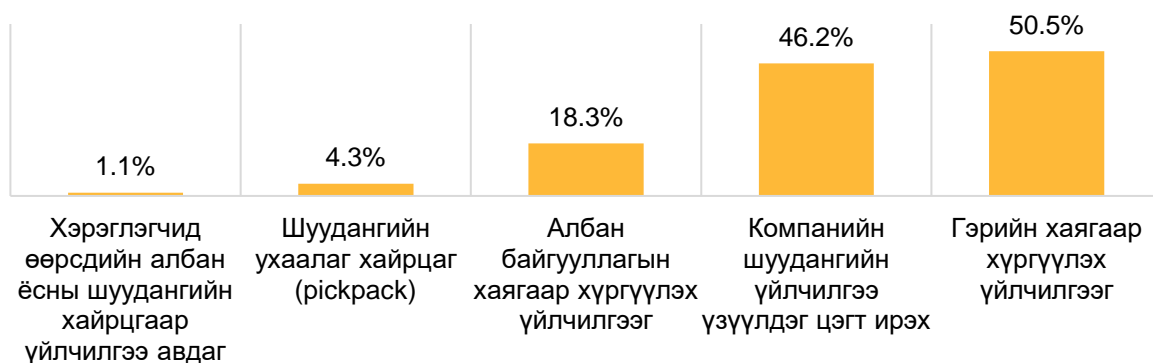


Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч аж ахуйн нэгжүүдийн хувьд шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд түргэн шуурхай, хялбар хүргэх олон төрлийн хэлбэрүүдийг санал болгодог бөгөөд хэрэглэгчид өөрсдийн хэрэгцээ, шаардлагаасаа хамааран сонгон үйлчлүүлэх боломжтой байдаг.

Хүснэгт 10. Үйлчлүүлэгчдийн түлхүү авдаг үйлчилгээ

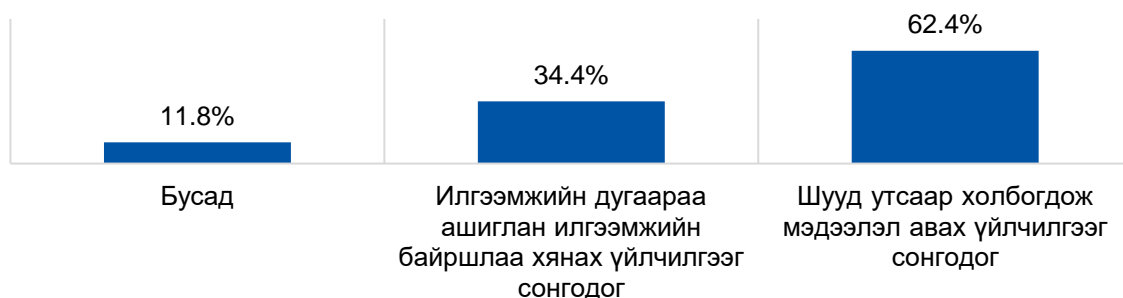
Хэрэглэгчдийн төрөл	Үйлчилгээний төрөл	Орох/хүлээн авах, хувиар	Гарах/илгээх, хувиар	Нийт
Байнгын хэрэглэгч	Бичиг захидал	59	41	100
	Илгээлт	66.9	33.1	100
	Боодол	62.5	37.5	100
Шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ гарсан үед үйлчлүүлдэг хэрэглэгч	Бичиг захидал	62.4	37.6	100
	Илгээлт	67.1	32.9	100
	Боодол	62.3	37.7	100

График 27. Хэрэглэгчдийн шуудангийн үйлчилгээг хүлээн авах хэлбэр (олон сонголтод)



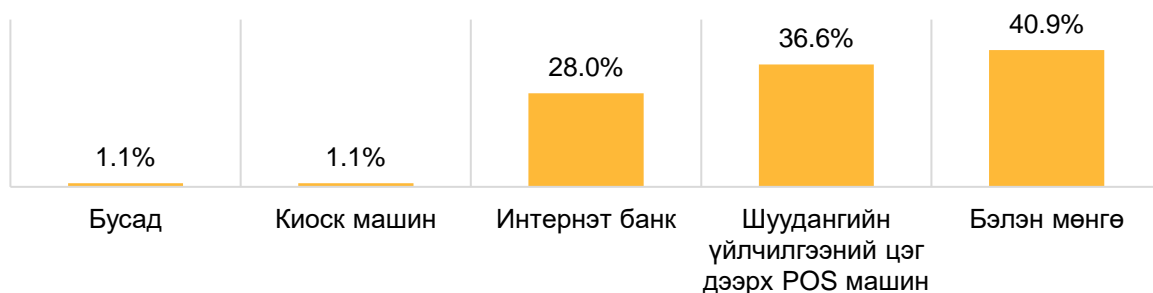
Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлдэг байгууллагуудын 50.5 хувь нь буюу 47 компани нь үйлчлүүлэгчдийн гэрийн хаягаар хүргэлтийг хийх үйлчилгээг санал болгодог бол 46.2 хувь нь буюу 43 компанийн хувьд үйлчлүүлэгч шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчийн үйлчилгээний цэгт ирэх, 18.3 хувь нь буюу 17 компани үйлчлүүлэгчийн байгууллагын хаягаар хүргэлт хийх боломжийг олгодог байна. Түүнчлэн 5.4 хувь нь буюу 5 компанийн хувьд шуудангийн хайрцаг болон шуудангийн ухаалаг хайрцаг ашиглан үйлчилгээг хүлээн авах боломжийг олгон ажилдаг байна.

График 28. Шуудангийн үйлчилгээ, илгээмжийн талаарх мэдээллийг үйлчлүүлэгчид ямар хэлбэрээр авдаг (олон сонголтод)



Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлдэг аж ахуйн нэгжүүдийн хувьд үйлчлүүлэгчдэдээ үйлчилгээ, илгээмжийн талаарх мэдээллийг авах боломжийг бүрдүүлэн ажилладаг бөгөөд үйлчлүүлэгчдийн 62.2 хувь нь утсаар холбогдож мэдээлэл авахыг илүүд үздэг бол 34.4 хувь нь илгээмжийн дугаараа ашиглан илгээмжийн байршлаа хянах үйлчилгээг сонгон үйлчлүүлдэг байна.

График 29. Шуудангийн үйлчилгээ авсан төлбөр тооцоо хийх хэлбэр (тухайн байгууллагаар үйлчлүүлэхдээ төлбөр тооцооны ямар хэлбэрийг түлхүү ашигладаг)



Шуудангийн үйлчилгээ авсан төлбөр тооцоог хэрэглэгчид өөрсдийн боломжид тулгаварлан хийдэг байна. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч компаниуд боломжит бүх хувилбарыг санал болгон ажилладаг байна.

График 30. Хэрэглэгчдэд шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэхэд тулгарч буй асуудал, хувиар



Шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хүргэхэд асуудал гардаггүй, хэвийн гэж 27.9 хувь нь үзсэн бол 72.1 хувь нь тодорхой хэмжээний хүндрэл, асуудал үүсдэг гэж хариулсан байна. Хэрэглэгчдэд болон байгууллагын хэрэглэгчдэд аль алинд нь шуудангийн үйлчилгээ хүргэхэд хаягийн тодорхой бус байдал нэлээдгүй өндөр хувийг эзэлж байна. Энэхүү үр дүнгээс харахад нийт шуудангийн үйлчилгээ үзүүлж байгаа байгууллагын 16.3 хувьд нь энэхүү байдал нь хүндрэл учруулдаг бол мөн үйлчлүүлэгчдийн хариуцлагагүй байдал, үйлчилгээний соёл зэрэг асуудлууд нэлээн өндөр хувийг эзэлж байна. Мөн байгууллагын хэрэглэгчдийн нэгэн адил хил, гаалийн асуудал, замын түгжрэл, зогсоолын олдоц гэсэн нийтлэг асуудлууд тулгардаг байна. Харин шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч аж ахуйн нэгжийн зүгээс хүний нөөцийн асуудал гол хүндрэл, асуудал болдог байна.

ТАВ. ЦАХИМ ХУДАЛДАА, ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН ТӨЛӨВ БАЙДАЛ

Шуудангийн үйлчилгээний зах зээл, оролцогч талуудын үйл ажиллагаа, нөхцөл байдлыг тодруулах судалгааны үндсэн нэг бүрэлдэхүүн хэсэг нь хэрэглэгчид юм. Бид судалгаандаа хэрэглэгчдийн бүх бүлгийг хамруулахыг зорин шуудангийн үйлчилгээ авдаг, шуудангийн үйлчилгээ авдаг ч авч байгаагаа мэдэхгүй хэрэглэгчид болон шуудангийн үйлчилгээг орлуулан авдаг (дайвар ачаа) хэрэглэгчдийн бүлгийг хамруулан авсан болно. Шуудангийн үйлчилгээг авч буй хэлбэр, төлөв байдал, тулгарч буй асуудлуудыг багтаасан судалгааны асуулгын хүрээнд нийт 542 хэрэглэгчийг хамруулан судалгааны ажлыг хийж гүйцэтгэлээ.

5.1. ЦАХИМ ХУДАЛДАА, ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН ЕРӨНХИЙ МЭДЭЭЛЭЛ

Хүснэгт 11. Судалгаанд оролцогчдын ерөнхий мэдээлэл (нэгтгэсэн хүснэгт)

N = 542 (100%)				
Хүйс	Нас	Ажилдаг салбар	Орлого	Дүүрэг
Эрэгтэй (41.7%)	21-25 (27.3%)	Улсын байгууллага (14.4%)	<500,000 (25.8%)	ХУД (8.1%)
Эмэгтэй (58.1%)	26-35 (26.8%)	Хувийн байгууллага (28.4%)	500,001-1,000,000 (25.6%)	СХД (8.5%)
	36-45 (21.8%)	ОУ байгууллага (0.2%)	1,000,001-1,500,000 (18.3%)	БГД (8.5%)
	46-55 (14.0%)	Хувиараа (22.9%)	1,500,001-2,000,000 (14.2%)	БЗД (8.5%)
	>55 (10.1%)	Одоогоор ажилгүй (7.6%)	>2,000,001 (16.1%)	СБД (8.1%)
		Оюутан (14.9%)		ЧД (6.8%)
		Тэтгэвэрт (9.6%)		БХД (6.1%)
		Бусад (2.0%)		БНД (7.7%)
				НД (8.3%)
				Орон нутаг (29.3%)

Судалгаанд оролцогчдын ерөнхий мэдээллийг судалгаанд оролцогчдын хүйс, нас, ажилдаг салбар, орлогын түвшин болон дүүрэг, орон нутгаар нь нарийвчлан харвал:

– Судалгаанд оролцогчдын хүйс

Судалгаанд хамрагдсан оролцогчдын 227 хэрэглэгч нь буюу 41.7 хувь нь эрэгтэй, 315 хэрэглэгч нь буюу 58.1 хувь нь эмэгтэй хэрэглэгчид оролцсон. Орон нутгаас хамрагдсан оролцогчдын 77 хэрэглэгч нь буюу 48.4 хувь нь эрэгтэй, 82 нь буюу 51.6 хувь нь эмэгтэй хэрэглэгчид оролцсон байна.

– Судалгаанд оролцогчдын насны бүлэг

Судалгаанд хамрагдсан оролцогчдын насны бүтцийг харвал нийт судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 27.3 хувь нь 21-25 насны, 26.8 хувь нь 26-35 насны, 21.8 хувь нь 36-45 насны хэрэглэгчид хамрагдсан бол 24.1 хувийг 46-55 болон 55-аас дээш насны хэрэглэгчид хамрагдсан байна. Орон нутгаас хамрагдсан хэрэглэгчдийн 65.4 хувийг 26-35 насны хэрэглэгчид болон 36-45 насны хэрэглэгчид хамрагдсан байна.

– Судалгаанд оролцогчдын ажил эрхлэлт

Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 28.4 хувь нь буюу 154 хэрэглэгч нь хувийн байгууллагад, 22.9 хувь нь буюу 124 хэрэглэгч нь хувиараа бизнес хийдэг бол 14.4 хувь нь буюу 78 хэрэглэгч улсын байгууллагад ажилладаг байна. Орон нутгийн хэрэглэгчдийн 24.5 хувь нь улсын байгууллагад, 25.8 хувь нь хувийн байгууллагад ажилдаг хэрэглэгчид хамрагдсан бол 23.3 хувь нь хувиараа бизнес эрхэлдэг хэрэглэгчид хамрагдсан байна.

– **Судалгаанд оролцогчдын сарын дундаж орлого**

Судалгаанд оролцогчдын сарын дундаж орлогыг харвал нийт судалгаанд оролцсон оролцогчдын 25.8 (140 хэрэглэгч) хувь нь 500,000 төгрөг хүртэлх, 25.6 (139 хэрэглэгч) хувь нь 500,001-1,000,000 төг, 18.3 (99 хэрэглэгч) хувь нь 1,000,001-1,500,000 төгрөгийн орлоготой байгаа бол 14.2 (77 хэрэглэгч) хувь нь 1,500,001-2,000,000 төг, 16.1 (87 хэрэглэгч) хувь нь 2,000,001 төгрөгөөс дээш орлоготой иргэд байна.

– **Судалгаанд оролцогчдын оршин суудаг дүүрэг, орон нутаг**

Шуудангийн үйлчилгээний хэрэглээний талаарх судалгааны ажлыг хийж гүйцэтгэхдээ Улаанбаатар болон орон нутгийн хэрэглэгчдийг хамруулахыг зорьсон.

Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 70.7 хувь нь буюу нийт 383 хэрэглэгч нь Улаанбаатар хотын 9 дүүргээс хамрагдсан бол 29.3 хувь нь буюу 159 хэрэглэгч нь орон нутгаас хамрагдсан.

5.2. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭГ АВДАГ ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН ХЭРЭГЛЭЭНИЙ ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ

Шуудангийн үйлчилгээг авдаг, хэрэглэдэг хэрэглэгч болон шуудангийн үйлчилгээг авч байгаагаа мэддэггүй хэрэглэгчдийн болон цахим худалдаа эрхлэгчдийн (Big mall, Emart, Nomin E-shop, Bananamall, Mart.mn, Shoppy г.м) төлөөллийн шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ, хэрэглээний төлөв байдал, үйлчилгээг авахад тулгарч буй хүндрэл, асуудлуудыг тодрууллаа.

N = 381 (70.3%)	
Шуудангийн үйлчилгээ авдаг, мэддэг хэрэглэгч 160 (29.5%)	Шуудангийн үйлчилгээ авч байгаагаа мэддэггүй хэрэглэгч 221 (40.8%)

Судалгааны түүвэрлэлтийн арга зүйн дагуу судалгаанд хамрагдсан нийт хэрэглэгчдийн 70.3 хувь нь буюу 381 хэрэглэгч нь шуудангийн үйлчилгээг хүлээн авдаг, авдаг ч мэдэхгүй байгаа хэрэглэгчид хамрагдсан бөгөөд 5.2.1 бүлэгт шуудангийн үйлчилгээ авдаг, мэддэг хэрэглэгчдийн төлөв байдлыг, 5.2.2 бүлэгт шуудангийн үйлчилгээ авч байгаагаа мэддэггүй хэрэглэгчдийн төлөв байдлыг тодруулан ажилласан.

5.2.1. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг хэрэглэгчдийн хэрэглээний төлөв

Шуудангийн үйлчилгээний төлөв байдлыг тодруулахын тулд сүүлийн 1 жилийн хугацаанд шуудангийн үйлчилгээг хүлээн авсан хэрэглэгчдийн үр дүнг энэхүү хэсэгт авч үзлээ. Нийт шуудангийн үйлчилгээ авдаг, авсан ч мэдэхгүй байгаа хэрэглэгчдийн 29.5 хувь нь буюу нийт 160 хэрэглэгчид хамрагдсан болно.

График 31. Хэрэглэгчдийн сонгосон үйлчилгээ

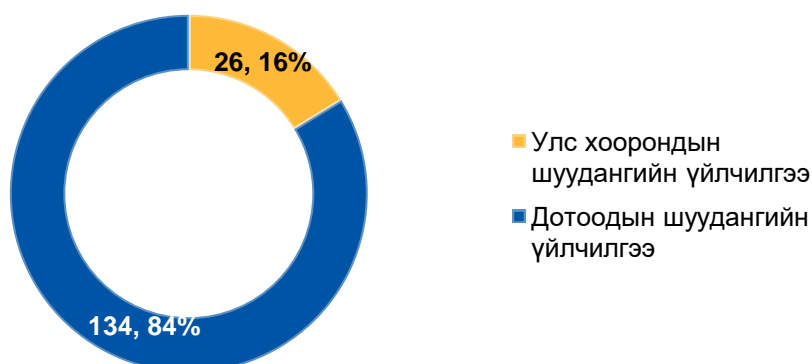
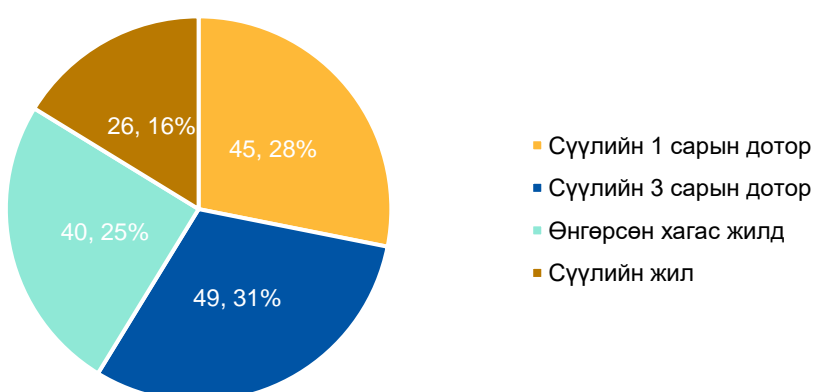


График 32. Үйлчилгээг авсан хугацаа



– **Үйлчлүүлэгчдийн сонгон үйлчлүүлсэн үйлчилгээ**

Судалгаанд оролцсон үйлчлүүлэгчдийн 83.8 хувь нь буюу 134 хэрэглэгч нь дотоодын шуудангийн үйлчилгээг авсан бол 16.2 хувь нь буюу 26 хэрэглэгч улс хоорондын шуудангийн үйлчилгээг авсан байна.

– **Шуудангийн үйлчилгээг сүүлд авсан цаг хугацаа**

Үйлчлүүлэгчд сүүлд хэзээ шуудангийн үйлчилгээг авсан болохыг харвал нийт үйлчлүүлэгчдийн 58.8 хувь нь сүүлийн 1-3 сарын дотор шуудангийн үйлчилгээ авсан бол 41.3 хувь нь сүүлийн хагас жилийн дотор шуудангийн үйлчилгээг авсан гэж хариулсан байна.

Хүснэгт 12. Шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ, үйлчилгээний төрлөөр (олон сонголттой)

Үйлчилгээний төрөл	Улс хоорондын шуудангийн үйлчилгээ	Дотоодын шуудангийн үйлчилгээ
Хувийн шугамаар шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ гарсан	21 (17.5%)	99 (82.5%)
Албан ажлын шугамаар шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ гарсан	4 (12.9%)	27 (87.1%)
Найз, нөхдийн хүсэлтийн дагуу /1удаа/	2 (25.0%)	6 (75.0%)

Үйлчилгээний төрөл	Улс хоорондын шуудангийн үйлчилгээ	Дотоодын шуудангийн үйлчилгээ
Цахим худалдаа /онлайн худалдааны үйлчилгээ авсан/	5 (18.5%)	22 (81.5%)

- **Хувийн шугамаар шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ гарсан 120 (75хувь) хэрэглэгч**

Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 82.5 хувь нь дотоодын шуудангийн үйлчилгээг сонгон үйлчлүүлсэн бол 17.5 хувь нь улс хоорондын шуудангийн үйлчилгээг сонгон үйлчлүүлсэн байна.

- **Албан ажлын шугамаар шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ гарсан 31 (19.4хувь) хэрэглэгч**

Албан ажлын шугамаар шуудангийн үйлчилгээ авсан хэрэглэгчдийн 87.1 хувь нь дотоодын шуудангийн үйлчилгээг авсан бол 12.9 хувь нь улс хоорондын шуудангийн үйлчилгээг авсан байна.

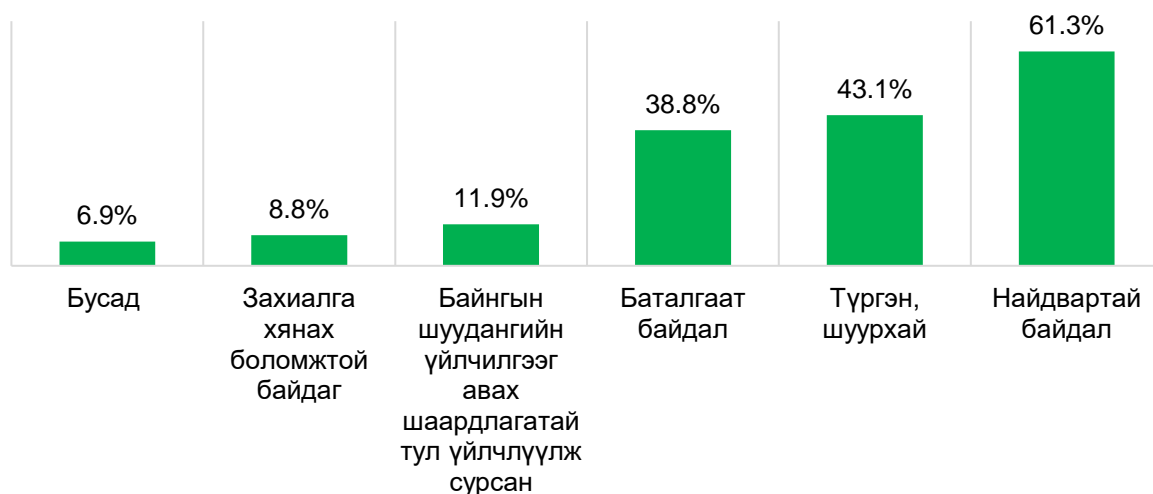
- **Найз, нөхдийн шугамаар шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ гарсан 8 (5хувь) хэрэглэгч**

Шуудангийн үйлчилгээг өөрөө аваагүй ч найз, нөхөд таньдаг хүний хүсэлтийн дагуу шуудангийн үйлчилгээг авсан ба 75 хувь нь дотоодын шуудангийн үйлчилгээг, 25 хувь нь улс хоорондын үйлчилгээг сонгон үйлчлүүлсэн байна.

- **Цахим худалдаа /онлайн худалдааны үйлчилгээ авсан/ 27 (16.9хувь) хэрэглэгч**

Цахим худалдаанаас үйлчилгээ авсан хэрэглэгчдийн 81.5 хувь нь дотоодын, 18.5 хувь улс хоорондын үйлчилгээг авсан байна.

График 33. Шуудангийн үйлчилгээг сонгохдоо хэрэглэгчдийн анхаардаг зүйлс (олон сонголттой)



Үйлчлүүлэгчдийн хувьд үйлчилгээг авахдаа анхаардаг зүйлсийг харвал үйлчлүүлэгчдийн 61.3 хувь нь найдвартай байдлыг, 43.1 хувь нь түргэн, шуурхай байдлыг харгалзан сонголтоо хийдэг бол 38.8 хувь нь баталгаат байдал, 8.8 хувь нь

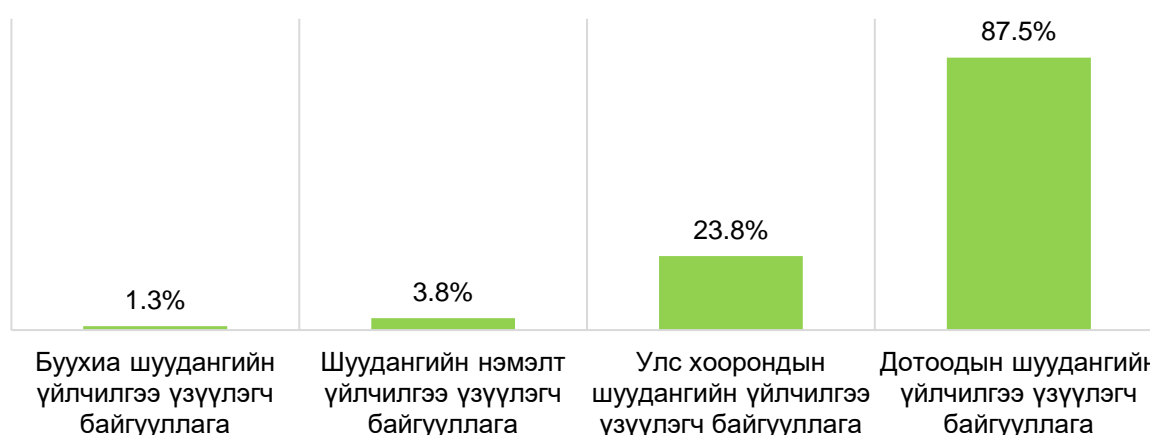
захиалгаа хянах боломжтой байдаг нь сонгох шалтгаан болдог гэж үзсэн байна. Түүнчлэн 11.9 хувь нь шуудангийн үйлчилгээг байнга авах шаардлагатай болдог тул үйлчилгээ авдаг байгууллагатайгаа гэрээтэй, байнгын хамтын ажиллагаатай байдаг гэсэн хариултыг өгсөн байна.

Хүснэгт 13. Үйлчилгээ авсан зорилго/шалтгаан

Үйлчилгээ	Илгээсэн	Хүлээн авсан	Аль алиныг нь авсан	Энэ үйлчилгээг аваагүй
Энгийн илгээмж (битүүмжилсэн болон ил захидал, боодол, илгээлт)	18 (11.3%)	92 (57.5%)	11 (6.9%)	39 (24.4%)
Баталгаат илгээмж (нэмэлт хураамж төлж, хаягт эзэнд нь гардуулах нөхцөлөөр илгээж буй битүүмжилсэн захидал, боодол, илгээлт)	12 (7.5%)	66 (41.3%)	4 (2.5%)	78 (48.8%)
Үнэ зарласан илгээмж (үйлчлүүлэгч илгээмжээ үнэлэн, нэмэгдэл төлбөр хийж илгээж байгаа битүүмжилсэн захидал, боодол, илгээлт)	4 (2.5%)	26 (16.3%)	4 (2.5%)	126 (78.8%)
Цахим худалдааны хүргэлтийн үйлчилгээ (байгууллага, хувь хүн)	3 (1.9%)	64 (40%)	2 (1.3%)	91 (56.9%)
Бусад (бичих)	3 (1.9%)	13 (8.1%)	-	144 (90%)

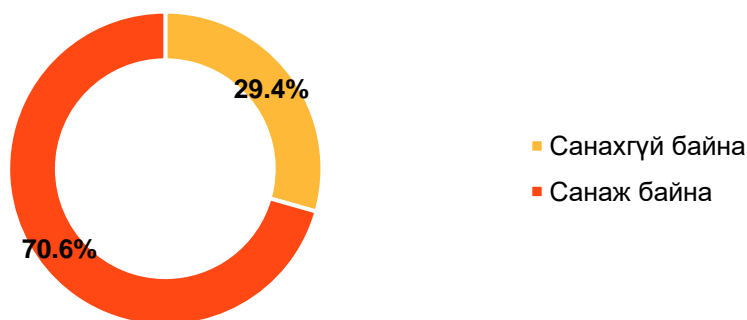
Судалгаанд оролцсон хэрэглэгчдийн 75.7 хувь нь энгийн илгээмжийн үйлчилгээг, 51.3 хувь нь баталгаат илгээмжийг, 21.3 хувь нь үнэ зарласан илгээмжийг илгээх, хүлээн авах үйлчилгээг сонгосон бол 43.2 хувь нь цахим худалдааны хүргэлтийн үйлчилгээг төлбөртэй болон төлбөргүй хүлээн авсан байна. Бусад буюу хэрэглэгч өөрөө сонгож аваагүй ч үйлчилгээ авсан газрын үйлчилгээгээр дамжин шуудангийн үйлчилгээ ирсэн байна. Үүнд банкны карт захиалсан, жолооны үнэмлэх онлайнаар захиалсан, бараа худалдан авсан зэрэг хэрэглэгч өөрөө сонгоогүй ч шуудангийн үйлчилгээгээр дамжин ирсэн байна.

График 34. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчийг сонгосон байдал (олон сонголттой)



Хэрэглэгчид шуудангийн үйлчилгээ авахдаа ямар байгууллагыг сонгон үйлчлүүлсэн болохыг харвал нийт хэрэглэгчдийн 87.5 хувь нь дотоодын шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчийг, 23.8 хувь нь улс хоорондын шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчийг сонгон үйлчлүүлсэн бол 1.3 хувь нь буухиа шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчийг сонгон үйлчлүүлсэн байна.

График 35. Шуудангийн үйлчилгээ авсан газар



Шуудангийн үйлчилгээ авдаг хэрэглэгчдийн 70.6 хувь нь буюу 113 хэрэглэгч шуудангийн үйлчилгээ авсан газрынхаа нэрийг санаж байгаа бөгөөд нийт хэрэглэгчдийн 90.3 хувь нь буюу 102 хэрэглэгч Монгол шуудан компанийг сонгон үйлчлүүлсэн байна. Мөн хэрэглэгчид DHL, Вип карго, Хай карго, Хангай карго, Бид монгол интернейшнл, UB Cab болон Зэлтэрийн зам зэрэг шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчийг сонгон үйлчилгээг нь авсан байна.

График 36. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчийг сонгодог шалтгаан (олон сонголт), хувиар



Хэрэглэгчид шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчдийг сонгохдоо анхаардаг, чухалчилдаг байдлыг нь авч үзвэл үйлчилгээний чанар, найдвартай байдал чухал гэж үзсэн бол мөн үйлчилгээг нь авахад хялбар, олонд танигдсан, нэр хүндтэй болон

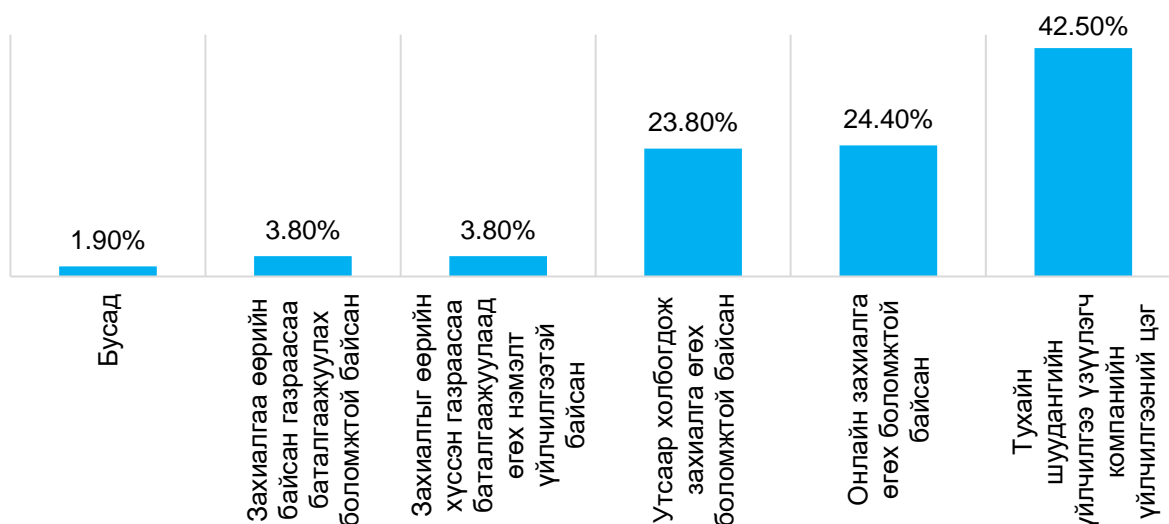
үйлчлүүлэгчийн хүссэн үйлчилгээг үзүүлдэг бол сонгон үйлчлүүлдэг байна. Мөн ач холбогдлын дараагийн эрэмбэд захиалга өгсөн газар санал болгосон, өөрсдөө хүргэлт хийдэг, хүргэлтийн үнэ багтсан болон гэрийн ойролцоо байх нь сонгох шалтгаан гэж үзжээ.

График 37. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч байгууллагын талаарх мэдээллийг авах хэлбэр (олон сонголттой), хувиар



Шуудангийн үйлчилгээ авахдаа хэрэглэгчид тухайн байгууллагын талаарх мэдээллийг явж буй эх үүсвэрийг харвал: **онлайн хэлбэрээр**: нийт үйлчлүүлэгчдийн 37.8 хувь нь тухайн компанийн веб хуудас, пэйж зэрэг онлайн хэлбэрээр, **онлайн бус**: үйлчлүүлэгчдийн 56.1 хувь нь эдгээр хэрэглэгчид тухайн байгууллагыг өмнө мэддэг, үйлчилгээг нь авч байсан хэрэглэгчид, **бусад** буюу тухайн хэрэглэгчийн үйлчилгээг үзүүлэх боломжтой байсан, өмнө нь ажиллаж байсан, найзын санал болгосны дагуу холбогдсон, үйлчилгээг нь авсан гэсэн хариултыг өгсөн байна.

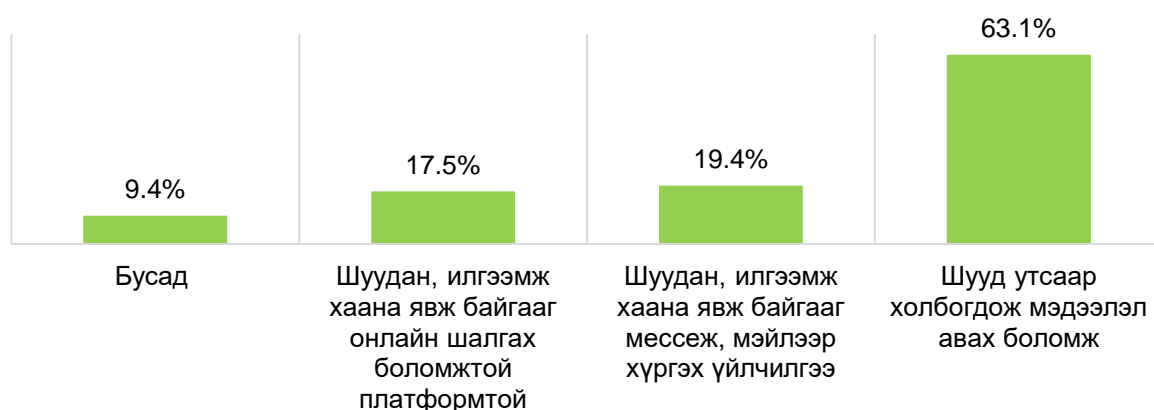
График 38. Шуудангийн үйлчилгээний захиалга баталгаажуулсан хэлбэр



Шуудангийн үйлчилгээг авахдаа шуудангийн үйлчилгээний захиалгыг ямар хэлбэрээр өгсөн болохыг харвал өөрөө болон онлайн хэлбэрээр өгөх боломжтой байсан

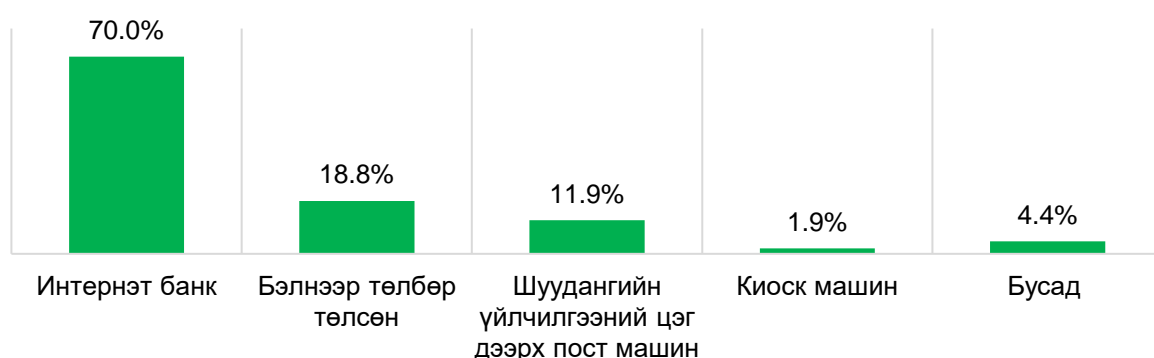
байна. Өөрөө шуудангийн цэгт очих: нийт хэрэглэгчдийн 42.5 хувь нь шуудангийн үйлчилгээ үзүүлдэг компанийн цэгт очиж үйлчлүүлсэн, онлайн хэлбэрээр баталгаажуулах боломж: судалгаанд оролцогчдын 24.4 хувь нь онлайнар, 23.8 хувь нь утсаар холбогдож захиалга өгсөн бол 7.6 хувь нь захиалгаа өөрийн байсан газраасаа өгөх, баталгаажуулах нэмэлт үйлчилгээтэй байсан тул тухайн үйлчилгээг нь сонгон захиалгаа баталгаажуулсан гэсэн хариултыг өгсөн байна. Мөн тухайн үйлчилгээ үзүүлэгчийг сонгох болсон шалтгаан нь захиалга өгсөн газар санал болгосны дагуу байсан байна.

График 39. Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч шуудангийн үйлчилгээний талаарх мэдээллийг авах боломжийг хэрхэн бүрдүүлсэн болох (олон сонголттой)



Шуудангаар үйлчилгээ үзүүлэгч нь шуудангийн илгээмжийн бүртгэлийн дугаараа ашиглан илгээмжийн байршлаа хянах боломжийг хэрхэн бүрдүүлснийг харвал нийт судалгаанд оролцсон хэрэглэгчдийн 36.9 хувь нь буюу 59 хэрэглэгч нь энэхүү үйлчилгээг сонгон үйлчлүүлсэн байна. Эдгээр хэрэглэгчдийн 19.4 хувь нь шуудан, илгээмж хаана явж байгааг мессеж, мэйлээр авах үйлчилгээг авсан бол 17.5 хувь нь буюу 28 хэрэглэгч онлайнар шалгах үйлчилгээг нь авсан байна. Шуудангийн үйлчилгээний төрлөөс хамаараад дээрх боломжуудыг ашиглах шаардлагагүй үйлчилгээ байсан гэж хариулсан байна.

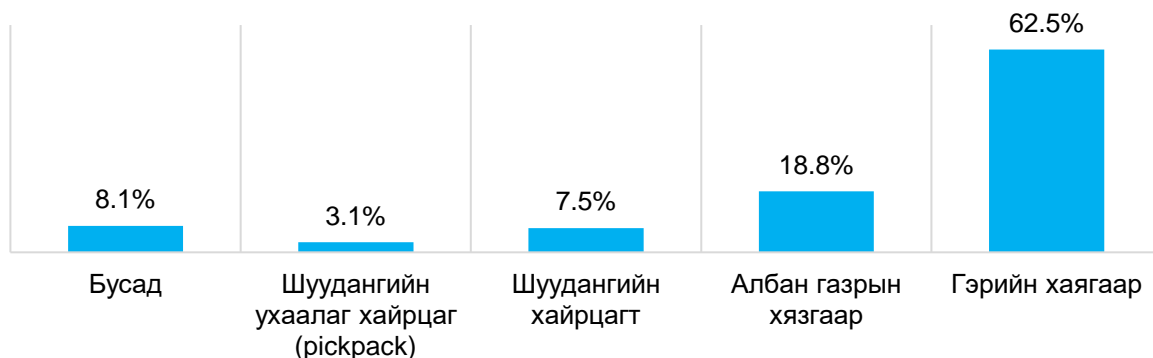
График 40. Шуудангийн үйлчилгээг авсан төлбөр тооцоог хийсэн хэлбэр (олон сонголттой)



Сүүлийн үед хэрэглэгчид онлайн төлбөр тооцоог ихэвчлэн сонгон үйлчлүүлэх болсонтой холбоотойгоор үйлчилгээ үзүүлэх байгууллага ч гэсэн боломжтой бүх хувилбарыг санал болгох болсон. Бидний судалгаанд оролцсон хэрэглэгчдийн хувьд нь энэхүү төлбөр тооцооны хувилбарыг түлхүү сонгож байгаа нь харагдаж байна. Нийт

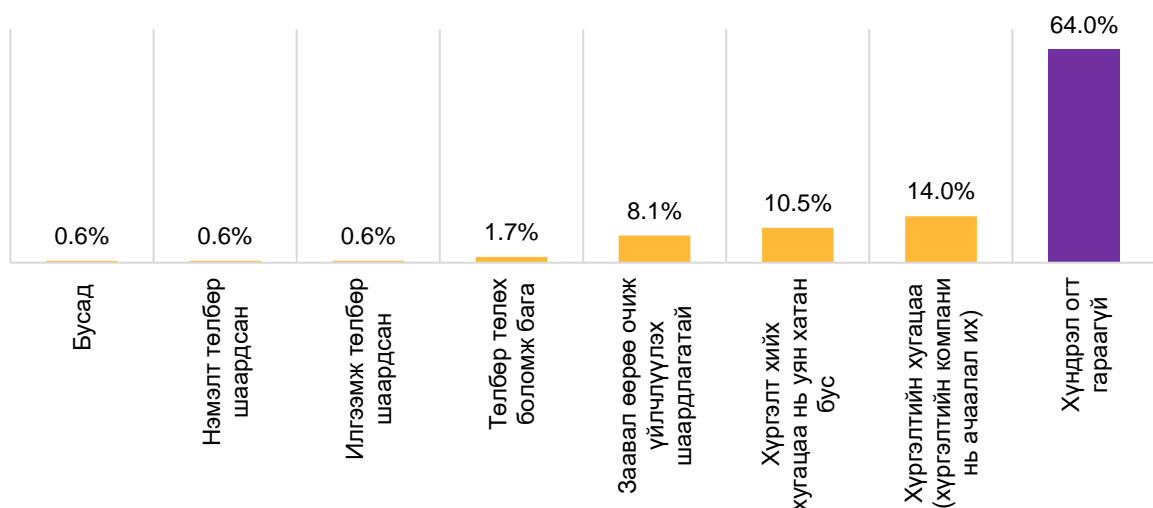
судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 70 хувь нь интернэт банк, 13.8 хувь нь шуудангийн үйлчилгээний цэг дээрх пос машин болон төлбөр тооцооны цогц шийдлийг агуулсан киоск машин ашиглан төлбөр тооцоог хийсэн бол 18.8 хувь нь бэлнээр, 4.4 хувь нь байгууллагын төлбөр тооцооны хэлбэрийг ашиглан төлсөн байна. Үйлчилгээний нөхцөлөөс хамаараад нэмэлт төлбөр төлөх шаардлагагүй хүргэлтийн үйлчилгээ байсан гэдгийг бас илэрхийлсэн байна.

График 41. Шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хүргэх хэлбэр



Шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хүргэх хэлбэрийг харвал судалгаанд оролцсон хэрэглэгчдийн 81.3 хувь нь буюу 130 хэрэглэгч өөрийн гар дээр авах хэлбэрийг сонгосон байна. Үүнд: хэрэглэгчдийн 62.5 хувь нь буюу 100 хэрэглэгч нь гэрийн хаягаар шуудангийн үйлчилгээг авсан бол 18.8 хувь нь албан газрын хаягаар хүргэлтийн үйлчилгээг авсан байна. Харин хэрэглэгчдийн 10.6 хувь нь шуудангийн үндсэн үйлчилгээг хүргэх хэлбэр болох шуудангийн хайрцаг ашиглан үйлчилгээг хүлээн авсан байна. Мөн түүнчлэн шуудангийн цэгээс өөрөө очиж авсан.

График 42. Шуудангийн үйлчилгээ авахад хүндрэлтэй байсан асуудал (олон сонголттой)



Шуудангийн үйлчилгээг авахад хүндрэлтэй асуудал байсан уу гэсэн асуултад бусад гэж хариулсан нийт хэрэглэгчдийн 109 хэрэглэгч буюу 64.0 хувь нь хүндрэл гараагүй гэж хариулсан бол захиалсан бараа буруу ирсэн, хүргэлтийн хаяг андуурагдсан, тул хүргэлт хойшилсон гэсэн 1-2 тохиолдол гарсан байна.

График 43. Шуудангийн үйлчилгээг сайжруулах санал, хувиар



Шуудангийн үйлчилгээг сайжруулахтай холбоотой санал байгаа эсэхийг тодруулахад судалгаанд оролцсон хэрэглэгчдийн 63.8 хувь нь буюу 102 хэрэглэгч санал өгөөгүй байна. Харин судалгаанд оролцсон хэрэглэгчдийн 36.2 хувь нь өөрсдийн зүгээс сайжруулах саналыг ирүүлсэн байна. Үүнд: Шуудангийн үйлчилгээг хурдан шуурхай болгох, хүргэлтийг цаг хугацаанд нь хүргэх, үйлчилгээг цахим болгох зэрэг асуудлуудыг анхаарах хэрэгтэй байна гэж үзсэн байна.

5.2.2. Шуудангийн үйлчилгээ авч байгаа боловч мэдэхгүй байгаа хэрэглэгчдийн хэрэглээний байдал

Шуудангийн үйлчилгээ авч байгаа боловч тухайн үйлчилгээг шуудангийн үйлчилгээ гэж хэлж мэдэхгүй байгаа хэрэглэгчдийн шуудангийн үйлчилгээ авч буй байдал, хэрэглээний төлөв байдлыг тодруулах. 5.2 бүлэгт тусгагдсан нийт шуудангийн үйлчилгээ авдаг, авсан ч мэдэхгүй байгаа хэрэглэгчдийн 49.1 хувь нь буюу нийт 160 хэрэглэгчид хамрагдсан болно.

Хүснэгт 14. Хэрэглэгчдийн онлайн/цахим худалдаагаар үйлчлүүлсэн байдал

Үйлчилгээ	Захиалга хийгээгүй	Сардаа 1 удаа	Улиралдаа 1 удаа
Гадаад			
Өөрөө захиалга хийсэн	262 (83.7%)	15 (4.8%)	36 (11.5%)
Тухайн улсаас онлайн/цахим худалдаа үзүүлдэг албан байгууллагаар дамжуулан	264 (84.3%)	8 (2.6%)	41 (13.1%)
Тухайн улсаас онлайн/цахим худалдааны үйл ажиллагаа эрхэлдэг хувь хүнээс	237 (75.7%)	18 (5.8%)	58 (18.5%)
Дотоодын			
Дотоодын онлайн болон цахим худалдааны платформуос захиалга хийсэн (Shopy.mn ... гэх мэт)	153 (48.9%)	26 (8.3%)	134 (42.8%)
Дотоодын онлайн худалдаа эрхлэгчдээс захиалга хийсэн (Facebook, Instagram ... гэх мэт)	78 (24.9%)	75 (24%)	160 (51.1%)
Дотоодын томоохон байгууллагуудын хүргэлтийн үйлчилгээ			

Үйлчилгээ	Захиалга хийгээгүй	Сардаа 1 удаа	Улиралдаа 1 удаа
Иргэний, жолооны үнэмлэх, гадаад паспорт, татварын буцаалтын материал, даатгалын гэрээ, банкны карт	140 (44.7%)	14 (4.5%)	159 (50.8%)
Дэлгүүр, хоолны газрын хүргэлтийн үйлчилгээ (И-март, TokTok ... гэх мэт)	147 (47%)	91 (29.1%)	75 (24%)

Судалгаанд оролцогчдын 13.1 хувь нь буюу 41 хэрэглэгч сардаа дунджаар нэг удаа гадаадын онлайн худалдааны үйлчилгээ үзүүлдэг байгууллагаас захиалга хийдэг гэж хариулсан бол дотоодын онлайн болон цахим худалдаанаас 17 хувь нь буюу 53 хэрэглэгч сардаа нэг худалдан авалт, захиалга хийдэг байна. Мөн түүнчлэн дотоодын томоохон байгууллагуудын хүргэлтийн үйлчилгээг 25 хувь нь буюу 78 хэрэглэгч авсан байна.

График 44. Онлайн/цахим хэлбэрээр захиалсан бараагаа авч буй хэлбэр (олон сонголттой)



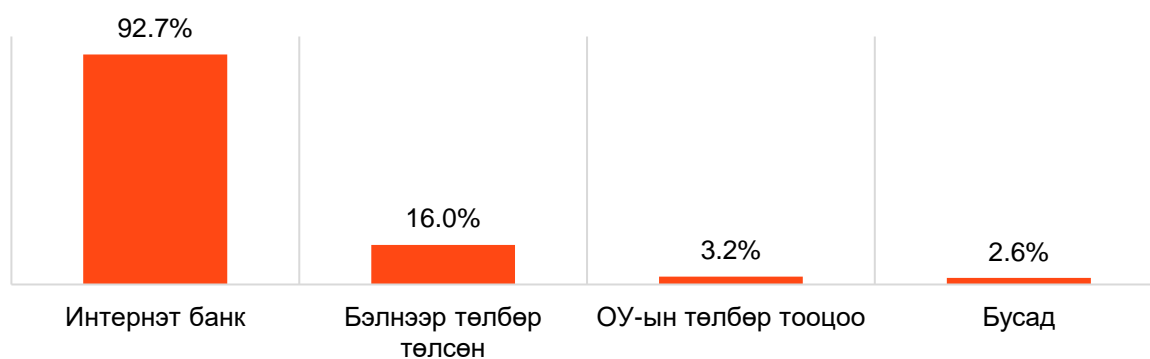
Хэрэглэгчид онлайн/цахим худалдаагаар авсан барааг ихэвчлэн ямар хэлбэрээр авч байгааг харвал нийт хэрэглэгчдийн 44.4 хувь нь хүргэлтээр, 38.3 хувь нь захиалга хийхдээ хаягаар авах хүсэлтээ хамт өгсөн, 27.2 хувь нь тухайн онлайн болох цахим худалдааны газрын санал болгосон хүргэлтийн үйлчилгээг авдаг байна. Харин хэрэглэгчдийн 24.3 хувь нь захиалга явуулсан, илгээсэн газраас нь өөрөө очиж авсан байна. Бусад гэж хариулсан хэрэглэгчдийн 58.3 хувь нь захиалгаа өөрөө очиж авсан гэсэн хариултыг өгсөн бол 33.3 хувь нь нийтийн унаанд, орон нутгийн унаанд дайсан байсныг очиж авдаг байна. Мөн 1 хэрэглэгч Pick pack хайрцаг ашиглан захиалгаа авсан байна.

График 45. Онлайн/цахим худалдаагаар захиалсан барааг хүлээн авахад учирдаг хүндрэл (олон сонголттой), хувиар



Онлайн болон цахим худалдаагаар бараа захиалахад ямар нэгэн хүндрэл учраагүй гэж нийт хэрэглэгчдийн 59.4 хувь нь, баталгаат газраас захиалсан тул хүлээн авахад асуудалгүй байсан гэж 16.6 хувь нь хариулсан бол 14.7 хувь нь хүргэлтийн үйлчилгээтэй холбоотой асуудал байсан гэж үзсэн байна. Мөн нэмэлт төлбөр, төлбөр төлөх нөхцөл буюу төлбөр тооцоотой холбоотой асуудал, захиалсан бараа гэмтэх зэргийн асуудал гарсан гэдгийг судалгаанаас харж болохоор байна. Бусад гэсэн хариултыг сонгосон хэрэглэгчдийн хувьд 10.5 хувь нь луйвардуулсан гэсэн хариултыг өгсөн байна. Үлдсэн хувийг бараа дутсан, барааны чанар сайн биш байсан, үйлдвэрийн алдаатай бараа ирсэн, буцаалт хийх боломж гэх мэт барааны чанартай холбоотой асуудлууд мөн хүргэлтийн үйлчилгээтэй холбоотой асуудлууд гардаг гэсэн байна.

График 46. Онлайн/цахим худалдааны төлбөр тооцооны хэлбэр (олон сонголттой)



Онлайн болон цахим худалдаагаар захиалга хийсэн хэрэглэгчдийн хувьд төлбөр тооцоогоо ямар хэлбэрээр хийсэн болохыг харвал 92.7 хувь нь интернэт банк, 16 хувь нь бэлнээр гэсэн бол 3.2 хувь нь ОУ-ын төлбөр тооцооны хэлбэрийг ашиглан гүйлгээ хийсэн байна.

График 47. Онлайн/цахим худалдааны үйлчилгээний чанарыг сайжруулах санал, хувиар

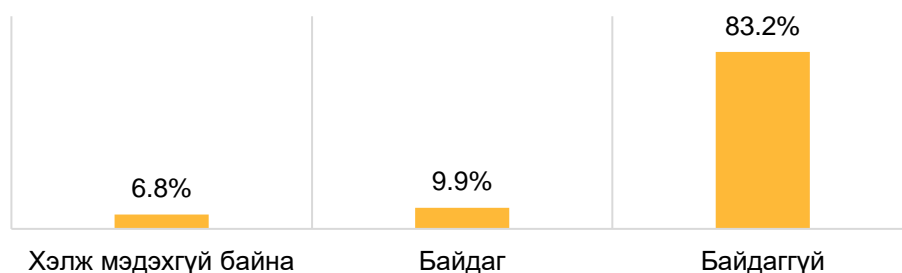


Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 29.7 хувь нь ямар нэг санал байхгүй гэж хариулсан бол 60.4 хувь нь бараа бүтээгдэхүүний чанар, хүргэлтийн үйлчилгээг сайжруулах тал дээр анхаарах хэрэгтэй гэж үзсэн байна.

5.3. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭ АВДАГГҮЙ ХЭРЭГЛЭГЧДИЙН ШИНЖ ЧАНАР

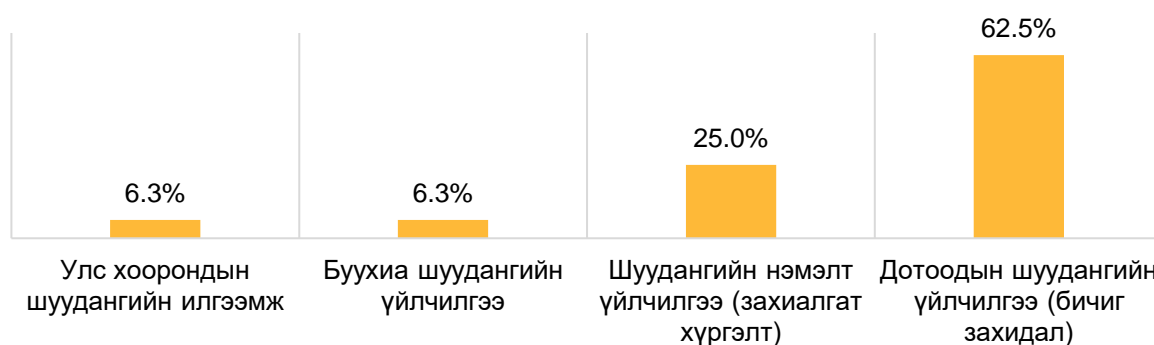
Судалгааны түүвэрлэлтийн дагуу нийт судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 29.7 хувь нь буюу 161 хэрэглэгч шуудангийн үйлчилгээ авдаггүй байна. Иймд эдгээр хэрэглэгчдийн хувьд шуудангийн үйлчилгээг авахгүй байгаа шалтгаан, нөхцөл байдлыг тодруулах зорьсон болно.

График 48. Ил захидал, баримт бичиг, илгээмж илгээх хэрэгцээ байдаг эсэх



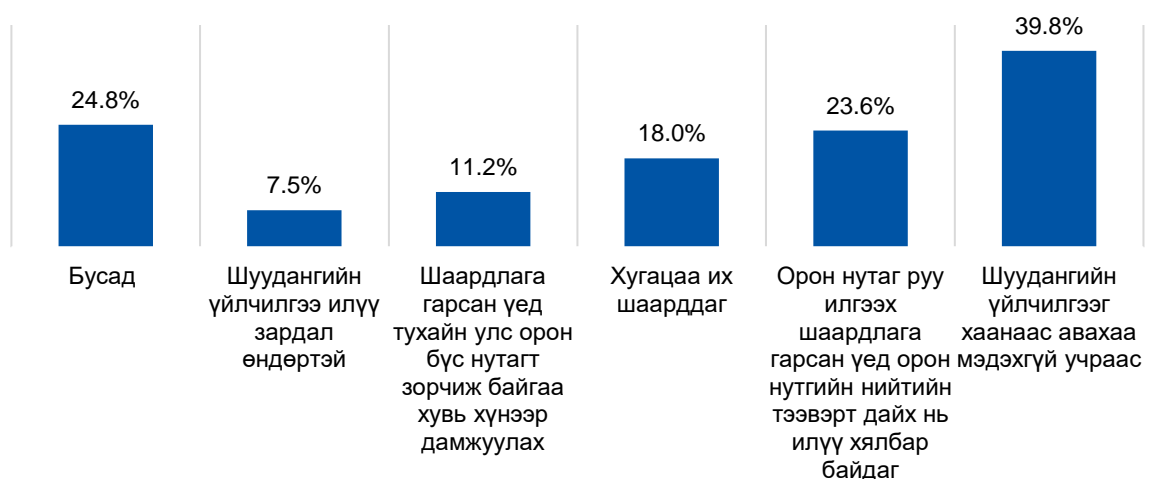
Шуудангийн үйлчилгээ авдаггүй ч ил захидал, баримт бичиг, илгээмж илгээх хэрэгцээ гардаг эсэхийг тодруулахад хэрэглэгчдийн 9.9 хувь нь буюу 16 хэрэглэгчид энэ төрлийн хэрэгцээ гардаг гэж хариулсан байна. Харин 83.2 хувь нь байдаггүй, 6.8 хувь нь сайн хэлж мэдэхгүй байна гэсэн хариултыг тус тус өгсөн байна.

График 49. Шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ



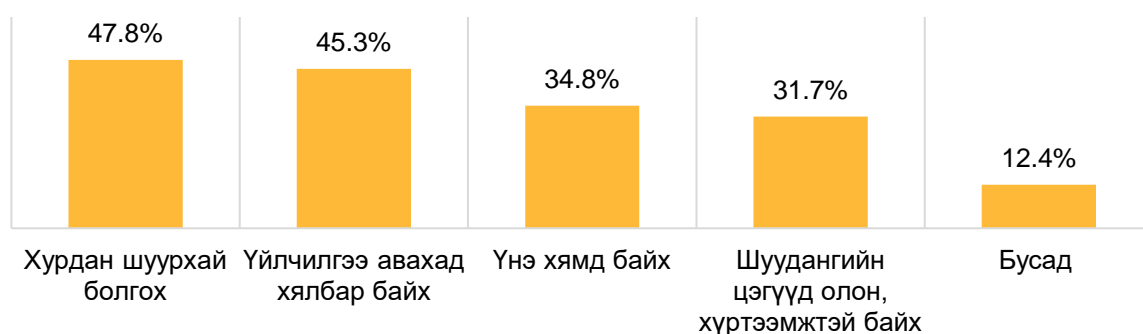
Хэрэгцээ байгаа бол ямар төрлийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ байгааг тодруулбал 62.5 хувь нь дотоодын шуудангийн үйлчилгээг авах хэрэгцээ, 25 хувьд нь шуудангийн нэмэлт үйлчилгээ буюу хүргэлт, захиалгын үйлчилгээг авах хэрэгцээ байгаа бол 12.6 хувь нь улс хоорондын шуудангийн илгээмжийн үйлчилгээ болон буухиа шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ байна гэж хариулсан байна.

График 50. Шуудангийн үйлчилгээг сонгохгүй байгаа шалтгаан



Шуудангийн үйлчилгээг сонгохгүй байгаа шалтгааныг тодруулан харвал хэрэглэгчдийн 39.8 хувь нь шуудангийн үйлчилгээг хаанаас авахаа мэдэхгүй гэсэн бол 7.5 хувь нь зардал өндөр, 18 хувь нь хугацаа их шаарддаг тул гэж үзсэн байна. Харин 23.6 хувь нь орон нутаг руу илгээх шаардлага гарсан үед орон нутгийн нийтийн тээвэрт дайх нь илүү хялбар, 11.2 хувь нь шаардлага гарсан үед тухайн улс орон, бүс нутагт зорчиж байгаа хувь хүнээр дамжуулах нь амар байдаг гэж үзэж байна. Бусад гэж хариулсан хэрэглэгчдийн 97.5 хувь нь шуудангийн үйлчилгээ шаардлагагүй гэж хариулсан байна.

График 51. Шуудангийн үйлчилгээг авах боломж (олон сонголттой)

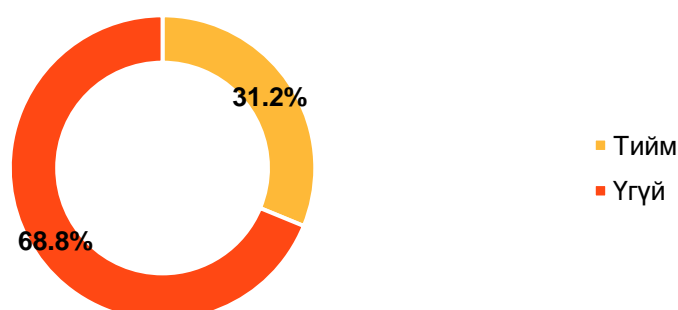


Шуудангийн үйлчилгээг хурдан шуурхай, авахад хялбар, үнэ боломжийн, цэгүүд нь хүртээмжтэй байвал хэрэглэгчид ашиглана гэсэн байна. Мөн бусад гэсэн хариултыг сонгосон хэрэглэгчдийн хувьд шаардлага гардаггүй, мэдэхгүй гэсэн хариултаудыг өгсөн байна.

5.4. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭГ ОРЛУУЛАН (ХУВЬ ХҮН, ОРОН НУТГИЙН ХУВИЙН БОЛОН НИЙТИЙН УНААНД ӨГДӨГ) ХЭРЭГЛЭГЧ

Шуудангийн үйлчилгээг орлуулан хэрэглэгч буюу хувийн болон албан ажлын шугамаар албан бичиг, захидал, илгээмжийг (хувь хүн болон орон нутгийн хувийн, нийтийн унаанд) илгээсэн, хүлээн авдаг хэрэглэгчдийн төлөв байдлыг тодруулах.

График 52. Хувийн болон албан ажлын шугамаар албан бичиг, захидал, илгээмжийг илгээсэн/хүлээн авсан эсэх



Хэрэглэгчдийн 31.2 хувь нь буюу 169 хэрэглэгч дайвар ачааг илгээсэн/ хүлээн авсан гэж хариулсан тул судалгааны дараагийн асуулт руу шилжих. Харин 68.8 хувь нь буюу 373 хэрэглэгч нь байгаагүй гэсэн хариултыг өгсөн тул эдгээр хэрэглэгчид бидний дараагийн бүлгийн асуулт руу шууд шилжих юм.

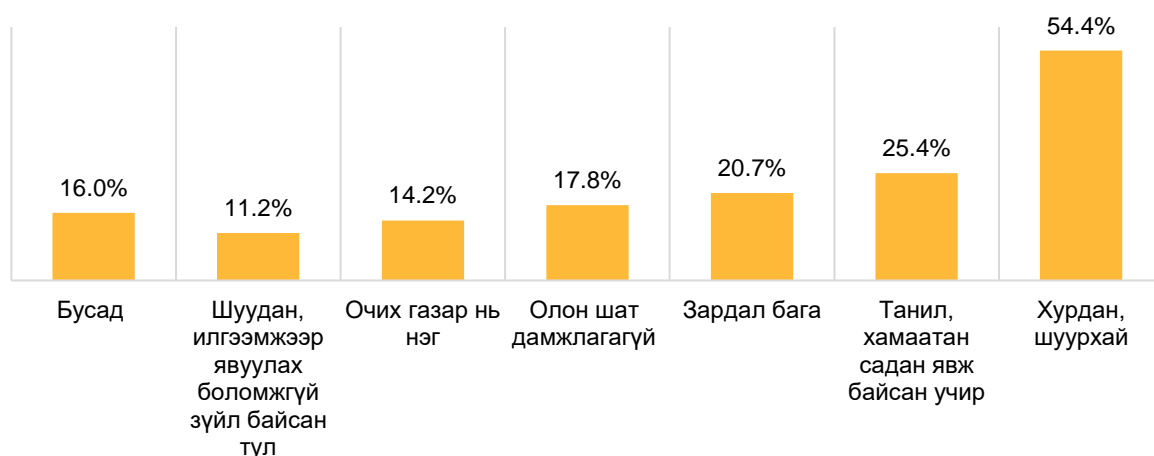
Хүснэгт 15. Илгээмжийг ямар хэлбэрээр илгээсэн/хүлээн авсан

Үйлчилгээ	Улс хооронд	Дотоодод	Аль алиныг нь авсан	Энэ үйлчилгээг аваагүй
Захидал (ил захидал)	2 (1.2%)	63 (37.3%)	4 (2.4%)	100 (59.2%)
Бичиг баримт	9 (5.3%)	112 (66.3%)	6 (3.6%)	42 (24.9%)
Боодол (бага оврын)	9 (5.3%)	109 (64.5%)	2 (1.2%)	49 (29%)
Илгээлт (дундын, том оврын)	9 (5.3%)	81 (47.9%)	2 (1.2%)	77 (45.6%)

Үйлчилгээ	Улс хооронд	Дотоодод	Аль алиныг нь авсан	Энэ үйлчилгээг аваагүй
Онлайн/ цахим худалдааны захиалгын бараа	5 (3.0%)	72 (42.6%)	4 (2.4%)	88 (52.1%)
Бусад (бичих)	2 (1.2%)	-	-	167 (98.8%)

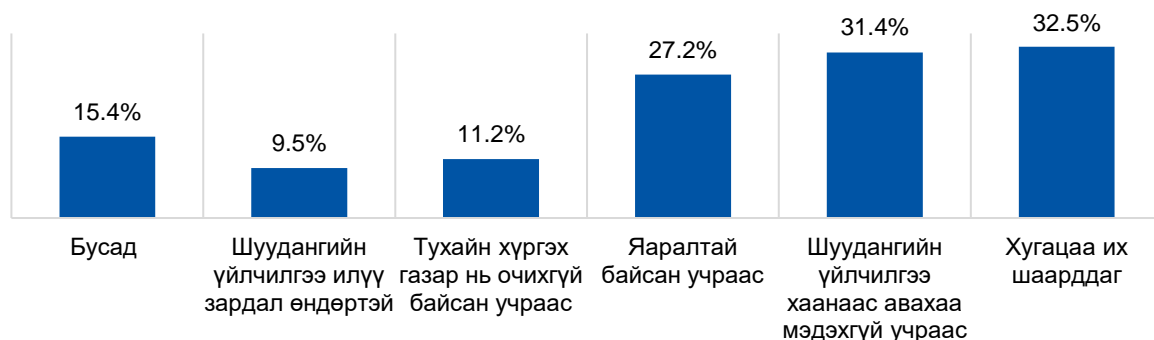
Судалгаанд оролцсон хэрэглэгчдийн 24.2 хувь нь улс хооронд хувь хүнээр дамжуулан дайвар ачаа илгээсэн байна. Харин үлдсэн хувь нь дотоодод энэ үйлчилгээг хэрэгцээ гарсан үед, цаг хугацаа бага байсан тул хувь хүн болон орон нутгийн хувийн болон нийтийн унаанд дайх нь амар байсан гэж хариулсан байна.

График 53. Энэ үйлчилгээг сонгох шалтгаан (олон сонголттой)



Улс хооронд болон дотоодын чиглэлд илгээмжийг хувь хүн болон орон нутгийн унаанд дайх үйлчилгээг сонгох болсон шалтгааныг авч үзвэл хэрэглэгчдийн 54.5 хувь нь хурдан, шуурхай байдаг гэж хариулсан бол 25.4 хувь нь тухайн бүс нутаг, орон нутагт танил, хамаатан садан ирсэн/явсан энэ нь эргээд зардал багатай, олон шат дамжлагагүй байх зэрэг нь сонгох шалтгаан болсон байна. Мөн шуудан, илгээмжээр илгээх боломжгүй байсан гэдэг хариултыг өгсөн бол бусад гэж хариулсан хэрэглэгчдийн хувьд тухайн үеийн нөхцөл байдал, өөр сонголтгүй байдал зэрэг нь нөлөөлсөн гэж үзэж байна.

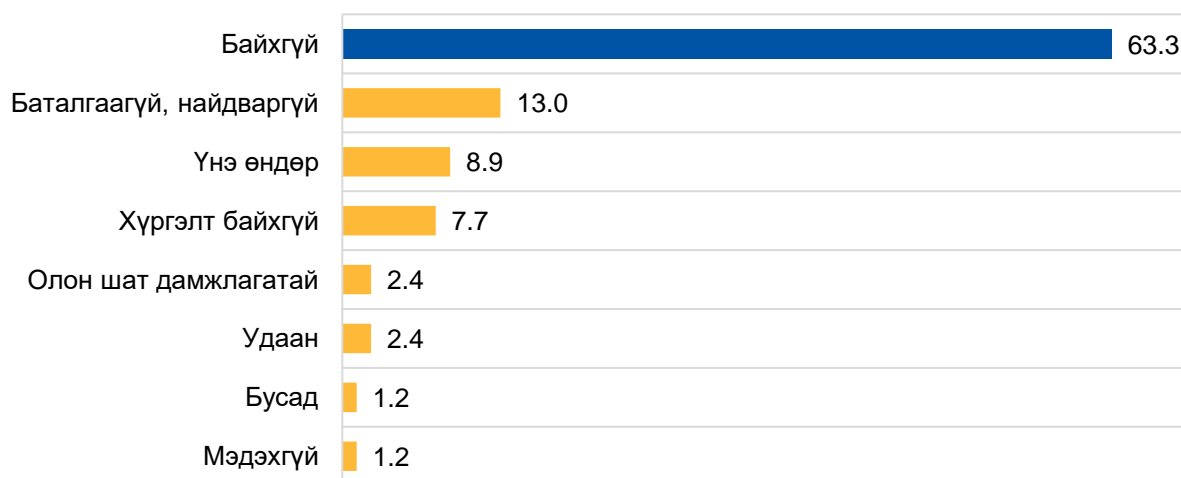
График 54. Шуудангийн үйлчилгээ сонгохгүй байгаа шалтгаан (олон сонголттой)



Хувийн болон албан шугамаар албан бичиг, захидал, илгээмж илгээхдээ шуудангийн үйлчилгээг сонгохгүй байгаа шалтгааныг харвал шуудангийн үйлчилгээг хаанаас авахаа мэдэхгүй байх, хугацаа их зарцуулдаг, яаралтай байсан учраас

сонгохгүй байх нөхцөл нь болсон бол 11.2 хувь нь хүргэх газар нь шуудангийн үйлчилгээ очихгүй байсан учраас сонгоогүй гэсэн хариултыг өгсөн байна.

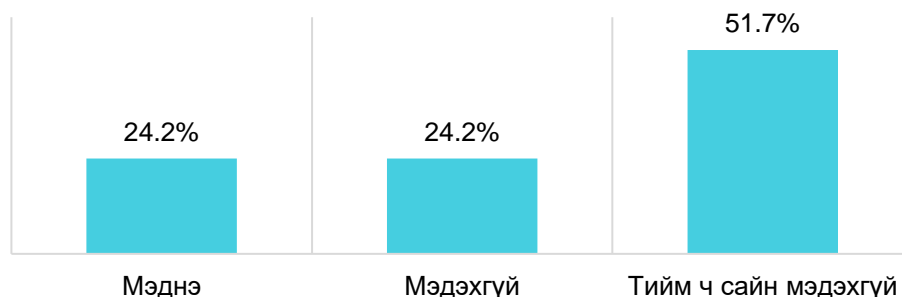
График 55. Шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хүртээмжтэй болгох, сайжруулах санал, хувиар



5.5. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ТАЛААРХ МЭДЛЭГ, МЭДЭЭЛЛИЙН ДҮР ТӨРХ

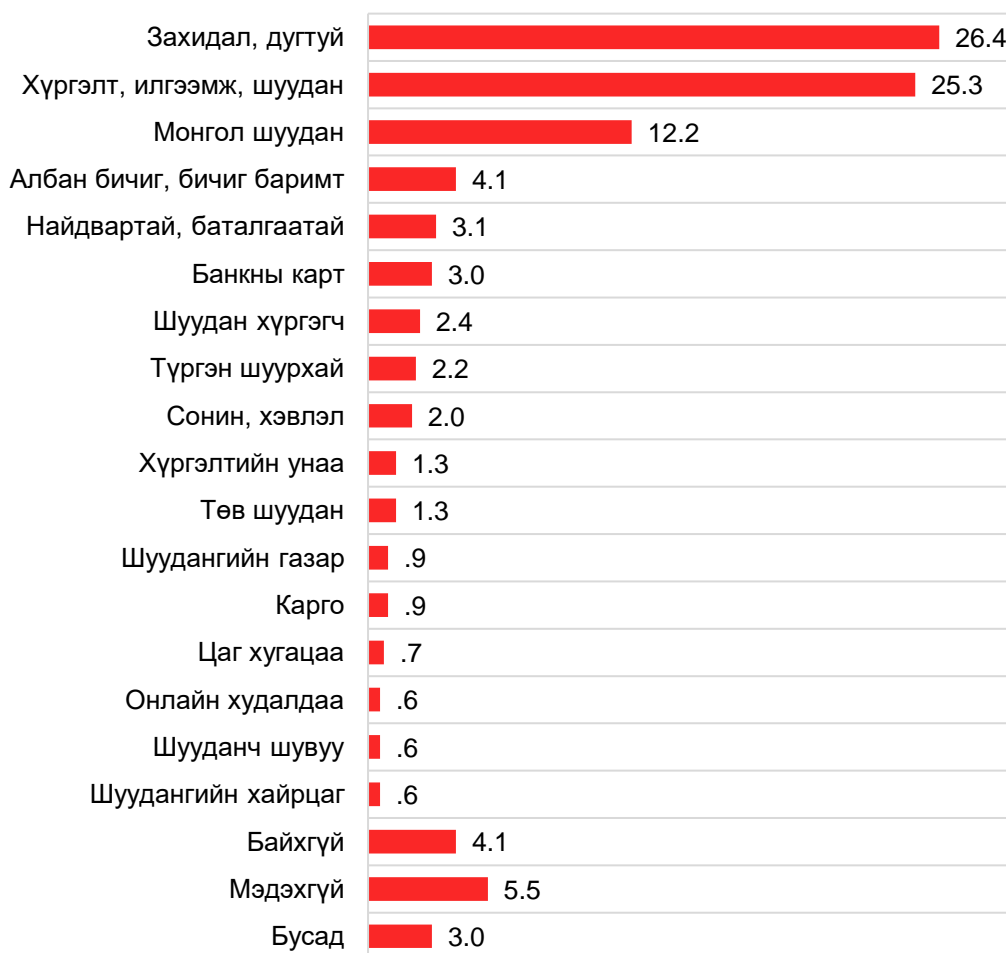
Хэрэглэгчдийн шуудангийн үйлчилгээний талаарх ойлголт, мэдлэг, хэрэглээний төлөв байдал болон шуудангийн үйлчилгээг авахад тулгардаг хүндрэл, бэрхшээл зэргийг энэхүү бүлэгт тодруулан авч үзлээ.

График 56. Хэрэглэгчдийн шуудангийн үйлчилгээний талаарх ойлголт



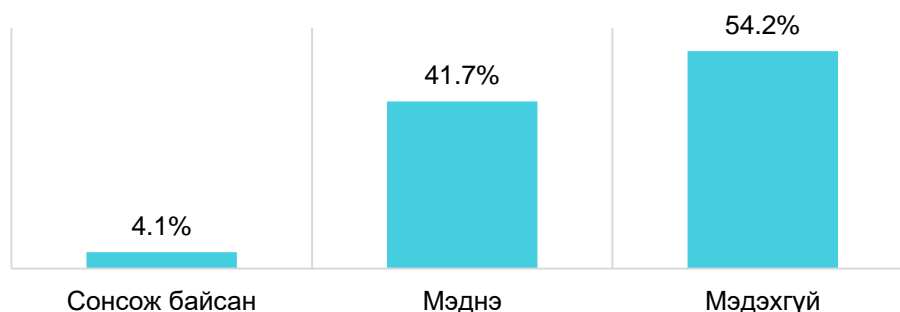
Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 24.2 хувь нь буюу 131 хэрэглэгч нь шуудангийн үйлчилгээний талаар мэднэ гэсэн бол 75.9 хувь нь тийм ч сайн мэдэхгүй, мэдэхгүй гэсэн хариултыг өгсөн байна. Энэ үзүүлэлтээс харвал шуудангийн үйлчилгээг авдаггүй, шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэхгүй байгаа хэрэглэгчдийн мэдлэг, мэдээлэл муу байгаа нь харагдаж байна.

График 57. “Шуудан” гэдэг үгийг сонсоод санаанд юу бууж байгаагаа илэрхийлэх, хувиар



Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн хувьд “шуудан” гэдэг үгийг сонсоод хамгийн түрүүнд юу бодогдож, мэдрэгдэж байгааг тодруулахад хэрэглэгчдэд хамгийн түрүүнд захидал, дугтуй болон хүргэлт, илгээмж, шуудан гэсэн ойлголтууд шууд туссан байна. Мөн хэрэглэгчдийн 12.2 хувьд Монгол шуудан санаанд нь орсон байна.

График 58. Дүүрэг бүрд шуудангийн салбар, цэг байдгийг мэддэг эсэх



Дүүрэг бүрд орон нутаг бүрд шуудангийн салбар, цэг байдгийг судалгаанд оролцогчдын 41.7 хувь нь мэднэ гэсэн бол 54.2 хувь нь мэдэхгүй, 4.1 хувь нь сонсож байсан гэсэн хариултыг өгсөн байна.

График 59. Шуудангийн үйлчилгээ авахад үүсдэг хүндрэл (олон сонголттой)



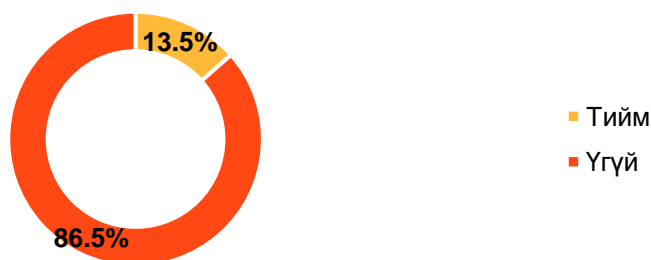
Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 40.4 хувь нь шуудангийн талаар мэдээлэлгүй байгаа нь харагдаж байна. Мөн шуудангийн үйлчилгээг хэрхэн авахаа мэдэхгүй байгаа бол шуудангийн цэг тийм ч хангалттай биш байгаа нь шуудангийн үйлчилгээг авахгүй байх шалтгаан болдог байна.

График 60. Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгчдийн нэгдсэн мэдээллийг хаанаас авахыг мэддэг эсэх



Хэрэглэгчдийн 11.4 хувь нь мэднэ гэж хариулсан бол 88.6 хувь нь мэдэхгүй гэж хариулсан нь тун хангалтгүй тоо юм. Гэхдээ хэрэглэгчид энэ бүх мэдээллийг авах нь чухал биш харин тухайн хэрэгцээ гарсан үед шуудангийн үйлчилгээ үзүүлдэг байгууллагуудын мэдээллийг бүрэн авч чаддаг эсэх нь бас нэг чухал үзүүлэлт юм.

График 61. Шуудангийн үйлчилгээтэй холбоотой санал, гомдол гарсан үед хаана хандахыг мэддэг эсэх



Хэрэглэгчдийн хувьд шуудангийн үйлчилгээтэй холбоотой санал гомдол гарсан үед тухайн шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгчид хандан асуудлаа уламжилдаг харин цааш нь ямар байгууллагад хаана хандах талаарх ойлголт мөн л хангалтгүй байдаг байна.

График 62. Шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хүртээмжтэй болгох санал, хувиар



Шуудангийн үйлчилгээг сайжруулах, хүртээмжтэй болгоход хэрэглэгчдийн өгсөн саналыг авч үзвэл хэрэглэгчдийн 32.5 хувь нь мэдээ, мэдээллийг хүртээмжтэй хүргэх, 10 хувь нь сурталчилгаа, маркетингийн үйл ажиллагаа дээрээ анхаарах, 8.3 хувь нь түргэн шуурхай байх нь чухал гэж үзсэн бол 7.9 хувь нь салбар, цэгийн тоог нэмэгдүүлэх шаардлагатай гэж хариулсан байна. Үйлчлүүлэгчдийн 60 орчим хувь нь компанийн пэйж, вэб сайтаар дамжин холбогддог болох нь судалгаанаас харагдсан бөгөөд шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч нь компанийн албан ёсны пэйж хуудсыг ашиглан үйлчлүүлэгчид мэдээллийг хүргэх бүрэн боломжтой.

ЗУРГАА. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ЗАХ ЗЭЭЛИЙН ОУ-ЫН ТУРШЛАГА, БИЗНЕС ЗАГВАР

Энэхүү бүлэгт олон улсын туршлага хэсгийг хамруулан авч үзэв. Энэхүү хэсэгт АНУ, БНХАУ, БНСУ гэх 3 улсын шуудангийн үйлчилгээний зах зээл нь хамгийн амжилттай байгаа болон шуудангийн үйлчилгээний амар хялбар зөв шийдлийг сонгож хэрэгжүүлж чадсан гэж үзсэний улмаас сонгон авч судлав.

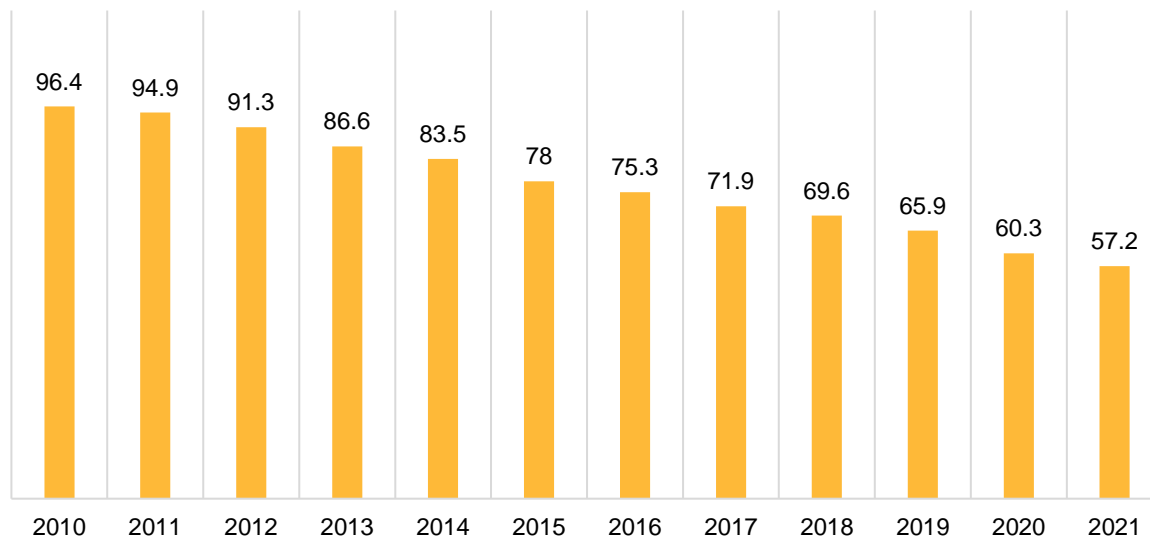
Хүснэгт 16. Улс хоорондын харьцуулалт

Улс	Хүн амын тоо (сая)	Хүн амын нягтрал	Газар нутгийн хэмжээ	ДНБ	1 хүнд ноогдох ДНБ
Монгол	3.5	2/1км ²	1,564,116 км ²	\$16.81 тэрбум	\$4,946
АНУ	313	32/1км ²	9,833,520 км ²	\$25.03 их наяд	\$75,179
БНХАУ	1,360	145/1км ²	9,596,961 км ²	\$18.321 их наяд	\$12,970
БНСУ	51	507/1км ²	100,363 км ²	\$1.804 их наяд	\$34,994

6.1. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ОУ-ЫН ТУРШЛАГА 1 – БНСУ

Солонгос улсад 2010 оноос хойш 1 хүнд ногдох дундаж шуудангийн хэрэглээ тогтмол буурсан бөгөөд 2021 онд 57.2 болсон байна.

График 63. 2010-2021 он хүртэл Өмнөд Солонгост нэг хүнд ногдох шуудангийн үйлчилгээний дундаж хэрэглээ



6.1.1. Солонгосын шуудангийн зах зээлийн 130 жилийн түүх

- **Эхлэл(1884-1910):** Шилжилтийн үеийн Хонг Ён Шиг-ийн хүчин чармайлтаар 1884 онд шуудангийн ерөнхий газар байгуулагдаж, шуудангийн үйлчилгээ эхэлсэн байна. Гэвч 20 хоногийн дараа Гапсины төрийн эргэл(갑신정변)-ийн улмаас үйл ажиллагаа нь зогсон байна. Үүнээс хойш 10 жилийн дараа буюу 1895 онд дахин үйл ажиллагаагаа явуулж эхэлсэн байна.
- **Харанхуй эрин үе (1910-1945):** Японы оршин суугчдын тав тухыг хангах үүднээс шуудангийн байгууллагыг өргөжүүлэх нь эхлээд колоничлолын ноёрхлын

стратегийн хэрэгсэл болж, дараа нь түрэмгийллийн дайныг санхүүжүүлэх, санхүүжүүлэх зорилгоор үйл ажиллагаа явуулж байв.

- **Сэргээн босголтын үе** (1945-1961): Солонгосын дайны үеэр холбооны байгууламжууд сүйрсэн боловч 1951 онд Гванхвамун шуудангийн газар цонхны үйл ажиллагаагаа сэргээв.
- **Хөгжлийн үе** (1961-1972): Олон улсын шуудангийн үр ашигтай солилцоог дэмжих зорилгоор Тайвань, Филиппин, Тайландтай Ази-Далайн шуудангийн холбоог байгуулсан.
- **Дэвшилтийн үе** (1972-1984): Шуудангийн кодын системийг нэвтрүүлсэн дэлхийн 15 дахь орон болсон.
- **Мэдээлэл, харилцаа холбооны эрин үе** (1984 оноос өнөөг хүртэл): Найрамдлын 100 жилийн ойд зориулан Дэлхийн шуудангийн маркийн үзэсгэлэнг зохион байгуулж, цахим шуудан нэвтрүүлэх зэрэг төрийн үйлчилгээг мэдээллийн технологийн хүчирхэг хүчинд нийцүүлэн боловсронгуй болгож байна.

6.1.2. Шуудангийн дугаар

Шуудангийн дугаарыг 1970 оны 7-р сарын 1-нд нэвтрүүлсэн. Тухайн үед шуудангийн салбар бүрд 3-2 оронтой (5 оронтой) шуудангийн кодыг тухайн нутаг дэвсгэрийн шуудангийн салбаруудад, 3 оронтой шуудангийн кодыг дүүргүүдийг хариуцсан шуудангийн салбаруудад тус тус хуваарилдаг байсан.

- 1988 оны 2-р сарын 1-ээс засаг захиргааны дүүрэг бүрд зургаан оронтой шуудангийн кодын системийг нэвтрүүлсэн. Энэ үеэс гурван оронтой дунд зураас бичиж, ХХХ-ХХХ форматтай болсон.
- 2000 оны 5-р сарын 1-ний өдрөөс эхлэн шуудангийн хүргэлтийг хөнгөвчлөх үүднээс шуудангийн код бүрд шинэ шуудангийн код оноож эхэлсэн.
- 2014 оны 1 дүгээр сараас хэрэгжиж эхэлсэн Авто замын нэрийн хаягийн тухай хуультай хамт нэвтрүүлсэн Үндэсний суурь дүүргийн тогтолцооны дагуу 2015 оны 8 дугаар сард 6 оронтой шуудангийн кодыг халан 2015 оны 8-р сарын 1-ний өдрөөс эхлэн 5 оронтой Үндэсний суурь кодыг шуудангийн код болгон ашиглаж байна.

6.1.3. Дотоодын шуудангийн төрөл

1. Энгийн шуудан

Бидний илгээдэг захидлуудыг ерөнхийд нь "жирийн шуудан" гэж нэрлэдэг. Энэ нь бага хувь хэмжээгээр тодорхойлогддог. Стандарт хураамж нь 5гр хүртэл 300 вон, 25гр хүртэл 5гр 330 вон, 25гр-аас 50гр хүртэл 350 вон. Хүргэлт хүлээн авснаас хойш 3-4 хоногийн дотор (амралтын болон баярын өдрүүдээс бусад) Хүргэлт хийснээр 350 вон болно. Ил захидал (стандарт дугтуйнд 25г-аас 50г хүртэл үнэтэй).

2. Хагас бүртгэлтэй шуудан

Хагас бүртгэлтэй шуудан нь энгийн шуудангийн адил илгээгддэг боловч ирсэн эсэхээ хүлээн авагчид мэдэгддэг. Төлбөр нь 1000 вон буюу бүртгэлтэй шуудангаас хямд бөгөөд хүлээн авагчид үнэн зөв хүргэсэн эсэхийг мэдэх боломжтой учраас иргэдийн өргөн хэрэглэдэг шуудангийн систем юм. Хүргэлтийн хугацаа нь энгийн шуудантай адил байна.

3. Бүртгэлтэй шуудан

Бүртгэлтэй шуудан гэдэг нь шуудангийн албанд шуудан хүлээн авахаас эхлээд хүлээн авагчид хүргэх хүртэлх бүртгэлийг шалгаж, шуудангийн аюулгүй хүргэлтийг хангах, алдагдлаас сэргийлэх боломжийг олгодог систем юм. Хүлээн авагчид ирсэн эсэхийг мэдэхийн тулд бүртгүүлсэн захидлын хураамж нь нэг шуудангаар 1800 вон (стандарт хэмжээ) юм. Амралтын болон амралтын өдрүүдийг эс тооцвол хүлээн авсан өдрөөс хойш ажлын 2-3 хоног үргэлжилнэ.

4. Нэг өдрийн экспресс

Нэг өдрийн буухиа нь өргөдлийг хүлээн авсан тэр өдөртөө хүргэдэг хурдан шуурхай систем тул шуудангийн өргөдлийн эцсийн хугацааг шалгах аа мартуузай. Ихэвчлэн өглөө хаадаг. Тухайн өдөр шууд хүргэх хугацаа нь хүлээн авсан өдрийн 20:00 цагийн дотор байх ба бүртгэлийн хураамж дээр +2,030 вон нэмэгдэнэ. (Стандарт дээр үндэслэн)

Нэг өдрийн буухиа тээвэрлэдэг бүс нутгуудын дунд нэг өдөр хүргэлт хийхэд хүндрэлтэй, харьцах нь хязгаарлагдмал байдаг тул үүнийг шалгах аа мартуузай. Нэг өдрийн буухиа үйлчилгээ авах боломжтой газруудыг интернэт шуудангийн газраас лавлаж болно.

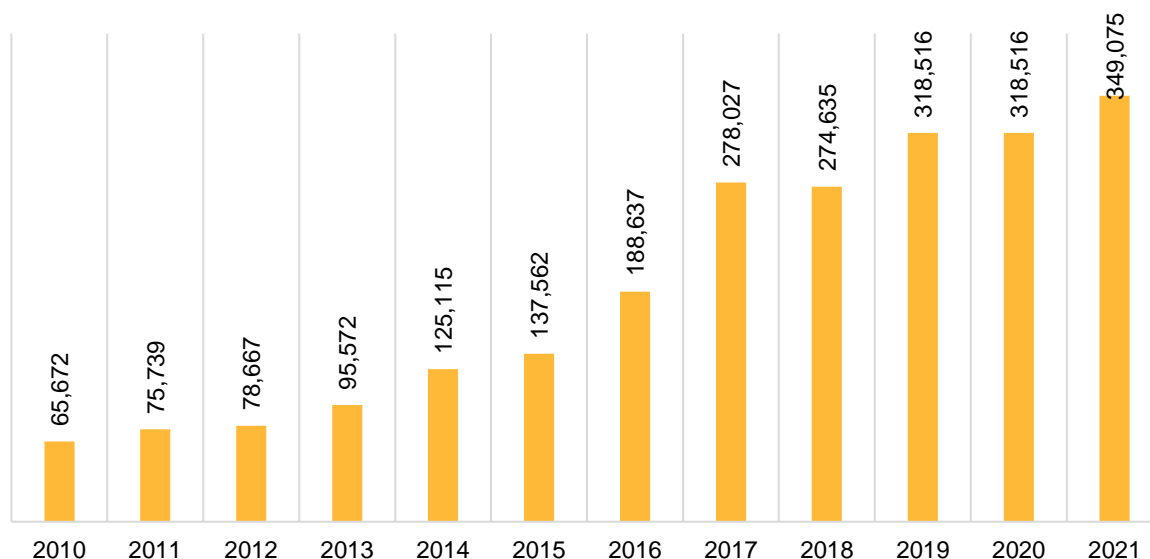
5. Дараа өдрийн экспресс

Дараагийн өдрийн буухиа захиалгыг хүлээн авснаас хойш дараагийн өдөр нь хүргэнэ. Гэсэн хэдий ч Чезү, Еуп, Мён зэрэг бүс нутгийг тээвэрлэхэд удаан хугацаа шаардагдана. Энгийн бүртгэлийн хураамж дээр +500 вон нэмэгдэнэ.

6.2. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ОУ-ЫН ТУРШЛАГА 2 – БНХАУ

Хятад улсад 2021 оны байдлаар 349,075 шуудангийн салбар үйл ажиллагаа явуулж байгаа бөгөөд энэ нь 2010 оноос хойш тасралтгүй өсөж байгаа үзүүлэлт юм

График 64. 2009-2020 онд Хятад дахь шуудангийн салбаруудын тоо



Баримт бичиг

Баримт бичгийг илгээх нь хэдийгээр Хятадын шуудангийн аль ч газраас энгийн шуудангаар илгээх боломж байгаа ч Хятадад өргөн хэрэглэгддэггүй, баталгаа өгдөггүй тул энгийн шуудан нь тохиромжгүй байдаг юм. Харин хамгийн сайн сонголт бол Хятадын шуудангийн EMS хэмээх тэргүүлэх үйлчилгээг ашиглах явдал юм, учир нь энэ нь маш хямд (БНХАУ-д 500 гр-аас бага жинтэй тээвэрлэлт нь 20 юанийн үнэтэй), найдвартай, үр дүнтэй байдаг. Асуудал нь ерөнхийдөө ажилчид нь англиар ярьдаггүй бөгөөд та тээвэрлэлтийн баримт бичгийг хятад хэлээр (баримт бичгийг англи хэл рүү орчуулсан ч) бөглөх шаардлагатай болдог. Шуудангийн ажилтнууд таны өмнөөс бөглөхөд туслахгүй (тэдгээрийг зөвшөөрөхгүй) бөгөөд гараар бөглөх шаардлагатай. Энэ нь хэрвээ та хятадаар бичихээ мэдэхгүй бол асуудалтай тулгарах болно гэсэн үг.

Өөр нэг сонголт бол DHL, FedEx, UPS зэрэг Хятадад үйл ажиллагаа явуулдаг олон улсын шуудангийн үйлчилгээг ашиглах явдал юм, учир нь тэдгээр нь англиар ярьдаг ажилтнуудтай бөгөөд бичиг баримтыг бөглөхөд тань туслах болно. Үнэ нь EMS-тэй харьцуулахад маш өндөр байдаг (5-аас 10 дахин их). Жишээлбэл, DHL-ээр Бээжинд бичиг баримт илгээх нь 100 юанаас арай илүү үнэтэй байдаг.

Баглаа боодол

30 кг хүртэл жижиг барааг илгээхийн тулд өмнөхтэй адил China Post, EMS эсвэл олон улсын шуудангийн үйлчилгээгээр дамжуулан илгээж болно. Гэхдээ Хятадын хувийн компаниудын аль нэгийг ашиглах нь дээр.

Хятадад онлайн худалдаа маш их алдартай бөгөөд үүнээс үүдэн олон тээврийн компаниуд гарч ирсэн бөгөөд барааг нэг газраас нөгөө рүү тээвэрлэдэг. Эдгээр компаниуд нь маш найдвартай, үр ашигтай, хямд байдаг. Хамгийн алдартай нь Shunfeng (顺丰速运), Юнда (韵达快递) б о л о н ZTO Express (中通快递) юм. Эдгээр компаниудтай илгээмж илгээх нь харьцангуй хялбар байдаг, учир нь ихэнх томоохон хотуудад та гудамжинд, ялангуяа их дээд сургууль, томоохон орон сууцны хороололд илгээмж хүргэхээр хүлээж буй олон зуун дистрибьютерийг олох боломжтой. Та эдгээр дистрибьютерийн аль нэгэнд нь илгээмж, хаягийг нь өгчихвөл тэд үлдсэнийг нь хариуцах болно. Тодруулбал Бээжингээс Шанхай руу 20 кг жинтэй боодлыг БОМС-ийн хамт явуулахад 250 юань орчим үнэтэй байдаг.

6.2.1 БНХАУ шуудангийн салбарын түүх

Эхэн үе

Төрийн шуудангийн байнгын үйлчилгээ нь МЭӨ 1-р мянганы үед Жоу гүрний үеэс эхэлж байсан. 12-р зуунд Хубилай хааны Юань гүрний үед Хятад улс Монголын Ортеогийн дэглэмд нэгдсэн байв. Хувийн захидлуудыг Минкошо хэмээх үсгийн системээр (хонг) явуулдаг байв. Хожим нь 1727 онд Орос улстай байгуулсан Хиагтын анхны гэрээгээр шуудангаа тогтмол солилцохоор заасан.

Хөгжлийн үе

Чин гүрний гаалийн шуудангийн газрыг 1878 онд Роберт Харт гадаадын гүрнүүдийн санал болгосноор худалдааны томоохон таван хотод салбар оффисуудтайгаар байгуулжээ. 1896 оны 3-р сарын 20-нд Гаалийн шуудан нь Их Чин шуудан болж, 1911 онд гаалийн албанаас хараат бус болсон. Их Чин шуудан 1912 онд Чунхва шуудан болсон. Чунхва шуудангийн үйлчилгээ нь 1929 онд Хятадын агаарын тээврийн холбооны групптэй Шанхай-Ханкоу, Нанжин-Бээжин, Ханкоу-Гуанжоу чиглэлд агаарын шуудан тээвэрлэх гэрээ байгуулжээ. Chunghwa Post нь 1949 он хүртэл эх газрын Хятадын шуудангийн гол үйлчилгээ үзүүлэгчийн үүргийг гүйцэтгэсэн.

Хятадын шуудангийн зах зээл

Шуудангийн үйлчилгээ нь үндэсний нийтийн аж ахуй, үндэсний холбооны дэд бүтцийг бүрдүүлдэг. Тэд Хятадын үндэсний эко-нийгмийн хөгжлийг ахиулах, иргэдийн харилцааны үндсэн эрхийг хамгаалах, бүх нийтийн болон төрөлжсөн үйлчилгээ үзүүлэхэд чухал үүрэг гүйцэтгэдэг. Хятадын шуудангийн бизнесийн үндсэн үйл ажиллагаанд: дотоод болон олон улсын шуудан хүргэх үйлчилгээ, сонин, сэтгүүл, номын эргэлт, марк гаргах, филателийн цуглуулга үйлдвэрлэх, борлуулах, шуудангийн мөнгөн гуйвуулгын үйлчилгээ, нууц захидал харилцаа холбоо, шуудангийн санхүүгийн үйлчилгээ, шуудангийн буухиа шуудангийн үйлчилгээнүүд орно

6.2.2. Хятадын шуудангийн үйлчилгээний төрлүүд

China Post нь Хятадын албан ёсны шуудангийн үйлчилгээний хувьд дотоодын болон олон улсын шуудан, илгээмжийн хэрэгцээг хангах төрөл бүрийн тээвэрлэлтийн аргыг санал болгодог. Тээвэрлэлтийн нийтлэг аргуудын зарим нь:

Хятадын шуудангийн бүртгэлтэй агаарын шуудан

Энэ нь 2 кг хүртэл жинтэй жижиг боодлуудыг олон улсад илгээх зардал багатай, найдвартай арга юм. Энэ аргаар илгээсэн багцуудыг онлайнгаар хянах боломжтой.

China Post Энгийн жижиг багц Plus

Энэ нь жижиг, хөнгөн эд зүйлсийг (2 кг хүртэл) мэдээллийг хянахгүйгээр илгээх эдийн засгийн сонголт юм. Хяналт байхгүй, даатгалын даатгал хязгаарлагдмал тул үнэ багатай зүйлд тохиромжтой.

China Post EMS (Express Mail Service)

Энэ бол бичиг баримт, илгээмжийг дотоод болон гадаад руу илүү хурдан шуурхай илгээх үйлчилгээ юм. EMS нь хаалганаас хаалганд хүргэх, хянах үйлчилгээ, зарим түвшний даатгалын хамрах хүрээг санал болгодог.

ePacket

Цахим худалдааны худалдаачдад зориулан бүтээгдсэн ePacket нь Хятадаас АНУ, Канад, Австрали болон Европын зарим улс руу илгээж буй хөнгөн илгээмжийг (2 кг хүртэл) илүү хурдан бөгөөд боломжийн үнээр тээвэрлэх сонголт юм. ePacket нь төгсгөл хүртэлх хяналтын үйлчилгээг үзүүлдэг.

SAL (гадаргуугаар агаар өргөгдсөн)

Энэхүү тээвэрлэлтийн арга нь гадаргын болон агаарын тээврийг хослуулсан бөгөөд 2 кг-аас 30 кг жинтэй илгээмжийн өртөг болон хүргэх хугацааг тэнцвэржүүлдэг. Энэ нь сонгосон газруудад боломжтой.

Хятадын шуудангийн агаарын илгээмж

Хяналтын мэдээлэл бүхий илүү хүнд илгээмжийг (хүлээж буй улсаас хамааран 20 эсвэл 30 кг хүртэл) илгээхэд тохиромжтой. Хүргэлтийн хугацаа нь ихэвчлэн EMS-ээс урт боловч гадаргын шуудангаас богино байдаг.

Хятадын шуудангийн гадаргын шуудан

Энэ нь далай эсвэл хуурай замаар илгээсэн хүнд ачааг (хүргэх газраасаа хамааран 20 эсвэл 30 кг хүртэл) удаан бөгөөд хямд тээвэрлэх арга юм. Дамжин өнгөрөх хугацаа хэдэн долоо хоног эсвэл сар болж болох бөгөөд хянах нь үргэлж боломжгүй байж болно.

Хятадын шуудангийн үйлчилгээний газар

Хятадын албан ёсны шуудангийн үйлчилгээ болох China Post нь шуудангийн үйлчилгээ, тухайлбал захидал шуудан, илгээмжийн үйлчилгээ, EMS (буухиа шуудан), логистикийн үйлчилгээг улс дотор болон олон улсад үзүүлэх үүрэгтэй.

Дотоодын багцын хяналт

China Post нь эх газрын Хятад даяар (Хятад EMS), мужууд, автономит мужууд, хотын захиргааг хамардаг. Мөн Хонконг, Макао, Тайваньд үйлчилдэг.

Олон улсын багцын хяналт

China Post нь олон улсад өргөн цар хүрээтэй үйл ажиллагаа явуулдаг бөгөөд дэлхийн ихэнх улс орон, бүс нутагт үйлчилгээгээ үзүүлдэг. Үүнд Хойд Америк, Европ, Ази Номхон далай, Африк, Латин Америк орно.

6.2.3. Шуудангийн хэмнэлт

БНХАУ-ын Шуудангийн Хадгаламжийн Банк ХХК (цаашид Шуудангийн Хадгаламжийн банк гэх) 2007 оны 3-р сарын 20-ны өдөр шуудангийн хадгаламжийн удирдлагын тогтолцооны шинэчлэлийн үндсэн дээр байгуулагдсан арилжааны банк юм. Шуудангийн Хадгаламж Банк нь 1986 онд бизнесээ дахин нээснээс хойш хамгийн өргөн тархсан шуудангийн салбартай, хамгийн их эргэлттэй улс орныг хамарсан санхүүгийн үйлчилгээний сүлжээг бий болгосон.

Одоогийн байдлаар Шуудангийн Хадгаламж банк нь хадгаламжийн үйлчилгээний 37 мянга, мөнгөн гуйвуулгын үйлчилгээний 45 мянга, олон улсын мөнгөн гуйвуулгын үйлчилгээний 20 мянган аж ахуйн нэгжтэй. Хятадын Шуудангийн Хадгаламжийн банк нь шуудангийн сүлжээний давуу тал, компанийн засаглалын орчин үеийн тогтолцоо, арилжааны банкнуудад тавигдах удирдлагын шаардлагын дагуу үйлчилгээний бүтээгдэхүүнээ тасралтгүй төрөлжүүлж, түгээлтийн сувгийг өргөтгөж, үйлчилгээний чиг үүргийг сайжруулсаар байгаа. Үйлчилгээг санхүүжүүлж, хангалттай хөрөнгөтэй, нарийн

дотоод хяналттай, аюулгүй ажиллагаатай, бүрэн ажиллагаатай, өрсөлдөх чадвартай орчин үеийн банкиг бий болгосон.

2022 онд үйл ажиллагааны нийт орлого 335 тэрбум 391 сая юаньд хүрч, өмнөх оныхоос 5.1 хувиар нэмэгдсэн байна.

6.3. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ ОУ-ЫН ТУРШЛАГА 3 – АНУ

АНУ-д шуудангийн үйлчилгээ эрхэлдэг 31,132 жижиглэн худалдааны газар байдаг. гэрээт оффисуудыг оруулаад 33,641 оффис байна. 2022 онд шуудангийн үйлчилгээ 152.2 сая оршин суугчдын хаягаар хүргэсэн байна. Мөн тус улсад 1.8 сая хүргэлтийн цэг шинээр нэмэгдсэн байна. Дэлхийн захидлын 44 хувийг USPS боловсруулж, хүргэдэг.

6.3.1. Засаглал ба зохион байгуулалт

АНУ-ын Шуудангийн албаны Удирдах зөвлөлөөс үзүүлж буй үйлчилгээний бодлого, журам, шуудангийн тарифыг тогтоодог. Энэ нь компанийн захирлуудын зөвлөлтэй ижил үүрэг гүйцэтгэдэг. Удирдах зөвлөлийн арван нэгэн гишүүний есийг Ерөнхийлөгч томилж, АНУ-ын Сенат баталгаажуулдаг. Дараа нь томилогдсон есөн гишүүн нь ТУЗ-ийн арав дахь гишүүнээр ажилладаг, гүйцэтгэх захирлаар тус албаны өдөр тутмын үйл ажиллагааг хянадаг АНУ-ын шуудангийн ерөнхий мастерыг сонгодог. Дараа нь арван гишүүний бүрэлдэхүүнтэй Удирдах зөвлөл нь үйл ажиллагааны ахлах захирлын үүргийг гүйцэтгэдэг шуудангийн ерөнхий дэд даргын нэрийг арван нэг дэх буюу үлдсэн сүүлчийн суудалд санал болгодог.

Бие даасан шуудангийн зохицуулах хороог (хуучнаар шуудангийн тарифын хороо) Сенатаас баталсан ерөнхийлөгчийн томилсон хүмүүс хянадаг. Энэ нь шуудангийн үнэ болон холбогдох асуудлуудыг хянадаг бөгөөд USPS-ийн саналыг батлах эсвэл татгалзах эрхтэй.

USPS нь бизнестэй адил үйл ажиллагаа явуулдаг тул төрийн өмчит аж ахуйн нэгж эсвэл төрийн өмчит корпорац (жишээ нь, Amtrak) гэж андуурдаг. Гэсэн хэдий ч энэ нь ерөнхийлөгчийн томилсон хүмүүс болон шуудангийн ерөнхий захирлаар хянагддаг тул "АНУ-ын засгийн газрын гүйцэтгэх засаглалын байгууллага" юм. Төрийн байгууллагын хувьд бүрэн эрхт дархан эрх, нэр хүндтэй домэйны эрх мэдэл, гадаад улстай шуудангийн гэрээ хэлэлцээр хийх эрх, нэгдүгээр зэрэглэлийн болон гуравдугаар зэрэглэлийн шуудан хүргэх хууль ёсны онцгой эрх зэрэг олон онцгой давуу эрхтэй. 2004 онд АНУ-ын Дээд шүүх санал нэгтэй шийдвэр гаргаж, "Шуудангийн үйлчилгээ нь монополын эсрэг хариуцлага хүлээхгүй. Энэ нь хэлбэр, чиг үүргийн хувьд АНУ-аас тусдаа монополын эсрэг байгууллага биш, харин Засгийн газрын нэг хэсэг юм. Тиймээс Шерманы монополын эсрэг хууль гэх мэт монополын эсрэг хуулиудаар хянагддаггүй. Төрийн өмчит аж ахуйн нэгжээс ялгаатай нь USPS нь өмчийн ил тод бүтэцгүй бөгөөд арилжааны байгууллагуудад хамаарах стандарт дүрэм, хэм хэмжээнд захирагддаггүй. USPS нь арилжааны эрх мэдэл, хяналтгүй байдаг.

Шуудангийн үйлчилгээ нь шуудангийн техникийн зөвлөх хороо болон орон нутгийн шуудангийн хэрэглэгчийн зөвлөлтэй бөгөөд эдгээр нь зөвлөх үйлчилгээ үзүүлдэг бөгөөд үндсэндээ бизнесийн үйлчлүүлэгчдийг хамардаг.

USPS нь янз бүрийн шуудангийн хаягуудад хотын нэрийг өгдөг; Эдгээр даалгавар нь хотын хилтэй үргэлж нийцдэггүй. Хотын хил хязгаар өөрчлөгдсөн ч шуудангийн хаягийн нэр хэвээр байж болно.

6.3.2. USPS

АНУ-ын шуудангийн үйлчилгээ (USPS) нь шуудангийн газар, АНУ-ын шуудан эсвэл шуудангийн үйлчилгээ гэж нэрлэгддэг бөгөөд АНУ-ын холбооны засгийн газрын гүйцэтгэх засаглалын бие даасан агентлаг бөгөөд АНУ-д шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэх, түүний дотор арлын бүс нутгуудад болон холбогдох мужууд шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэх үүрэгтэй.. Энэ бол АНУ-ын Үндсэн хуулиар тодорхой зөвшөөрөл олгосон цөөн хэдэн төрийн байгууллагуудын нэг юм. USPS нь 2021 оны байдлаар 516,636 карьерын ажилтан, 136,531 ажил мэргэжлийн бус ажилтантай.

USPS нь АНУ-д уламжлалт захидал хүргэх монопол эрх мэдэлтэй бөгөөд бүх нийтийн үйлчилгээний үүргийн (USO) дагуу үйл ажиллагаагаа явуулдаг бөгөөд эдгээр нь хоёулаа өргөн хүрээний хууль эрх зүйн бүрэн эрхээр тодорхойлогддог бөгөөд энэ нь бүх нийтээрээ ижил үнэ, чанарыг хангах үүрэгтэй үйлчилгээний газар. Шуудангийн газар нь АНУ-д "АНУ-ын шуудан" гэж тэмдэглэгдсэн захидлын хайрцаг болон хувийн шуудангийн хайрцагт хандах онцгой эрхтэй бөгөөд United Parcel Service, FedEx, DHL зэрэг хувийн илгээмж хүргэх үйлчилгээний газрууд өрсөлддөг.

USPS нь Америкийн хувьсгалын эхэн үед буюу 1775 онд Филадельфиад болсон Тивийн хоёрдугаар конгрессоор байгуулагдсан. Бенжамин Франклин анхны шуудангийн мастераар томилогдсон; тэр бас Америкийн колоничлолд ижил төстэй албан тушаал хашиж байсан. Шуудангийн алба нь 1792 онд Шуудангийн үйлчилгээний тухай хууль батлагдсанаар байгуулагдсан. Орон нутгийн шуудангийн дарга нарыг томилсон нь Цагаан ордныг хянадаг намд ивээн тэтгэх ажлыг хүргэх гол газар байсан юм. Сонины редакторуудыг ихэвчлэн нэрлэсэн. Энэ нь 1872 онд Засгийн газрын түвшний хэлтэс болон өргөмжлөгдсөн бөгөөд 1970 оны Шуудангийн өөрчлөн байгуулалтын тухай хуулиар бие даасан агентлаг болгон АНУ-ын шуудангийн алба болгон өөрчилсөн. 1980-аад оны эхэн үеэс эхлэн USPS-д олгодог олон шууд татварын татаас (хөгжлийн бэрхшээлтэй болон гадаадад байгаа сонгогчидтой холбоотой зардлын татаасыг эс тооцвол) багассан эсвэл хасагдсан.

Хүргэлт

USPS нь газарзүйн байршил, эзлэхүүний хувьд дэлхийн хамгийн том шуудангийн систем бөгөөд дэлхийн шуудангийн 44 хувийг хүргэдэг. 2021 оны байдлаар USPS нь АНУ-д 31,330 шуудангийн газар, байршилд үйл ажиллагаа явуулдаг бөгөөд жил бүр 128.8 тэрбум шуудан, 163 сая хүргэлтийн цэгт (2022 оны байдлаар) хүргэдэг.

USPS нь 2022 оны Шуудангийн үйлчилгээний шинэчлэлийн тухай хуулийн дагуу Даваагаас Бямба гараг хүртэл шуудан болон илгээмжийг хүргэдэг; Ням гарагт зөвхөн

Priority Express болон Amazon.com-д зориулсан багцуудыг хүргэнэ.[20] USPS ихэнх томоохон хотуудад ням гарагт илгээмжийг хүргэдэг. 2013 оноос хойш Христийн Мэндэлсний Баярын өмнөх дөрвөн долоо хоногийн хугацаанд бүх шуудангийн ангиуд болон илгээгчдийн илгээмжийг зарим бүс нутагт ням гарагт хүргэсэн. Илгээмжийг Талархлын болон Зул сарын баярыг эс тооцвол баярын өдрүүдээр мөн хүргэдэг. USPS нь Христийн Мэндэлсний Баярын өдрөөр сонгогдсон газарт нэмэлт төлбөртэйгөөр Priority Mail Express багцуудыг хүргэж эхэлсэн.]

Талархлын баяр ба Христийн Мэндэлсний Баярын хоорондох үе бол USPS-ийн хувьд жилийн хамгийн завгүй үе бөгөөд тус агентлаг 2018 оны хугацаанд ойролцоогоор 900 сая багц илгээсэн байна.

6.3.3. Өрсөлдөгчид

FedEx болон United Parcel Service (UPS) нь USPS Express шуудан болон илгээмж хүргэх үйлчилгээтэй шууд өрсөлддөг бөгөөд улсын хэмжээнд яаралтай захидал, илгээмжийг хүргэдэг. Шуудангийн монополын улмаас тэд яаралтай бус захидал хүргэх эрхгүй бөгөөд орон сууцны болон худалдааны газруудад АНУ-ын шуудангийн хайрцагт шууд илгээж болохгүй. Гэсэн хэдий ч, хоёр компани USPS-тэй дамжин өнгөрөх гэрээ байгуулснаар бараагаа FedEx эсвэл UPS-ийн аль нэгтэй нь буулгаж, дараа нь АНУ-ын шуудангаар хүргэхээр зорьсон хүлээн авагчид үйлчилдэг шуудангийн газар хүртэл тээвэрлэлт хийх болно. , үүнд шуудангийн хайрцгийн очих газрууд. Эдгээр үйлчилгээнүүд нь USPS-ийн хүлээн авахаас илүү том, хүнд багцуудыг хүргэдэг. DHL Express нь 2009 оны 2-р сар хүртэл АНУ-д дотоодын хүргэлтийн үйл ажиллагаагаа зогсоох хүртэл гурав дахь томоохон өрсөлдөгч байсан юм.

АНУ-ын бусад тээврийн компаниуд ачаагаа улс орон даяар зөөдөг боловч хүргэх цэгүүдийн газарзүйн хамрах хүрээ хязгаарлагдмал, эсвэл шуудангаар явуулахад хэтэрхий том зүйлээр мэргэшсэн байдаг. Мянга мянган шуудангийн компаниудын ихэнх нь нэг өдөрт, жишээлбэл, унадаг дугуйн мессенжерээр хүргэхэд анхаарлаа хандуулдаг.

Хэдийгээр USPS болон FedEx нь шууд өрсөлдөгчид боловч USPS нь FedEx-тэй 2-3 өдрийн Priority Mail болон Priority Mail Express (ихэвчлэн нэг шөнийн дотор хүргэгддэг) агаарын тээвэрлэлт хийхээр гэрээ байгуулдаг. Амазон нь хүргэлтийн зах зээлийн тавны нэгийг хянадаг бөгөөд Pitney Bowes логиستيкийн фирмийн мэдээллээс үзэхэд UPS, тэр ч байтугай АНУ-ын шуудангийн үйлчилгээг (USPS) гүйцэх замдаа явж байна. Amazon Drone Delivery үйлчилгээ нь USPS-ийн нутаг дэвсгэрт байдаг.

6.3.4. Олон улсын үйлчилгээ

2007 оны 5-р сард USPS олон улсын үйлчилгээний нэрсийг дотоодын тээвэрлэлтийн сонголттой нийцүүлэхийн тулд бүтцийн өөрчлөлт хийсэн. Өмнө нь USPS International үйлчилгээг Агаарын шуудан (Захидал шуудан), Эдийн засаг (гадаргуу) илгээмжийн шуудан, Агаарын шуудангийн илгээмжийн шуудан, Глобал тэргүүлэх чиглэл, Глобал Экспресс, Глобал Экспресс баталгаат шуудан гэж ангилдаг байсан. Хуучин Агаарын шуудан (Захидлын шуудан) нь одоо First-Class Mail International бөгөөд дөрвөн фунт (1.8 кг) хүртэл жинтэй жижиг багцуудыг багтаадаг. Эдийн засгийн илгээмжийн шуудан олон улсын үйлчилгээ үзүүлэхээ больсон бол Airmail илгээмжийг

Priority Mail International-аар сольсон. Priority Mail International Flat-Rate сав баглаа боодол нь өмнө нь Global Priority-д ашиглагдаж байсан ижил нөхцөлтэй, янз бүрийн хэмжээтэй савлагаатай болсон. Глобал Экспресс одоо Express Mail International болж байгаа бол Global Express баталгаа нь өөрчлөгдөөгүй. Мөрдөх чадвартай олон улсын захидлын ангиуд нь Express, Express Guaranteed, Priority (Олон улсын Priority Mail Flat Rate Envelopes эсвэл Priority Mail International Flat Rate Box-д мөрдөх боломжгүй).

Шинэ нэршил, үйлчилгээний тодорхойлолтод гарсан томоохон өөрчлөлтүүдийн нэг нь USPS-ээс нийлүүлсэн Priority болон Express шуудангийн шуудангийн хайрцгийг олон улсад ашиглахыг зөвшөөрсөн явдал юм. Эдгээр үйлчилгээг дэлхийн бараг бүх улс орон, нутаг дэвсгэрт захидал, илгээмж тээвэрлэхийг санал болгож байна. USPS нь хувийн илгээмжийн үйлчилгээ болох FedEx-тэй гэрээ байгуулснаар энэ үйлчилгээний ихэнх хэсгийг хангадаг.

ДОЛОО. ШУУДАНГИЙН ҮЙЛЧИЛГЭЭНИЙ БИЗНЕС ЗАГВАРЫН ХУВИЛБАР

7.1. ШУУДАНГИЙН ЗАХ ЗЭЭЛД ОРОЛЦОГЧ ТАЛУУДЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ

МУ-ын шуудангийн зах зээлд оролцогч талууд болох төрийн болон тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч аж ахуйн нэгжүүд мөн тэдгээр шуудангийн үйлчилгээ үзүүлдэг аж ахуйн нэгжүүдээс шуудангийн үйлчилгээ авдаг байгууллагын болон эцсийн хэрэглэгчдийг хамруулан судалгааны ажлыг хийж гүйцэтгэлээ.

Санамж: Энэхүү шуудангийн зах зээлийн бизнес загварыг тоймлон харахдаа судалгааны үр дүнд үндэслэн гаргасан болно.

Шуудангийн үйл ажиллагаа явуулж байгаа аж ахуйн нэгжүүдийн үйл ажиллагааны өнөөгийн төлөв байдал, тулгамдаж буй асуудал

Шуудангийн үйл ажиллагаа явуулах тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч компаниудын 77.5 хувь буюу 93 тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч судалгаанд хамрагдсан. Судалгаанд хамрагдсан тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн үйл ажиллагааны төлөв байдал, тулгамдаж буй асуудлыг тодруулахад:

Хүснэгт 17. Үйл ажиллагаагаа явуулахад тулгамдаж буй асуудал

Үйл ажиллагаагаа явуулахад тулгарч буй нийтлэг асуудал	Үйл ажиллагаа идэвхгүй байгаа компаниудын асуудал	Үйл ажиллагаа эхлээгүй байгаа шалтгаан
22 (76.3%)		22 (23.7%)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Хил, гаалийн асуудал 2. Санхүүгийн хүндрэл 3. Замын түгжрэл 4. Хүний нөөц 5. Хэрэглэгчийн хаягийн тодорхой бус байдал 6. Хувиараа үйл ажиллагаа эрхэлж байгаа компаниудын шударга бус өрсөлдөөн 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Хил гааль, хамтрагч талаас хамаарсан асуудал 2. Санхүүгийн хүндрэлтэй байдал 3. Зөвшөөрөлгүй үйл ажиллагаа эрхэлдэг аж ахуйн нэгжүүдийн үйл ажиллагаа 4. Хүний нөөцийн дутагдал 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Хамтрагч талын хамтын ажиллагаа, баримт бичиг дээр асуудалтай 2. Санхүүгийн хүндрэл 3. Цар тахлын нөхцөл байдлаас болоод үйл ажиллагаагаа эхлүүлэх боломжгүй байдал үүссэн 4. Бусад

Үйл ажиллагааны төлөв байдал, тэдгээрт тулгамдаж буй асуудлыг (дүнд эзлэх хувиар нь эрэмбэлэн авч үзвэл) *нэгдүгээрт*: салбар хоорондын уялдаа холбоо, зохицуулалтын асуудал; *хоёрдугаарт*: салбарын хүрээнд анхаарах асуудал; *гуравдугаарт*: компанийн хувьд шийдвэрлэх, сайжруулах боломжтой асуудал болно бусад давагдашгүй хүчин зүйлс зэргээс шалтгаалдаг болох нь харагдаж байна.

– Салбар дундын зохицуулалт

- *Хил гаалийн асуудал* (гааль болон төрийн байгууллагын хамтын ажиллагаа, уялдаа холбоо хангалтгүй; гаалийн байгууллагын үйл ажиллагаа, шат дамжлага их, программ хангамж ашиглахад төвөгтэй, нэгдсэн систем байхгүй байгаа нь шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хурдан шуурхай хүргэх ажлыг удаашруулах нэг хүчин зүйл болж байна)

- *Замын түгжрэл* (Ганцаарчилсан болон асуулгын аргаарх судалгаанаас шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хүргэхэд тулгамдаж буй асуудал нь замын түгжрэл гэдгийг судалгаанд оролцогчид онцолж байна. *Ганцаарчилсан ярилцлагын хүрээнд ч гэсэн энэхүү асуудал нь яригдсан бөгөөд магадгүй шуудангийн машиныг замын хөдөлгөөнд оролцох боломж буюу 1-р эгнээгээр зорчих боломжийг бүрдүүлэх талаарх санал гарч байсан.*
- *Хэрэглэгчдийн хаягийн тодорхой бус байдал* (ганцаарчилсан болон асуулгын аргын судалгааны үр дүнгээс харахад хэрэглэгчдийн хаягийн тодорхой бус байдал нь шуудангийн үйлчилгээг хүргэхэд тулгарч буй нэг тулгамдсан асуудал болж байгаа нь харагдаж байна)
- *Салбарын хүрээнд зохицуулах*
 - *Хил гаалийн асуудал* (Хил гаалийн асуудал нь шуудангийн үйлчилгээ салшгүй нэг хэсэг бөгөөд гаалийн нэгдсэн систем, шуудангийн үйлчилгээ эрхлэгч аж ахуйн нэгжүүдийн ашигладаг системийг уялдуулах, зарим тохиолдолд тухайн аж ахуйн нэгжүүдийг нэгдсэн нэг мэдээлэл, сургалтаар хангах)
 - *Хувиараа үйл ажиллагаа эрхэлж байгаа аж ахуйн нэгж, хувь хүн* (Сүүлийн жилүүдэд дижитал шилжилт, технологийн өөрчлөлттэй уялдан онлайн худалдааны бизнес эрхлэгч аж ахуйн нэгж, хувь хүмүүс ихэссэн. Энэхүү үйл ажиллагаа өсөн нэмэгдэхийн хирээр онлайн худалдаа эрхэлж байгаа байгууллага, хувь хүмүүс хүргэлт, каргоны үйл ажиллагааг зөвшөөрөлгүй явуулж байгаа энэхүү салбарт хууль, эрх зүйн зохицуулалтыг тодорхой түвшинд авах шаардлагатай байгааг судалгаанд оролцогчид онцолж байна.)
- *Компанийн түвшинд зохицуулах*
 - *Санхүүгийн нөөц* (Шуудангийн үйлчилгээг шуурхай, үйлчлүүлэгчид хүртээмжтэй хүргэхийн тулд аж ахуйн нэгж хүний нөөц, үйл ажиллагаа явуулах орчин, нөхцөл, шаардлагатай программ хангамж, дэд бүтцийн асуудлууд дээр зайлшгүй анхаарах шаардлагатай боловч үйл ажиллагааны чиглэл, хүрээ, нөхцөл байдлаас шалтгаалаад бие даан үйл ажиллагаагаа явуулахаас илүүтэйгээр тухайн хэрэгцээт үйлчилгээг үзүүлэх боломжтой аж ахуйн нэгжүүдтэй хамтран ажиллах боломжийг эрэлхийлэх)
 - *Хүний нөөц* (Аж ахуйн нэгжийн цар хүрээ, үйл ажиллагаанаас хамаараад хангалттай боловсон хүчин байхгүй байгаа нь судалгаанаас харагдаж байна. Компаниудын хувьд ажиллах хүч дутмаг, ачаа цуглуулах, хүргэх зэрэг шуудангийн үйлчилгээг үйлчлүүлэгчид хүргэхэд хүндрэл учирч байна.)
 - *Хил гаалийн асуудал* (Компанийн үйл ажиллагаа, цар хүрээнээс хамааран үйл ажиллагаагаа явуулах, тэр дундаа гаалийн байгууллагын цахим системд холбогдох тоног, төхөөрөмж, программ ашиглалт хангалтгүй байгаа зүйлүүд ажиглагдаж байна. Мөн тэдгээр дээр ажиллах мэргэжилтэй ажиллах хүч дагаад дутагдаж байгаа нь судалгааны үр дүнгээс харагдаж байна.)
 - *Хамтрагч талуудтай хамтран ажиллах, үйл ажиллагааг чиглүүлэх үйл ажиллагаа*

Мөн судалгаанд оролцсон, үйл ажиллагаа нь идэвхгүй байгаа аж ахуйн нэгжүүд нь шуудангийн үйлчилгээ эрхлэх 20 тусгай зөвшөөрлийг эзэмшиж байна. Үүнд: давхардсан тоогоор 4 компани шуудангийн үндсэн үйлчилгээ эрхлэх, 3 компани буухиа шуудангийн үйлчилгээ эрхлэх, 3 компани улс хоорондын логистик үйлчилгээний, 4 компани улс хоорондын шуудангийн илгээмжийн үйлчилгээ эрхлэх тусгай зөвшөөрлийг эзэмшиж

байгаа бол 6 компани шуудангийн нэмэлт үйлчилгээ (карго, хүргэлт ..) эрхлэх зөвшөөрөл бүхий компаниуд байна.

Шуудангийн зах зээлд оролцогч “шуудангийн тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчд”-ийн үйл ажиллагааны төлөв байдал

Шуудангийн зах зээлийн гол оролцогч буюу Шуудангийн тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч ч байгууллагуудын үйл ажиллагааны төлөв байдлыг тодруулахын тулд нийт 4 бүлэг 32 асуулт бүхий санал асуулгын хуудсаар шуудангийн тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч 93 аж ахуйн нэгжээс судалгааг авч үйл ажиллагааны өнөөгийн байдлыг тодорхойлохыг зорилоо.

Хүснэгт 18. Шуудангийн тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн үйл ажиллагаа

Д/д	Бизнесийн үйл ажиллагааг тодруулах	Шуудангийн үйл ажиллагаа эрхлэгч байгууллагын зан төлөв
1	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч компанийн гол нөөцүүдийг тодруулах	Тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч компаниудын үйл ажиллагааны төлөв байдал <ul style="list-style-type: none"> - <i>Үйл ажиллагаа идэвхтэй</i>, хэвийн явагдаж байгаа (59 компани буюу 63.4 хувь) - <i>Үйл ажиллагаа идэвхгүй</i> (12 компани буюу 12.9 хувь) - Тусгай зөвшөөрөл авсан ч <i>үйл ажиллагаа эхлээгүй</i> байгаа (22 аж ахуйн нэгж буюу 23.7 хувь) -ийг тус тус эзэлж байна.
2	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч компаниудын гол харилцагч байгууллагуудыг тодруулах	<i>Шуудангийн үйлчилгээ бие даан явуулдаг аж ахуйн нэгжүүд:</i> <ul style="list-style-type: none"> - Шуудангийн үйлчилгээг бие даан явуулдаг нийт 38 аж ахуйн нэгж буюу шуудангийн тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн 27.7 хувь нь, <i>Шуудангийн үйлчилгээ явуулахдаа хамгийн түлхүү хамтарч ажилладаг байгууллагууд: Шуудангийн тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч аж ахуйн нэгжүүд дунджаар 1-2 байгууллагатай хамтран ажилладаг байна. Үүнд:</i> <ul style="list-style-type: none"> - 1/ Улаанбаатар, аймаг руу хүргэлтийн үйлчилгээ эрхэлдэг хувь хүн, албан байгууллагатай, 2/ Улс хоорондын шуудангийн илгээмжийн үйлчилгээ эрхлэх байгууллага, 3/ Улс хоорондын логистик үйлчилгээ эрхлэх байгууллагуудтай түлхүү хамтран ажилдаг байна.
3	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч компаниудын гол үйл ажиллагаа	Шуудангийн ямар төрлийн тусгай зөвшөөрөл эзэмшдэг эсэхийг харвал дунджаар 1 аж ахуйн нэгж 2-3 тусгай зөвшөөрөл эзэмшиж байна. <i>Шуудангийн үндсэн үйлчилгээ (1-2 тусгай зөвшөөрөлтэй)</i> <ul style="list-style-type: none"> - Тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн 46 нь буюу 64.8 хувь нь улс хоорондын шуудангийн илгээмжийн үйлчилгээ, 20 нь буюу 28.2 хувь нь шуудангийн үйлчилгээ, 16 буюу 22.5 хувь нь буухиа шуудангийн үйлчилгээ, 13 нь буюу 18.3 улс хоорондын логистик үйлчилгээ эрхлэх <i>Шуудангийн нэмэлт үйлчилгээ (Нийт тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн 50.7 хувь нь буюу 36 аж ахуйн нэгж)</i> <ul style="list-style-type: none"> - Шуудангийн нэмэлт үйлчилгээ болох карго, хүргэлтийн үйлчилгээ эрхлэх зөвшөөрөлтэй
4	Шуудангийн үйлчилгээний үйлчлүүлэгч гол	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлж буй аж ахуйн нэгжүүдийн хэрэглэгчдийн бүтцийг харвал:

Д/д	Бизнесийн үйл ажиллагааг тодруулах	Шуудангийн үйл ажиллагаа эрхлэгч байгууллагын зан төлөв
		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Байнгын үйлчлүүлэгч</i> (байнгын үйлчлүүлэгч нь дотроо иргэн/хувь хүн болон албан байгууллагын үйлчлүүлэгч аль аль нь байгаа) - <i>Хэрэгцээ гарсан үед үйлчлүүлдэг үйлчлүүлэгч</i> (хэрэгцээ гарсан үед үйлчлүүлдэг үйлчлүүлэгч нь мөн байгууллагын болон гадаадын иргэн аль аль нь байгаа)
5	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч нь хэрэглэгчдээ ямар үнэ цэнэ санал болгож байгааг тодруулах	<p>Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч аж ахуйн нэгжүүдийн одоогийн хэрэглэгчдэд үзүүлж буй үйлчилгээ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Шуудангийн үндсэн үйлчилгээ (22.5%) - Улс хоорондын шуудан, илгээмжийн үйлчилгээ (26.8%) - Шуудангийн нэмэлт үйлчилгээ (11.3%) - Буухиа шуудан (4.2%) - Тээвэр, логистик (8.5%) - Онлайн худалдаа (5.6%) - Илгээмж, хүргэлтийн үйлчилгээ (12.7%)
6	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч нь үйлчлүүлэгчидтэй ямар сувгаар холбогдож байгааг тодруулах	<p><i>Байгууллагын хэрэглэгчдэд</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Байгууллагын хаягаар хүргэлт хийх - Шуудангийн үйлчилгээний цэгээр биечлэн үйлчлүүлэх - Шуудангийн ухаалаг хайрцаг (pickpack) <p><i>Хэрэглэгчдэд үйлчилгээг хүргэх</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Компанийн шуудангийн цэгт ирэх - Гэрийн хаягаар хүргэлт хийх - Албан байгууллагын хаягаар хүргэлт хийх - Хэрэглэгчдийн өөрсдийн албан ёсны шуудангийн хаягаар хүргэлт хийх - Шуудангийн ухаалаг хайрцаг ашиглах (pickpack)
7	Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч нь үйлчлүүлэгчтэй харилцах харилцааны төлөв байдал	<p>Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч нь үйлчлүүлэгчдийн захиалга өгөх боломжуудыг хэрхэн олгож байгааг харвал:</p> <p><i>Онлайн үйлчилгээ</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Веб сайтаар дамжуулан онлайн захиалга өгөх боломжийг 41 аж ахуйн нэгж буюу 57.7 хувь нь олгож байн - Компанийн албан ёсны пэйж хуудас (чатбот) холбогдож захиалга өгөх боломжийг мөн 41 аж ахуйн нэгж буюу 57.7 хувь нь олгосон байна - И-мэйлээр захиалга баталгаажуулах боломжийг 27 компани буюу 38 хувь нь тус тус олгож байна <p><i>Биечилсэн үйлчилгээ</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Биечилж ирэх шаардлагатай байдаг гэж 35 аж ахуйн нэгж буюу 49.3 хувь нь үзсэн байна - Харин утсаар холбогдож захиалга өгөх боломжийг 46 аж ахуйн нэгж буюу 64.8 компани нь олгосон байна. <p>Мөн захиалга өгөх хэлбэр нь тухайн үйлчлүүлэгчийн ямар үйлчилгээ авч байгаагаас, тухайн аж ахуйн нэгжийн байнгын эсвэл хэрэгцээ гарсан үед үйлчлүүлэгчдийн төрлөөс хамааран өөрчлөгдөх боломжтой.</p>
8	Орлого, зардал	<p>Үйл ажиллагаагаа хэрэглэгчдэд хүргэх зардлыг аж ахуйн нэгжүүдийн судалгааны үр дүнг хувилж авч үзвэл:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Үйл ажиллагааны зардал (ашиглалтын зардал) нийт зардлын 36 хувийг эзэлдэг гэж 69 аж ахуйн нэгж үзсэн байна - Ажилчдын цалин /НДШ/-ийн зардал нийт зардлын 31.4 хувийг эзэлдэг гэж 67 аж ахуйн нэгж

Д/д	Бизнесийн үйл ажиллагааг тодруулах	Шуудангийн үйл ажиллагаа эрхлэгч байгууллагын зан төлөв
		<ul style="list-style-type: none"> – Тээвэрлэлтийн зардал /логистик гм/ нийт зардлын 31.5 хувийг эзэлдэг гэж 56 компани хариулсан байна. – Хүргэлтийн компанитай хамтран ажиллахад нийт зардлын 13.9 хувь нь зарцуулагддаг гэж 29 компани хариулсан бол үлдсэн хувийг хил, гаалийн холбоотой зардлууд эзэлдэг гэж судалгаанд оролцогчид хариулсан байна.

Шуудангийн үйлчилгээг авдаг, авдаг ч авч байгаагаа мэдэхгүй байгаа болон шуудангийн үйлчилгээг авдаггүй хэрэглэгчдийн төлөв байдал

Шуудангийн үйлчилгээний зах зээл, оролцогч талуудын үйл ажиллагаа, нөхцөл байдлыг тодруулах судалгааны үндсэн оролцогчдын нэг нь хэрэглэгчдийн бүлэг юм. Бид судалгаандаа хэрэглэгчдийн бүх бүлгийг хамруулахыг зорьсон бөгөөд шуудангийн үйлчилгээг авч байгаагаа мэдэж байгаа, шуудангийн үйлчилгээг авч байгаа ч мэдэхгүй байгаа хэрэглэгчид болон шуудангийн үйлчилгээг авдаггүй хэрэглэгчдийн төлөөллийг хамруулан судалгааны ажлыг хийж гүйцэтгэсэн. Судалгааны дэлгэрэнгүйг 5 дугаар бүлэгт бүлэг бүрээр нь харуулсан бол энэхүү хэсэгт нийт судалгаанд оролцогчдын шуудангийн үйлчилгээг авч буй хэлбэр, тулгарч буй нийтлэг асуудлуудыг авч үзлээ.

Хүснэгт 19. Шуудангийн үйлчлүүлэгчдийн бүлэг

N = 542 (100%)		
Шуудангийн үйлчилгээ авдаг, мэддэг хэрэглэгч 160 (29.5%)	Шуудангийн үйлчилгээ авч байгаагаа мэддэггүй хэрэглэгч 221 (40.8%)	Шуудангийн үйлчилгээ авдаггүй хэрэглэгч 161 (29.7%)

- **Шуудангийн үйлчилгээ авдаг, мэддэг хэрэглэгч 160 (29.5%)**
- *Тулгарсан хүндрэл, асуудал*

Шуудангийн үйлчилгээ авахад хүндрэл гарсан эсэхийг лавлахад үйлчлүүлэгчдийн 70% хүндрэл гараагүй гэж үзсэн бол үлдсэн хувьд нь тодорхой асуудал гарсан гэж үзсэн байна. Эдгээр асуудлыг харвал хамгийн түгээмэл нь хүргэлттэй холбоотой асуудал байсан бөгөөд хүргэлтийн хугацаа, хүргэлтийн компанийн ачаалал зэргээс үүдэлтэй үүссэн асуудлууд байна.

- *Шуудангийн үйлчилгээг сайжруулах санал*

Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 63.8 хувь нь тодорхой санал байхгүй гэж үзсэн бол үлдсэн хувийг тулгарсан хүндрэл бэрхшээлийг сайжруулах саналуудыг ирүүлсэн байна. Үүнд: үйлчилгээгээ шуурхай болгох, цаг тухайд нь хүргэлтээ хийх, хүргэлтийн үйлчилгээг сайжруулах, цагийн хуваарийг уртасгах зэрэг хүргэлтийн үйлчилгээтэй холбоотой асуудлууд дийлэнх хувийг эзэлж байна.

- **Шуудангийн үйлчилгээ авч байгаагаа мэддэггүй хэрэглэгч 221 (40.8%)**
- *Тулгарсан хүндрэл, асуудал*

Онлайн/цахим худалдааны үйлчилгээг сонгон үйлчлүүлэхэд ямар нэгэн хүндрэл тулгарсан эсэхийг лавлахад 59.4 хувь нь хүндрэл байгаагүй, 16.6 хувь нь баталгаат

газраас захиалга хийсэн тул асуудалгүй байсан гэж үзсэн нь нийт судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 76 хувь нь асуудал байгаагүй гэж хариулсан байна. Харин үлдсэн хувийг хүргэлттэй холбоотой, нэмэлт төлбөртэй холбоотой мөн захиалга гэмтсэн байсан гэсэн хариултуудыг өгсөн байна.

– **Онлайн/цахим худалдааны үйлчилгээг сайжруулах санал**

Судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 29.7 хувь нь ямар нэг санал байхгүй гэж үзсэн бол 23% нь хүргэлтийн үйлчилгээтэй холбоотой, 21.8 хувь нь барааны чанартай холбоотой байсан бол цахим үйлчилгээний хувьд цахим программ, аппликейшн, төлбөр төлөх боломж зэргийг сайжруулах хэрэгтэй гэж үзсэн байна.

– **Шуудангийн үйлчилгээ авдаггүй хэрэглэгч 161 (29.7%)**

– **Шуудангийн үйлчилгээг сонгохгүй байгаа шалтгаан**

Шуудангийн үйлчилгээг сонгохгүй байгаа шалтгаан нь *нэгдүгээрт*: шуудангийн үйлчилгээг хаанаас, яаж авахыг сайн мэдэхгүй мөн шуудангийн үйлчилгээг хугацаа их шаарддаг, илүү зардал өндөр гэж боддог учраас сонгохгүй байгаа бол *хоёрдугаарт*: шаардлага гарсан үед орон нутаг болон тухайн бүс нутагт зорчих унаа, хүнээр дамжуулах нь илүү хурдан гэж үздэг байна.

– **Шуудангийн үйлчилгээг авах, шуудангийн үйлчилгээг сайжруулах санал**

Цаашдаа шуудангийн үйлчилгээг авах эсэхийг тодруулахад шуудангийн үйлчилгээ хурдан шуурхай, үнэ хямд байх мөн шуудангийн цэгүүд хангалттай, хүртээмжтэй байвал шуудангийн үйлчилгээг ашиглах боломжтой гэж үзсэн байна.

Онлайн/цахим худалдаагаар үйлчлүүлэгчдийн төлөв байдал, тулгардаг асуудал

Дэлхий нийтийг хамарсан цар тахал, хэрэглэгчдийн амьдралын хэв маягийн өөрчлөлт болон техник технологийн дэвшил, дижитал шилжилттэй холбоотойгоор бизнесийн байгууллагууд үйл ажиллагаагаа цахим хэлбэрт шилжүүлэх зайлшгүй шаардлага тулгарч байна. Энэхүү өөрчлөлт өсөн нэмэгдэхийн хирээр онлайн/цахим худалдаа эрхэлж байгаа аж ахуйн нэгж, хувь хүмүүс нэмэгдсэн нь шуудангийн салбарт үйл ажиллагаа явуулж байгаа аж ахуйн нэгжүүд тэр дундаа карго, хүргэлтийн үйл ажиллагааны үйл явцад ихээхэн нөлөөлж байна. Доорх хүснэгтэд нийт судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн сүүлийн хагас жилийн хугацаанд онлайн/цахим худалдааны үйл ажиллагаанд хэрхэн оролцсон болохыг харахыг хичээлээ

Хүснэгт 20. Үйлчлүүлэгчдийн онлайн, цахим худалдааны үйлчилгээнд оролцсон байдал

N = 542 (100%)		
1. Гадаадын онлайн, цахим худалдааны үйл ажиллагаанд оролцсон байдал		
Өөрөө захиалга хийсэн	Нийт судалгаанд оролцсон хэрэглэгчдийн 32.5%	9.4%
Тухайн улсаас онлайн/цахим худалдаа үзүүлдэг албан байгууллагаар дамжуулан		9%
Тухайн улсаас онлайн/цахим худалдааны үйл ажиллагаа эрхэлдэг хувь хүнээс		14%
2. Дотоодын онлайн, цахим худалдааны үйл ажиллагаанд оролцсон байдал		

Дотоодын онлайн болон цахим худалдааны платформуос захиалга хийсэн (Shopy.mn ... г.м)	Нийт судалгаанд оролцсон хэрэглэгчдийн 72.9%	29.5%
Дотоодын онлайн худалдаа эрхлэгчдээс захиалга хийсэн (Facebook, Instagram ... г.м)		43.4%
3. Дотоодын томоохон байгууллагуудын хүргэлтийн үйлчилгээг хүлээн авсан		
Иргэний жолооны үнэмлэх, гадаад паспорт, татварын буцаалтын материал, даатгалын гэрээ, банкны карт	Нийт судалгаанд оролцсон хэрэглэгчдийн 62.5%	31.9%
Дэлгүүр, хоолны газрын хүргэлтийн үйлчилгээ (И-март, TokTok ... г.м)		30.6%

Судалгаанд хамрагдсан нийт хэрэглэгчдийн онлайн/цахим худалдаанд оролцсон байдлыг харвал:

– *Гадаадын онлайн/цахим худалдааны үйл ажиллагаанд оролцсон хэрэглэгчид*

Хэрэглэгчдийн 32.5 хувь нь гадаадын онлайн/цахим худалдааны үйл ажиллагаанд оролцсон байна. Гадаадын онлайн/цахим худалдааны үйл ажиллагаанд оролцож байгаа хэрэглэгчдийн 9.4% нь албан ёсны онлайн/цахим худалдааны сайтаар дамжуулан захиалга хийсэн бол 23% нь тухайн бүс нутгаас онлайн/цахим худалдаа хийж байгаа компани, хувь хүмүүсээс худалдан авалт хийсэн байна.

– *Дотоодын онлайн/цахим худалдааны үйл ажиллагаанд оролцсон хэрэглэгчид*

Дотоодын онлайн/цахим худалдаанд оролцсон хэрэглэгчдийн 29.5% нь албан ёсны худалдааны сайт, платформуос захиалга хийсэн бол 43.3 хувь нь онлайн/цахим худалдааны үйл ажиллагаа эрхэлж байгаа фэйсбүүк пэйж, инстаграм зэргээс худалдан авалт хийсэн хэрэглэгчид байна.

– *Дотоодын томоохон байгууллагуудын хүргэлтийн үйлчилгээг хүлээн авсан хэрэглэгчид*

МУ-ын засгийн газраас хэрэгжүүлж буй цахим шилжилтийн хүрээнд И-Монголиа цахим тавцанг ашиглан хэрэглэгчид шаардлагатай баримт бичгийг онлайн захиалах боломж бүрдсэн, мөн төрийн байгууллагын зарим төрлийн үйл ажиллагааг байгууллагын болон эцсийн хэрэглэгчдэд хүргэх үйл ажиллагааг зохион байгуулахдаа Монгол шуудан компаниар дамжуулан илгээж байгаа бөгөөд хэрэглэгчдийн 31.9% нь энэхүү үйлчилгээг хүлээн авсан байгаа нь судалгаанаас харагдаж байна. Түүнчлэн томоохон компаниуд өөрсдийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хүргэх боломжтой байдаг бол зарим томоохон компаниуд нь хүргэлтийн компаниудтай хамтран хэрэглэгчдийн захиалгыг хүргэх үйлчилгээг үзүүлдэг. Энэхүү үйлчилгээг нийт хэрэглэгчдийн 30.6% нь авсан байна.

– *Онлайн/цахим худалдааны үйлчилгээг авахад тулгарсан хүндрэл, бэрхшээл*

Онлайн/цахим худалдаагаар захиалсан, хүлээн авсан хэрэглэгчдэд тулгарсан асуудлыг тодруулахад 76% нь хүндрэл байгаагүй гэж хариулсан бол 14.7 хувь нь хүргэлтийн үйлчилгээний хувьд асуудал үүссэн гэж хариулсан бол бусад нь буюу нэмэлт төлбөр, үйлчилгээг өөрөө очиж авах, захиалгын бараа гэмтсэн зэрэг асуудал байсан гэж хариулсан байна.

Шуудангийн үйлчилгээг орлуулан хэрэглэдэг хэрэглэгчдийн төлөв байдал

Шуудангийн үйлчилгээг орлуулан хэрэглэдэг хэрэглэгчид буюу “Дайвар ачаа” илгээсэн/хүлээн авсан хэрэглэгчдийн төлөв байдал.

Хүснэгт 21. “Дайвар ачаа” илгээсэн/хүлээн авсан хэрэглэгчид

N = 169 (31.2%)		
Шуудангийн үйлчилгээ авдаг, мэддэг хэрэглэгч 76 (14%)	Шуудангийн үйлчилгээ авч байгаагаа мэддэггүй хэрэглэгч 37 (6.8%)	Шуудангийн үйлчилгээ авдаггүй хэрэглэгч 56 (10.3%)

“Дайвар ачаа” илгээсэн/хүлээн авсан байдлыг харвал шуудангийн үйлчилгээ авдаг, авдаг ч мэддэггүй хэрэглэгч болон шуудангийн үйлчилгээ авдаггүй хэрэглэгч аль нь ч байсан тухайн үйлчилгээг тодорхой түвшинд авдаг нь тодорхой харагдаж байна. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг хэрэглэгч ч гэсэн “дайвар ачаа”-г илгээх/хүлээн авах үйлчилгээг авдаг байна.

- “Дайвар ачаа” илгээх/хүлээн авах үйлчилгээг сонгох болсон шалтгаан (хэрэглэгчдийн 54.4 хувь нь хурдан, шуурхай байдлыг харгалзан энэ үйлчилгээг сонгодог, 20.7 хувь нь зардал бага, 17.8 хувь нь шат дамжлага бага байх нь тухайн үйлчилгээг сонгох шалтгаан нь болдог байна.)
- Хэрэглэгчдийн шуудангийн үйлчилгээг сонгохгүй байгаа шалтгаан (хугацаа их шаарддаг, шуудангийн үйлчилгээг хаанаас авахаа мэдэхгүй мөн шуудангийн үйлчилгээг илүү зардал өндөртэй гэж үзсэн учраас сонгохгүй байх шалтгаан нь болдог байна.)
- Шуудангийн үйлчилгээг хэрэглэгчдэд хүртээмжтэй болгох, сайжруулах санал байгаа эсэхийг асуухад хэрэглэгчдийн 63.3% нь байхгүй гэж үзсэн байна.

Шуудангийн үйлчилгээний талаарх хэрэглэгчдийн ерөнхий ойлголт, мэдлэг

Шуудангийн зах зээлийн оролцогч талуудын нэг болох хэрэглэгчдийн шуудангийн үйлчилгээний талаарх ойлголт, мэдлэгийг тодруулан авч үзвэл:

Хүснэгт 22. Шуудангийн үйлчилгээний талаарх ойлголт, мэдлэг






N = 542 (100%)		
Мэднэ 131 (24.2%)	Тийм ч сайн мэдэхгүй 280 (51.7%)	Мэдэхгүй 131 (24.2%)



Судалгаанд оролцсон хэрэглэгчдийн 75.9% нь мэдлэг, ойлголттой бол 24.2% нь мэдэхгүй гэсэн хариулыг өгсөн байна. Энэхүү үр дүнгээс харвал тухайн салбарын үйл ажиллагааг хэрэглэгчид хангалттай түвшинд мэдэхгүй байна гэж харж болохгүй юм учир нь хэрэглэгч нь шуудангийн үйлчилгээний зах зээлийн нэг оролцогч юм. Тухайн оролцогч шуудангийн салбарын бүх үйлчилгээг мэдэх шаардлагагүй харин шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ гарсан үед өөрийн хэрэгцээнд тохирсон үйлчилгээг хаанаас авахыг мэддэг байх нь илүү чухал. Энэхүү хэрэгцээг хангах үүрэг бүхий байгууллага нь шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч аж ахуйн нэгжүүд байна.

- Шуудангийн үйлчилгээ авахад үүсдэг асуудал (шуудангийн үйлчилгээ эрхлэх байгууллагуудын талаарх мэдээлэл хомс, шуудангийн үйлчилгээг хэрхэн авах талаарх мэдлэг хангалттай биш байна)

- Шуудангийн үйлчилгээг хүртээмжтэй болгох тал дээр хэрэглэгчдийн гаргаж буй санал (шуудангийн үйлчилгээний талаарх мэдээ, мэдээллийг сайн явуулах, сурталчилгаа явуулах, шуудангийн салбар, цэг нэмэх, түргэн шуурхай байх нь хэрэглэгчдэд илүү амар, хүртээмжтэй байх боломжтой гэж үзсэн байна.)

7.2. ШУУДАНГИЙН ЗАХ ЗЭЭЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР

Гол түншүүд 	Гол үйл ажиллагаа 	Үнэ цэнэ санал болгох 	Үйлчлүүлэгчидтэй харилцах харилцаа 	Үйлчлүүлэгчид 
<p><i>МУ-ын засгийн газар, харьяа байгууллага</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Харилцаа холбооны зохицуулах хороо – Гаалийн ерөнхий газар – Улсын бүртгэлийн газар – Авто тээврийн үндэсний төв <p><i>Тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч аж ахуйн нэгжүүд</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Логистик, тээврийн үйлчилгээ үзүүлдэг аж ахуйн нэгж – Шуудангийн нэмэлт үйлчилгээ үзүүлдэг аж ахуйн нэгж <p>Шуудангийн үйлчилгээ эрхлэх зөвшөөрөлгүй ч</p>	<p>Шуудангийн үйлчилгээнд оролцогч талуудын үйл ажиллагааг уялдуулах, тасралтгүй явуулах</p> <ul style="list-style-type: none"> - Шуудангийн үйлчилгээний талаарх ойлголт, мэдлэгийг нэмэгдүүлэх - Зөвшөөрөлгүй шуудангийн үйл ажиллагаа эрхэлж байгаа аж ахуйн нэгжүүдийн үйл ажиллагааг нэгдсэн системд орлуулах боломжийг судлах - Онлайн/болон цахим худалдааны үйл ажиллагаа явуулж байгаа үйл ажиллагаанд хяналт, стандарт тогтоох 	<p><i>Шуудангийн үйлчилгээ үндсэн</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Улс хоорондын илгээмжийн үйлчилгээ – Дотоодын шуудангийн үйлчилгээ (бичиг, захидал) – Буухиа шуудангийн үйлчилгээ <p><i>Шуудангийн үйлчилгээ нэмэлт</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Шуудангийн нэмэлт үйлчилгээ (карго, захидал, хүргэлтийн гм) 	<p><i>Шуудангийн үйлчилгээний захиалга авах боломжийг бүрдүүлсэн байдал</i></p> <p><i>Онлайн үйлчилгээ</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Веб сайтаар дамжуулан онлайн захиалга өгөх боломжтой – И-мэйлээр захиалга баталгаажуулах боломж <p><i>Онлайн бус үйлчилгээ</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Биечилж ирэх шаардлагатай – Утсаар холбогдож захиалга өгөх <p><i>Захиалгат үйлчилгээ</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Үйлчлүүлэгчдийн хүсэлтийн дагуу шуудангийн хайрцгаар очиж авах үйлчилгээ <p>Илгээмжийн талаарх мэдээллийг хэрхэн авах</p>	<p><i>Гэрээтэй, хамтран ажилдаг</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Байгууллагын хэрэглэгч (B to B) - Эцсийн хэрэглэгч (B to C) <p><i>Шуудангийн үйлчилгээ авах хэрэгцээ гарсан үед үйлчилгээ авдаг</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Байгууллагын хэрэглэгч (B to B) – Эцсийн хэрэглэгч (B to C)

<p>шуудангийн зах зээлд оролцогч талууд</p> <ul style="list-style-type: none"> – Онлайн/цахим худалдааны бизнес эрхлэгчид – Шуудангийн үйлчилгээг орлуулдаг (хувь хүн, орон нутгийн хувийн болон нийтийн унаанд өгдөг) <p>Бусад</p> <ul style="list-style-type: none"> – Санхүүгийн байгууллага (төлбөр, тооцооны шийдэл) – Дижитал шийдлийг санал болгодог аж ахуйн нэгж (веб сайт, программ хангамж) – Улаанбаатар, аймагт хүргэлтийн үйлчилгээ эрхэлдэг хувь хүн, албан байгууллага 	<p>Гол нөөцүүд </p> <p>Үйл ажиллагаагаа тогтвортой явуулахад тулгарч буй асуудал</p> <ul style="list-style-type: none"> – Хууль эрх зүйн зохицуулалт – Ажиллах хүчний хомсдол – Үнийн өсөлт, ханшийн зөрүү – Хил, гаалийн асуудал – Зах зээлийн өрсөлдөөн – Санхүүгийн хүндрэл 		<p>боломжийг бүрдүүлсэн байдал</p> <ul style="list-style-type: none"> – Илгээмжийн дугаараа ашиглан илгээмжийн байршлаа хянах үйлчилгээ – Шууд утсаар холбогдож мэдээлэл авах үйлчилгээ <p>Сувгууд </p> <p>Байгууллагын хэрэглэгчдэд</p> <ul style="list-style-type: none"> - Байгууллагын хаягаар хүргэлт хийх - Шуудангийн үйлчилгээний цэгээр биечлэн үйлчлүүлэх - Шуудангийн ухаалаг хайрцаг (pickpack) <p>Хэрэглэгчдэд үйлчилгээг хүргэх</p> <ul style="list-style-type: none"> - Компанийн шуудангийн цэгт ирэх - Гэрийн хаягаар хүргэлт хийх - Албан байгууллагын хаягаар хүргэлт хийх - Хэрэглэгчдийн өөрсдийн албан ёсны шуудангийн хаягаар хүргэлт хийх - Шуудангийн ухаалаг хайрцаг ашиглах (pickpack) 	
---	--	--	---	--

Зардлууд



- 69 (97.2) аж ахуйн нэгжийн нийт зардалд үйл ажиллагааны зардлын эзлэх хувь – 36%
- 67 (94.4) аж ахуйн нэгжийн нийт зардалд ажилчдын цалин /НДШ/ эзлэх хувь – 31.4%
- 56 (78.9) аж ахуйн нэгжийн нийт зардалд тээвэрлэлтийн зардлын эзлэх хувь – 31.5%
- 29 (40.8) аж ахуйн нэгжийн нийт зардалд хүргэлтийн компаниар дамжуулан шуудан, илгээмж илгээх зардлын эзлэх хувь – 13.9%
- Бусад (маркетингийн зардал, агуулахын зардал, гаалийн хяналтын бүсийн зардал, тоног төхөөрөмж, программ хангамжтай холбоотой зардал)

Орлого, ашиг



- Шуудангийн үндсэн үйлчилгээний орлого
- Шуудангийн нэмэлт үйлчилгээний төлбөр

ДҮГНЭЛТ

Шуудангийн зах зээлд оролцогч талуудын судалгааны үр дүнд үндэслэн шуудангийн зах зээлийн үйл ажиллагаанд оролцогчдын өнөөгийн нөхцөл байдлыг тодрууллаа.

1. Шуудангийн тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч аж ахуйн нэгжүүдийн нөхцөл байдал

Шуудангийн тусгай зөвшөөрөл бүхий 120 аж ахуйн нэгж бүртгэлтэй байдгаас энэхүү судалгаанд 93 тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч буюу нийт тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн 77.5 хувь нь хамрагдсан болно.

- Судалгаанд хамрагдсан аж ахуйн нэгжийн үйл ажиллагааны төлөв байдлыг харвал нийт судалгаанд хамрагдсан тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн 63.4 хувь хэвийн, 12.9 хувь нь идэвхгүй гэсэн бол 22 аж ахуйн нэгж үйл ажиллагаагаа эхлээгүй байна.
- Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлдэг аж ахуйн нэгжүүдийн 27.7 хувь нь бие даан үйл ажиллагаагаа явуулдаг бол үлдсэн хувь нь 1-2 компанитай хамтран үйл ажиллагаагаа явуулдаг байна. Учир нь компанийн санхүүгийн нөөц болон ажиллах хүчтэй холбоотойгоор асуудлууд үүсдэг байна.
- Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлдэг компаниуд дунджаар 2-3 тусгай зөвшөөрлийг эзэмшдэг байна. Мөн судалгаанд оролцсон нийт тусгай зөвшөөрөл эзэмшигчдийн 50.7 хувь нь буюу 36 аж ахуйн нэгж шуудангийн нэмэлт үйлчилгээ болох карго, хүргэлтийн үйлчилгээ эрхлэх зөвшөөрөлтэй байна. Харин үйл ажиллагаа эхлээгүй байгаа аж ахуйн нэгжүүд нь шуудангийн үйлчилгээ эрхлэх 20 тусгай зөвшөөрлийг эзэмшиж байна.
- Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлж байгаа аж ахуйн нэгжүүдийн хэрэглэгчдийн бүтцийг харвал эзэмшиж буй тусгай зөвшөөрөл болон одоогийн явуулж буй үйл ажиллагаанаас хамаараад харилцан адилгүй байна. Аж ахуйн нэгжүүдээр байгууллагын болон хувь хэрэглэгчид аль аль нь үйлчлүүлдэг бөгөөд эдгээр үйлчлүүлэгчид нь байнгын болон хэрэгцээ гарсан үед шуудангийн үйлчилгээг авдаг байна. Шуудангийн үйлчлүүлэгчдийн хэрэглэгчдийн бүтцийг тоймлон харвал байгууллагын үйлчлүүлэгч 20 орчим хувийг, хэрэглэгч 80 орчим хувийг эзэлж байна.
- Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч аж ахуйн нэгжүүд нь шуудангийн үйлчилгээ авдаг, хэрэглэдэг хэрэглэгчдийн эрэлт хэрэгцээнд нийцсэн үйлчилгээг санал болгож байгаа нь харагдсан бөгөөд нийт судалгаанд оролцсон хэрэглэгчдийн 80 орчим хувь нь (давхардсан тоогоор) Монгол шуудан компанийн үйлчилгээг авч байсан, авдаг гэж хариулсан байгаагаас харахад хэрэглэгчид шуудангийн үйлчилгээ гэсэн ойлголтыг Монгол шуудан компаниар төсөөлж байна.
- Шуудангийн үйлчилгээг үйлчлүүлэгчдэд хүргэх үйл явцад хэд хэдэн хүчин зүйлс нөлөөлж байгаа бөгөөд замын түгжрэл, хэрэглэгчдийн ажлын ачаалал, амьдралын хэв маягийн өөрчлөлт зэргээс шалтгаалан шуудангийн үйлчилгээг байгууллагын болон гэрийн хаягаар хүргүүлэхийг илүүд үзэж байгаа бол сүүлийн үед хэрэглэгчид албан ёсны шуудангийн хаягтай болох, шуудангийн ухаалаг хайрцаг ашиглах хандлага бас үзэгдэж байгаа нь сайшаалтай юм.
- Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч аж ахуйн нэгжүүд нь зах зээлийн зарчмаар компанийн үйл ажиллагаагаа дижитал хэлбэрт шилжүүлэх зайлшгүй шаардлага бий

болсон байна. Мөн хэрэглэгчдийн дээрх хэрэгцээ шаардлагаас үүдэн хэрэглэгчидтэй харилцах харилцаагаа онлайн (веб сайт, компанийн албан ёсны пэйж хуудас, и-мэйл) болон биечилсэн (биечилж ирэх, утсаар холбогдох) хэлбэрээр хослуулан үйл ажиллагаагаа явуулж байна. Гэхдээ үйлчлүүлэгчдийн авах үйлчилгээний төрлөөс хамаараад заавал шуудангийн цэгт очиж захиалга өгөх шаардлага байдаг байна.

- Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч компаниудын хувьд үйл ажиллагааны зардал, ажилчдын цалин хөлс зардлын дийлэнх хувийг эзэлж байгаа бол мөн тээвэр логистик, хүргэлтийн зардлууд өндөр хувийг эзэлж байна.

2. Шуудангийн үйлчилгээ авдаг, авсан ч авч байгаагаа мэдэхгүй байгаа болон авдаггүй хэрэглэгчдийн төлөв байдал

Шуудангийн үйлчилгээний зах зээлийн өнөөгийн нөхцөл байдлыг тодруулахын тулд шуудангийн үйлчилгээг авдаг, авсан ч авч байгаагаа мэдэхгүй байгаа хэрэглэгч болон шуудангийн үйлчилгээ авдаггүй хэрэглэгчдийн нөхцөл байдлыг авч үзвэл:

- Нийт судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 29.5 хувь нь шуудангийн үйлчилгээ авдаг хэрэглэгчид байсан бол 40.8 хувь нь шуудангийн үйлчилгээ авч байгаагаа мэдэхгүй буюу мэддэггүй хэрэглэгч, 29.7 хувь нь шуудангийн үйлчилгээ аваагүй хэрэглэгчид байна. Шуудангийн үйлчилгээ авч байгаагаа мэдэхгүй байгаа хэрэглэгчид нь онлайн/цахим худалдааны үйл ажиллагаанд оролцдог хэрэглэгчид байна.

3. Онлайн/цахим худалдааны үйлчлүүлэгчид, өнөөгийн байдал

Шуудангийн үйлчилгээ явуулдаг аж ахуйн нэгжүүдийн өмнө тулгарч буй асуудлуудын нэг нь онлайн/цахим худалдааны бизнес эрхлэгч хувь хүн, аж ахуйн нэгжүүд тусгай зөвшөөрөлгүй үйл ажиллагаа явуулж байгааг судалгаанд оролцсон аж ахуйн нэгжүүдийн зүгээс ирсэн саналд тусгагдсан байна.

- Судалгаанд хамрагдсан нийт хэрэглэгчдийн 32.5 хувь нь гадаадын онлайн/цахим худалдааны үйл ажиллагаанд оролцсон хэрэглэгчид байна. Эдгээр хэрэглэгчдийн 9.4 хувь нь гадаадын албан ёсны сайт, дэлгүүрээс худалдан авалт хийсэн хэрэглэгч байна.
- Дотоодын онлайн/цахим худалдааны үйл ажиллагаанд нийт судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 72.9 хувь нь байгаа бөгөөд эдгээр хэрэглэгчид дотоодын албан ёсны сайтаас болон фэйсбүүк, инстаграм дахь онлайн худалдан авалтад оролцсон хэрэглэгчид байна.
- Мөн судалгаанд хамрагдсан хэрэглэгчдийн 62.5 хувь нь дотоодын томоохон байгууллагуудын хүргэлтийн үйлчилгээг сонгон үйлчлүүлсэн үйлчлүүлэгчид байна.

4. Шуудангийн үйлчилгээг орлуулан хэрэглэдэг хэрэглэгчид

Шуудангийн үйлчилгээ авдаг, шуудангийн үйлчилгээ авч байгаа ч авч байгаагаа мэдэхгүй байгаагаа хэрэглэгч болон шуудангийн үйлчилгээ авдаггүй хэрэглэгч хэн байхаас үйл шалтгаалан “Дайвар ачаа”-г илгээдэг, хүлээн авдаг байна.

- Энэхүү үйлчилгээг сонгож буй шалтгаан нь хурдан, шуурхай, зардал бага, шат дамжлага цөөн нь байгаа нь сонгох шалтгаан болдог бол эсрэгээрээ шуудангийн

үйлчилгээг сонгохгүй байгаа шалтгаан нь хугацаа их шаарддаг, зардал өндөр, шуудангийн үйлчилгээг хаанаас авахаа мэддэггүй гэсэн байна.

Монгол Улсын шуудангийн салбарт тохиолддог томоохон асуудлын нэг бол хаяг байршил тодорхойгүй байдаг. Энэхүү асуудлаас үүдэн илгээмж хугацаанаасаа хоцрох, буруу хүнд бараа хүргэгдэх гэх мэт маш олон асуудлууд гардаг байна. Олон улсын туршлагаас үзэхэд Солонгос улсын шуудангийн үйлчилгээндээ ашигладаг xxx-xxx форматын шуудангийн код нь энэхүү асуудлыг шийдэхэд хамгийн тохиромжтой гэж үзэж байна. Энэхүү кодын эхний 3 орон нь тухайн газрын засаг захиргааны нэгжийн байршлыг заадаг байна. Мөн энэхүү код нь хоорондоо давхцахгүй бөгөөд хаяг андуурагдах асуудал ерөөсөө тулгардаггүй байна. Монгол улсад энэхүү үйлчилгээг хэрэгжүүлэхэд тулгарч байгаа нэг хүндрэл нь гэр хорооллын хаяг байршил тодорхойгүй байдаг асуудал юм. Учир нэг айлын газарт хоёр айл амьдрах, нэг айлын газрыг хоёр хувааж зарах гэх мэт газар зохион байгуулалттай холбоотой асуудал түгээмэл байдаг нь асуудал үүсгэж байна. Харин Хятад улс нь маш олон шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэх цэгтэй бөгөөд үйлчлүүлэгчдээс ирсэн илгээмжийг тухайн шуудангийн салбаруудаар дамжуулан цаг алдалгүй хүргэж чаддаг байна. Монголд энэ асуудал эсрэгээрээ байдаг бөгөөд шуудангийн салбар төв хомс учраас үйлчлүүлэгчдийн шуудан бүгд нэг газар хуримтлагдан буцаад тараах байдлаар хүргэгддэг учир цаг их алддаг байна. Иймээс аймаг дүүрэг болгонд юм уу тухайн бүс болгонд шууданг түгээх хадгалах байгууламжийг байршуулах хэрэгтэй гэж үзэж байна. Америкийн шуудангийн зах зээлийн хувьд USPS гэх шуудангийн байгууллага нь зах зээлийн 90-с дээш хувийг хангадаг байна. Энэ нь монополын хуультай хамаатай бөгөөд USPS-с бусад ААН нь яаралтай бус захидал хүргэх эрхгүй бөгөөд орон сууцны болон худалдааны газруудад АНУ-ын шуудангийн хайрцагт шууд илгээж болохгүй байна. Иймээс бусад компаниуд нь заавал USPS-тэй хамтран ажиллах гэрээ байгуулах шаардлага тулгардаг байна.

САНАЛ, ЗӨВЛӨМЖ

Бизнес загвар нь аливаа байгууллагын үйл ажиллагааг нарийвчлан тодорхойлж улмаар тогтвортойгоор удирдах боломжийг олгодог. Цаашлаад оролцогч талууд өөрсдийн бизнес загварыг тодорхойлсны дараа салбарын хэмжээнд тодорхойлох нь илүү нарийвчлалтай болох болно. Энэ удаа бид оролцогч талуудын судалгаанд үндэслэн бизнес загварыг тоймлон харах гэж үзлээ.

– Шуудангийн үйлчилгээг сайжруулах улмаар шуудангийн зах зээлийг тэлэх боломж

Шуудангийн үйлчилгээг сайжруулах улмаар шуудангийн зах зээлийг хөгжүүлэх боломжийг судалгааны үр дүнгээс харвал оролцогч талуудын хамтын ажиллагааг сайжруулах, уялдаа холбоог хангах нь чухал харагдлаа.

- Салбар дундын зохицуулалт (хил гаалийн асуудал, замын түгжрэл, хэрэглэгчдийн хаягийн тодорхой бус байдлууд нь шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэх аж ахуйн нэгжүүдийн хувьд тулгамдаж буй асуудал тул энэ тал дээр хамтран ажиллах)
- Салбарын хүрээнд зохицуулах (сүүлийн жилүүдэд онлайн/цахим худалдааны үйл ажиллагаа тэлсэн, энэхүү үйл ажиллагааг дагаад хүргэлт, каргоны үйл ажиллагаа эрхлэх хувь хүн байгууллага нэмэгдсэн нь зайлшгүй зохицуулалт шаардлагатай байгааг харуулж байна. Мөн хил гаалийн асуудал нь салбар дундын зохицуулалт дүрэм, журам гаргах тал дээр хамтран ажиллах)
- Шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч аж ахуйн нэгжүүдийн зохицуулалт (санхүүгийн нөөц, зөв зохистой удирдах, хүний нөөцийг бүрдүүлэх, тогтвортой ажиллах боломжийг хангах, шаардлагатай сургалтад хамруулах, хил гаалийн үйл ажиллагаатай өөрсдийн үйл ажиллагааг уялдуулах, системд холбогдох.)
- ***Шуудангийн зах зээлд санал болгож буй үнэ цэнийг нэмэгдүүлэх***

Шуудангийн зах зээлд санал болгож буй шуудангийн үндсэн үйлчилгээ болон шуудангийн нэмэлт үйлчилгээ нь хангалттай сайн байгаа нь судалгааны үр дүнгээс харагдаж байна. Харин дайвар ачааны тал дээр зохицуулалт хийх боломж хомс гэхдээ магадгүй товчоод дээр байгаа нийтийн тээврийн компанитай хамтран ажиллаж боломжийг эрэлхийлэх. Хувь хүнээр дамжиж байгаа бол бид зохицуулах боломжгүй байна. Шуудангийн үйлчлүүлэгчдийн түгээмэл тулгарч буй асуудал нь хүргэлтийн үйлчилгээний асуудал байгаа бөгөөд ганцаарчилсан судалгааны асуулгын хэсэгт тусгагдсан шуудангийн үйлчилгээ үзүүлэгч компаниудын машиныг дугаарын хязгаарлалтгүй, нэгдүгээр эгнээгээр зорчих боломжийг олгох шаардлагатай гэсэн байна.

– Шуудангийн үйлчлүүлэгчтэй харилцах харилцаа

Шуудангийн үйлчилгээг авахын тулд захиалга хийх боломжийг боломжит сувгуудаар бүрдүүлсэн байгаа нь хэрэглэгчдийн сонголт, хэрэглээнээс харагдаж байна. Түүнчлэн 1-2 хэрэглэгчийн саналын хувьд гэрийн ойр шуудангийн хайрцагт илгээмжийг хийх боломж байдаг бол илүү амар гэж үзсэн бол хотхоны дотор шуудангийн цэг байх боломжтой ч манай нөхцөлд ямар байхыг хэлж мэдэхгүй байна гэсэн.

– Шуудангийн үйл ажиллагаа дахь нөөцийг зөв хуваарилах

Үйл ажиллагаагаа тогтвортой явуулахад тулгарч буй асуудлуудыг аваад үзвэл шуудангийн зах зээлд оролцогч талууд өөр өөрсдийн боломж, нөөцөд тулгуурлан шийдвэрлэх боломж байгаа гэж харагдаж байна. Үүнд: санхүүгийн үйл ажиллагаагаа тогтвортой удирдах, хүний нөөцийг бүрдүүлэх, хамтрагч талуудтай урт удаан, тогтвортой харилцаа үүсгэх.

– *Шуудангийн үйлчилгээг хүргэх боломжит сувгууд*

Шуудангийн үйлчилгээний хэрэглэгчид болох байгууллагын болон хувь хэрэглэгчдийн эрэлт хэрэгцээ, шуудангийн үйлчилгээний нөхцөлөөс шалтгаалан өөрт тохирох үйлчилгээг авах боломжтой байгаа нь судалгааны үр дүнгээс харагдаж байна. Цаашдаа дүүрэг бүрд байрлах шуудангийн цэг, шуудангийн ухаалаг хайрцаг (riskrack) ашиглах боломжийг нэмэгдүүлэх ингэснээр аж ахуйн нэгжүүд хэрэглэгчдэд хүргэх зардлыг бууруулах боломжтой.

A stylized map of Mongolia is shown, filled with a gradient from dark blue at the top to bright green at the bottom. The map is divided into administrative regions. Overlaid on the map is the title 'СУДАЛГААТАЙ ҮНДЭСТЭН' in large, white, bold, sans-serif capital letters.

СУДАЛГААТАЙ ҮНДЭСТЭН

ЭС АЙ СИ ЭЙ ХХК

Улаанбаатар хот, Сүхбаатар дүүрэг, 8 хороо, Ж.Самбуугийн гудамж, Блюмон
оффис, 7 давхар

Утас: 70126009

Цахим хуудас: www.sica.mn

И-мэйл: information@sica.mn

**Энэхүү судалгааны тайлан нь Харилцаа холбооны зохицуулах хорооны
өмч тул захиалагчийн зөвшөөрөлгүйгээр хуулбарлах, хувиан
олшруулахыг хориглоно.**